

Jurnal TA Saipullah 1

by - -

Submission date: 07-Feb-2022 09:16PM (UTC+0200)

Submission ID: 1757066596

File name: Jurnal_TA_17430100021_Saipullah_1.pdf (414.05K)

Word count: 5858

Character count: 37638

RANCANG BANGUN USAHA SAWUNG UNIVERSE

¹⁾Saipullah, ²⁾Januar Wibowo, ³⁾Achmad Yanu Alif Fianto

¹⁾Program Studi Manajemen Universitas Dinamika. Email:17430100021@dinamika.ac.id

Abstract

Sawung Universe is a business that produces patterned sarongs using digital screen printing techniques with Japanese culture themes for teenagers or adults. Sawung Universe's start-up business model was established to implement a business plan, starting with conducting a SWOT analysis, Business Model Canvas (BMC), Segmentation Targeting and Positioning (STP), Marketing Mix. SWOT analysis is used to determine the current state of the company's internal and external environment, such as the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the Sawung Universe business. The Business Model Canvas generates several activities that can help businesses create business plans. The Business Plan produces a business plan such as a legality plan consisting of NPWP, NIB, and IUMK. The marketing plan uses STP and the marketing mix to come up with a strategy that fits the business. The financial plan for carrying out the business generates sales of Rp. 10,000,000 with a net profit of Rp. 769,087..

Keyword: SWOT Analysis, Business Model Canvas (BMC), Segmentation Targeting and Positioning (STP and Marketing Mix.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia ialah negara dengan kepulauan yang memiliki lokasi strategis dan indah, Itu memiliki sumber daya alam yang melimpah dan terdiri dari banyak suku, ada keragaman budaya. Untuk keragaman budaya bahasa, adat istiadat, dan banyak aspek lainnya. Perbedaan dalam kepemilikan kain misalnya, memegang peranan penting dalam kehidupan. Kain tidak hanya sebagai alat untuk menutupi aurat, tetapi juga berperan di sisi sosial budaya, kain juga berperan dalam kegiatan ekonomi sebagai komoditas untuk diperdagangkan. Perbedaan budaya dan adat istiadat adalah aset yang tak ternilai harganya.

Diketahui bahwa seiring dengan perkembangan zaman, terjadi perubahan yang mempengaruhi budaya dan adat istiadat masyarakat yang juga mempengaruhi kondisi fashion dikalangan masyarakat itu sendiri. Saat ini banyak produk budaya dan adat istiadat yang mulai dikembangkan kembali oleh para pengusaha muda dengan sedikit sentuhan modern pada beberapa aspeknya. Keragaman budaya merupakan modal dasar perkembangan budaya suatu negara. Nilai-nilai budaya lokal perlu dikaji dan dikembangkan sesuai dengan tingkat perkembangan kehidupan bangsa.

Namun pada saat ini, terdapat sebuah penghalang yang cukup besar diakibatkan oleh

adanya penyebaran virus corona (Covid-19) yang justru memperlambat perekonomian global, termasuk perekonomian Indonesia. Epidemii virus.

Dalam situasi ini, sangat penting untuk melihat lebih dekat peluang positif, peluang untuk memberikan solusi ke pasar selama situasi ini demi menjaga stabilitas masa di masa depan. Dalam situasi ini, orang-orang umumnya akan beralih ke belanja digital untuk mengurangi kerumunan pada tempat ramai seperti mall, *food court*, dan toko. Dari sudut pandang teori pemasaran, apa yang harus dipertimbangkan untuk menggunakan kerangka dasar Kotler yaitu berupa *product* (apa yang ingi dikomunikasikan), *place* (tempat mendapatkannya), *price* (tingkat nilai uang) dan *promotion* (memperoleh info yang berkaitan dengan barang yang diinginkan atau jasa) dari penggunaan bisnis. untuk bersaing.

Dengan ide bisnis dan sedikit pengamatan lingkungan hal ini dapat dimanfaatkan dengan baik, adapun sektor yang diminati dalam jangka pendek disini ialah dari sektor fashion. Sarung adalah kain rajut atau batik berbentuk melingkar tabung, dipakai oleh laki-laki atau wanita di tiap-tiap daerah di negara Indonesia untuk melapisi badan bagian pinggang kebawah atau bisa juga dikenakan menjadi sebuah selimut. Sarung sebagai ciri khas daerah menggunakan bentuk, motif, dan cara pemakaian hingga nilai sebagai identitas daerah. Umumnya penggunaan sarung hanya sebagai pelengkap pakain, dan pakaian wajib daerah pada

acara-acara resmi masing-masing. Di negara Indonesia, sarung merupakan salah satu pakaian kehormatan adat-adat tertentu dan menunjukkan nilai-nilai kesopanan yang cukup tinggi, dengan demikian sarung merupakan salah satu produk yang akan diterima sangat baik di negara kita Indonesia.

Tidak hanya dari dalam negeri, sarung juga ternyata sangat diterima dinegara lain, hal ini dapat ditunjukkan dari hasil data Export Genius yang mencatat hasil ekspor sarung tenun ke luar negeri sejak tahun 2019 lalu.

Tabel 1 Hasil Pencatatan Ekspor Sarung Tenun

Date	HS Code	Product Description	Destination Country	Port of Loading	Port of Discharge	Qty	Unit	FOB Value	Export Value (+ Misc)
20190301	63044200	Sarung Tenun	Samala	Tanjung Priok	Algeciras	51	MMB	1450821	1450821
20190301	63044200	Sarung Tenun	Samala	Tanjung Priok	Berbers	120	MMB	2512691	2512691
20190301	63044200	Sarung Tenun	Samala	Tanjung Priok	Mogadishu	24	MMB	704611	704611
20190301	63044200	Sarung Tenun	SCHALIA	Tanjung Priok	Mogadishu	36	MMB	90121	90121
20190301	63044200	Sarung Tenun	SCHALIA	Tanjung Priok	Berbers	87	MMB	111488	111488

Berdasarkan gambar tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah ekspor sarung tenun ke luar negeri sejak tahun 2019 ternyata memiliki peningkatan yang cukup besar, hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan sarung tidak hanya bagus dinegeri sendiri tetapi juga bagus di negara lain. Berdasarkan kebutuhan dari sarung ini dan melihat banyaknya konsumsi masyarakat akan sarung mendorong berbagai pihak untuk terus berinovasi dalam membuat dan mengembangkan produk yang sehat dan berkualitas, salah satunya usaha/bisnis Sawung Universe. Dengan adanya usaha/bisnis Sawung Universe ini dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat di pasar akan produk sarung, dengan memanfaatkan teknologi berupa e-commerce dan sosial media dapat membantu usaha ini menjadi lebih cepat berkembang dan juga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarung dan juga fashion.

Usaha/bisnis Sawung Universe ini adalah sebuah inovasi dari produk sarung yang menjadikan keunikan desain dari owner menjadi sebuah style baru dalam dunia fashion dimana sarung kini tidak hanya dianggap pakaian khas biasa tetapi juga sebagai pelengkap barang-barang fashion. Produk yang disediakan disini ialah berupa sarung sablon yang memiliki tekstur halus dan desain yang kekinian, cocok untuk anak muda dan orang dewasa pada semua gender. Inovasi ini masih sangat jarang dan dengan memanfaatkan hal ini usaha/bisnis sarung Sawung Universe membuat sebuah prouduk yang dapat dinikmati oleh hampir semua kalangan dengan *value for money* yang menarik dan mudah diperoleh karena bisa dipesan melalui toko online maupun sosial media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada di latar belakang masalah sehingga bisa ditarik kesimpulan berupa identifikasi, bagaimana membuat dan menerapkan rencana bisnis pada usaha Sawung Universe.

1.3 Tujuan

Tujuan yang dapat diperoleh melalui hasil dari penerpan rencana bisnis pada gerai sawung Universe ialah:

1. Untuk menerapkan konsep bisnis dari aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek produksi.
2. Untuk mendapatkan laba pada penerapan bisnis Sawung Universe.
3. Mendapatkan pelajaran mengenai aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek legalitas hukum, aspek manajemen dan SDM, dan juga aspek produksi dalam pengimplementasiannya.
4. Mampu menggabungkan ilmu pengetahuan dan keterampilan memahami, menganalisis, memproyeksikan, serta menjelaskan permasalahan yang berhubungan dengan manajemen.

1.4 Manfaat

Manfaat yang ingin diperoleh dari hasil pelaksanaan rencana bisnis Sawung Universe adalah:

1. Untuk mengembangkan usaha/bisnis Sawung Universe
2. Membuat lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang membutuhkan
3. Mengenalkan sarung tidak hanya sebagai pakaian adat biasa namun juga bisa menjadi barang fashion yang tidak hanya dicintai di Indonesia namun juga negara-negara lainnya.

II. LANDASAN TEORI

Dalam penyusunan rencana bisnis diperlukan sejumlah teori yang mendukung bisnis yang berjalan dapat berkembang sesuai dengan target yang ditentukan.

2.1 Teori Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan memastikan seberapa besar pasar yang dituju, struktur serta peluang pasar saat ini, prospek pasar ke depan dan bagaimana rancangan strategi pemasaran yang wajib dilaksanakan. Aspek pemasaran dan pasar menghadapi kendala seperti peluang pasar, pertumbuhan permintaan produk pada masa depan, kehadiran pesaing, serta memperkenalkan beberapa strategi dalam pemasaran. (Kristiana dan Lawrence, 2019).

Menurut Nggini (2019) Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats)

Sebuah bisnis yang akan dinyatakan baik apabila bisnis tersebut mempunyai strategi yang tepat untuk menjalankan bisnisnya. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan pengenalan yang digunakan untuk memaparkan strategi secara sistematis dalam pengambilan keputusan terkait hal-hal yang penting bagi organisasi pemerintah atau organisasi perusahaan, untuk meningkatkan kinerja secara maksimal dan tujuan yang menjadi pusat utama. Artinya, visi misi dari organisasi pemerintah maupun organisasi swasta. Selain itu, rencana strategis harus mengetahui faktor-faktor apa yang menjadikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi lembaga, atau organisasi.

Menurut Poluan dan Mandey (2019) mengatakan bahwa Tentunya setiap bisnis pasti memiliki strategi pemasaran yang harus dijalankan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Strategi adalah cara yang digunakan bisnis untuk mencapai tujuannya. Salah satu bentuk strategi bisnis adalah strategi pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam dunia bisnis. Pengetahuan pemasaran menjadi penting bagi pelaku usaha ketika dihadapkan pada permasalahan seperti perlambatan pertumbuhan usaha akibat penurunan pendapatan usaha akibat penurunan daya beli konsumen terhadap produk. Persaingan ini membutuhkan strategi pemasaran yang membuat bisnis terus berkembang. Banyak strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah strategi bauran pemasaran.

2.2 Teori Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis adalah aspek membahas langkah-langkah pengembangan pekerjaan teknis dan operasinya (Fauzi dan Chumaidiyah, 2019). Berdasarkan aspek Dimungkinkan juga untuk memperoleh penilaian awal atas biaya investasi yang direncanakan, termasuk biaya pengembangan. Investasi bisnis harus ditunda terlebih dahulu jika tidak berjalan dengan baik secara teknis, bahkan jika dikatakan layak menurut aspek pasar. Hal ini dikarenakan usaha/usaha seringkali gagal karena tidak mampu menghadapi masalah teknis.

Selain dengan aspek teknis, aspek teknologi juga penting bagi sebuah usaha, dengan memanfaatkan teknologi seperti memanfaatkan platform dalam setiap penjualan usaha, sebuah usaha dapat meningkatkan penjualannya karena adanya perkembangan zaman. Salah satu perwujudan kemajuan ilmu pengetahuan adalah teknologi yang muncul dalam berbagai produk. Hasil teknologi tersebut dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, tergantung kebutuhan masing-masing institusi dan

individu, salah satunya untuk mempermudah pekerjaan. Sejak kemunculannya hingga saat ini teknologi telah menjadi kebutuhan pokok yang tidak dapat dipisahkan dari manusia. teknologi adalah gabungan dari akal pikiran dan logika manusia (Mulyadi dan Zulkarnain, 2019).

Kelangsungan aspek teknis dan teknologi ini akan lancar jika penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) sudah ada. Menurut Taufiq (2019) mengatakan bahwa persaingan dunia usaha yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerjanya agar dapat berjalan secara efektif dan produktif. Kinerja perusahaan diukur dari kemampuannya mengelola dan mengalokasikan sumber daya untuk memaksimalkan keuntungan. Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan menetapkan standar operasional prosedur (SOP) untuk setiap unit kerja sehingga kinerja dapat ditingkatkan secara efektif dan sistematis. SOP adalah seperangkat standar operasional yang digunakan sebagai pedoman untuk peningkatan kinerja yang efektif, konsisten dan sistematis di perusahaan. Maka penting jika sebuah usaha dijalankan dengan menggunakan SOP.

2.3 Teori Aspek Keuangan

Keuangan adalah satu dari sekian fungsi bisnis yang tujuannya adalah untuk membuat keputusan investasi, pembiayaan dan dividen. Tujuan dari keputusan investasi adalah untuk menghasilkan kebijakan yang berkaitan dengan (a) kebijakan alokasi sumber dana yang optimal, (b) kebijakan modal kerja (c) kebijakan investasi yang berdampak pada strategi usaha/bisnis yang lebih banyak dengan cara penyatuan dan akuisisi (Wilujeng, 2019).

Suatu kegiatan usaha tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa dukungan keuangan yang baik dan memadai. Apabila kegiatan usaha tidak dapat memenuhi permintaan barang atau jasa sesuai dengan jumlah dan standar pelanggan karena usaha tersebut tidak memiliki dana yang cukup untuk melakukan proses produksinya, maka usaha tersebut pasti terancam gagal. Manajemen keuangan juga dapat diartikan sebagai segala kegiatan atau kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan upaya memperoleh dana perusahaan dengan meminimalkan biaya dan upaya untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien untuk memaksimalkan nilai perusahaan, yaitu harga yang disiapkan atau bersedia dibayar oleh calon pembeli jika A perusahaan menjualnya. (Wilujeng, 2019).

Menurut Arwati (2019) aspek finansial meliputi bagaimana menentukan jumlah dan alokasi kebutuhan pendanaan, serta bagaimana mencari sumber pendanaan yang relevan secara efisien untuk memberikan tingkat keuntungan yang menjanjikan bagi investor. Ketika menentukan jumlah dana dan alokasi dana, investor harus dapat menentukan berapa

banyak modal yang harus diinvestasikan dalam proyek investasi dan mengalokasikannya secara tepat ke aset tetap dan modal kerja untuk memperkirakan arus kas proyek dari proyek yang diusulkan. Pada saat yang sama, ketika mencari sumber pendanaan, investor harus dapat mengidentifikasi biaya modal terendah yang dapat menutupi tingkat pengembalian yang diharapkan untuk proyek investasi yang diusulkan.

2.4 Teori Aspek Hukum

Menurut Kristian dan Indrawan (2019), sebuah ide bisnis dinyatakan layak jika sesuai dengan hukum dan memenuhi semua persyaratan perizinan di daerah. Tujuan analisis hukum adalah untuk menganalisis legalitas usaha yang diusulkan, ketepatan bentuk badan hukum dan filosofi usaha yang akan dilaksanakan, kemampuan usaha yang diusulkan untuk memenuhi persyaratan perizinan, dan jaminan yang dapat diberikan. Disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman.

Menurut Saraswati dan Pratiwi (2019), aspek hukum menyangkut semua legalitas rencana bisnis yang akan dilaksanakan, termasuk ketentuan hukum yang berlaku, termasuk izin lokasi, akta pendirian PT/CV notaris setempat atau badan hukum lainnya, NPWP (wajib nomor induk) pajak, surat tanda daftar perusahaan, izin tempat usaha dari pemerintah daerah, surat mitra dari pemerintah daerah dan SIUP daerah.

2.5 Teori Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia mencakup istilah manajemen dan sumber daya manusia. Manajemen adalah seni mengelola proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti Itiantara 2019), yang menyatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang disiplin, dan peran tenaga kerja dalam membantu mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat secara efektif dan efisien.

Menurut Kristian dan Indrawan (2019), sebuah ide bisnis dikatakan berbasis pada kelayakan sumber daya manusia jika memiliki tenaga kerja yang cukup untuk menjalankan bisnis dan dapat membangun bisnis sesuai dengan perkiraan waktu. Analisis dalam manajemen dan sumber daya manusia bertujuan untuk menganalisis jenis pekerjaan yang diperlukan untuk pengembangan usaha dan biaya setiap jenis pekerjaan yang diperlukan untuk melakukan pengembangan usaha.

2.6 Teori Aspek Produksi

Produksi adalah kegiatan menambah kegunaan suatu benda atau menciptakan benda baru agar lebih bermanfaat untuk memenuhi permintaan.

Dengan kata lain, produksi adalah proses menciptakan atau meningkatkan nilai guna suatu barang. Menurut Bangun dan Nasruji (2019), produksi dapat diartikan sebagai suatu cara, metode, dan teknik yang menggunakan sumber daya yang ada untuk menciptakan atau meningkatkan kegunaan suatu produk atau jasa. Seperti yang kita ketahui bersama, ada banyak cara, metode dan teknologi untuk menghasilkan suatu produk, dan dalam hal ini ada banyak proses produksi. Meskipun ada banyak proses produksi, mereka dapat dibagi menjadi dua ekstrem, proses produksi berkelanjutan dan proses yang terpisah-pisah.

2.7 Prosedur Pelaksanaan

Peluang pengembangan usaha/bisnis komersial/fashion cukup menjanjikan dengan pasar domestik yang potensial. Bisnis fashion memiliki masa depan yang cerah. Guru Besar Imam Suprayogo dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mengatakan bahwa sarung merupakan simbol keanggunan pemakainya, karena selain sebagai sarana kurban dan menampilkan sifat-sifat luhur, sarung juga merupakan identitas kearifan seseorang.

Dalam usaha/bisnis fashion, setiap biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel perlu diperhitungkan. Hal ini agar beberapa tarif yang ditetapkan dalam proses pembuatan produk serta harga jual produk. Biaya-biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap dan variabel atau disebut biaya produksi.



Gambar 1 Kerangka Pelaksanaan

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa prosedur pelaksanaan pada rancang bangun usaha sarung kekinian Sawung Universe dimulai dari adanya ide bisnis yang dilanjutkan dengan mengidentifikasi *business plan*, dimana aspek *business plan* yang dibutuhkan terdiri dari empat aspek yaitu BMC (*Business Model Canvas*), SWOT (*Strength, Weaknes, Oportunity, Threat*), STP (*Segmenting, Targeting, and Positioning*), dan *Marketing Mix*. Kemudian setelah mengidentifikasi

bisnis plan langkah selanjutnya ialah analisis aspek-aspek bisnis plan yang terdiri dari lima aspek sebagai berikut : aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan SDM, aspek keuangan dan aspek produksi. Pengidentifikasi ini adalah meneliti atau menelaah dari ide bisnis sebelumnya² Identifikasi bisa dikatakan sebuah Kegiatan mencari, menemukan, mengumpulkan, meneliti, mencatat data dan informasi dari daerah “kebutuhan” untuk² mendirikan usaha Semesta Sawung, mencari berbagai sumber yang dapat digunakan untuk mendukung pelaksanaan pendirian usaha dan dapat dilakukan untuk membuat . Akan lebih mudah untuk menyusun rencana untuk mengimplementasikan instalasi. Data yang terkumpul dapat digunakan sebagai dasar penyusunan rencana program yang dapat dilakukan oleh pengelola program.

Setelah mengidentifikasi business plan, lalu menganalisisnya satu per satu hingga dapat mendeskripsikan menjadi beberapa bagian, dan mengenal hubungan antar bagian tersebut dalam keseluruhan. Analisis yang dilakukan juga diterjemahkan sebagai kegiatan untuk memecah atau membagi-bagi sebuah materi atau data menjadi komponen yang lebih sederhana sehingga mudah dipahami. Tujuannya adalah untuk mencari dan memperoleh solusi dari masalah yang muncul memungkinkan untuk terjadi. Jika setelah dianalisis kemungkinan yang terjadi besar, maka rencana bisnis akan langsung diuraikan dan di kelompokkan menjadi masing masing kegiatan dalam beberapa aspek yang dibutuhkan seperti pemenuhan aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek keuangan dan aspek produksi.

Ketika telah selesai mengidentifikasi dan menganalisis bisnis plan kemudian ada dua pilihan yaitu ya atau tidak untuk mengimplementasikan kerangka yang sudah dibuat, apabila tidak maka harus kembali lagi dari awal yaitu mengidentifikasi bisnis plan, namun jika ya atau setuju dengan bisnis plan maka selanjutnya terdapat implementasi, kegiatan ini bisa disebut juga sebagai suatu aksi atau pelaksanaan dari rencana yang sudah dibuat sebelumnya secara maksimal. Tujuannya agar kita bisa menghasilkan atau mendapatkan hasil sesuai yang kita inginkan. Setelah mengimplementasikan, tahap akhir adalah mengambil kesimpulan berdasarkan evaluasi, kesimpulan ini akan merujuk pada bagaimana upaya pengembangan selanjutnya dan apa yang perlu diperbaiki dari rencana yang telah dilakukan.

III. METODE PELAKSANAAN

Dengan adanya landasan teori yang telah dijabarkan, maka tahapan metode pelaksanaan yang digunakan dalam mengimplementasi rencana bisnis pada Sawung Universe yaitu analisis

(Strength, Weaknes, Oportunity, Threat (SWOT), Business Model Canvas (BMC). STP (Segmenting, Targeting, and Positioning), dan Marketing Mix.

3.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

3.1.1 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas merupakan model bisnis yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis



Gambar 3 BMC Sawung Universe

yaitu: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Kesembilan blok ini merupakan perpanjangan dari empat desain pilar utama yang harus ada dalam sebuah bisnis. Ada empat pilar: Penawaran, Pelanggan, Infrastruktur, dan keuangan.

3.1.2 Analisis SWOT

Menurut Siajian (2000), analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis yang sangat ampuh bila digunakan dengan benar, juga diketahui secara luas bahwa “SWOT istilah kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan Ancaman (Threat). Menurut Kotler dan Keller (2016) Analisis SWOT didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Analisis SWOT adalah analisis lingkungan internal dan eksternal Salah satu alat yang dikenal luas untuk memiliki dampak besar pada desain strategi.



Gambar 2 SWOT Sawung Universe

- Kekuatan (Strengths)

Produk Sawung Universe memiliki produk yang inovatif, produk selalu bervariasi mulai dari model warna, motif, dan harga, sehingga susah untuk ditiru oleh para pesaing yang membuat produk menjadi spesial dan berbeda dari yang lain. Pelayanan yang baik menjadi salah satu nilai jual dari produk Sawung Universe, memberikan apa yang pelanggan butuhkan, dimana hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan tersebut. Packaging produk yang kami miliki juga sangat kekinian sehingga dapat menggambarkan ciri khas produk yang membuat pelanggan senang memilikinya. Kualitas produk yang baik sebagai hal terpenting yang selalu kami jaga mutunya sebelum sampai ke tangan konsumen, kualitas yang baik membuat konsumen puas dengan apa yang dimilikinya/dibelinya.

- Kelemahan (Weakness)

Produk Sawung Universe memiliki sebuah kelemahan dalam bisnisnya, karena masih sangat awal dalam mendirikan bisnis sehingga Sawung Universe masih belum bisa untuk berdiri secara mandiri sehingga masih membutuhkan bantuan dari pihak luar yang membuat tidak maksimalnya pengelolaan keuangan yang ada pada perusahaan Sawung Universe. Sawung Universe masih mengandalkan supplier dari luar dan juga jasa sablon pihak ketiga yang membuat biaya produksi barang yang dihasilkan relatif besar.

- Peluang (Opportunity)

Masih jarang adanya bisnis serupa menjadi sebuah kesempatan besar bagi Sawung Universe untuk mengembankan bisnis nya lebih baik lagi karena sedikitnya pesaing yang akan dihadapi, terlebih Sawung Universe juga bisa menjadi salah satu pelopor bisnis fashion sarung sablon yang terkemuka lebih awal apabila dapat memaksimalkan potensi usaha yang ada. Selain jarang adanya bisnis serupa hal lain yang memperkuat peluang Sawung Universe ialah produk yang dimiliki berdasar pada budaya khas Indonesia sendiri yang membuat produk ini dapat diterima dengan mudah oleh konsumen Indonesia dan juga mengenalkan kepada negara lain tentang sarung.

- Ancaman (Threats)

Adapun ancaman yang dihadapi oleh Sawung Universe ialah ancaman yang ditimbulkan oleh adanya pesaing yang sudah lebih dulu dan terkenal seperti Wadimor, Mangga, Gajah Duduk dll. Selain hal tersebut image produk sarung sebagai barang fashion masih sangatlah minim, sehingga ada kemungkinan akan mempengaruhi kesadaran masyarakat akan cinta terhadap produk budaya Indonesia seperti sarung.

3.1.3 Segmentation Targeting and Positioning (STP)

A. Segmenting

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2012) segmentasi pasar adalah proses pengelompokan pasar agregat yang heterogen ke dalam kelompok atau segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau tanggapan terhadap program pemasaran tertentu. Segmentasi konsumen yang terdapat pada Sawung Universe dikelompokkan menjadi tiga yaitu.

- Segmentasi Geografik, dimana pada segmentasi geografik meliputi wilayah dan kepadatan penduduk dimana target wilayah yang diinginkan ialah disekitar daerah Situbondo dan Surabaya.

- Segmentasi Demografis, yang meliputi pendapatan dan status sosial.

- Segmentasi Psikografis, yaitu gaya hidup dan benefit.

B. Targeting

Berdasarkan hasil segmentasi maka Sawung Universe bisa menyasar konsumen dengan lebih spesifik.

- Geografi. kawasan yang menjadi tujuan dari Sawung Universe adalah kota Situbondo dan sekitarnya.

- Demografi. Berdasarkan segmentasi target konsumen Sawung Universe adalah semua gender dan dapat dikonsumsi untuk konsumen remaja hingga dewasa. Sasaran Sawung Universe ialah masyarakat kelas tengah, hal ini dikarena pasar kelas menengah lebih mendominasi di sekitra kota Situbondo dan Surabaya.

- Psikografis. Gaya hidup serba praktis, kekinian dan *affordable*.

C. Positioning

Positioning Sawung Universe ialah menjadi representatif produk fashion yang keren, berkualitas, dan terjangkau bagi masyarakat.

3.1.4 Marketing Mix

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah suatu rencana untuk mengintervensi kegiatan pemasaran guna menemukan kombinasi yang optimal sehingga dapat mendatangkan hasil yang diinginkan. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa bagian atau disebut 4P, yaitu produk, harga, tempat, promosi (Alma, 2014).

A. Product

Produk yang dimiliki Sawung Universe adalah sarung tenun yang terdiri dari kain katun, benang rayon hingga sutra yang kemudian di sablon dengan desain-desain original dari owner .

B. Price

Harga yang ditentukan tergantung dengan biaya tetap dan biaya variabel yang dibutuhkan. Tetapi, harga (*price*) yang ditawarkan juga mengikuti dengan kemampuan lingkungan untuk membeli produk yang ditawarkan.

C. Place

Sawung Universe memiliki tempat offline dan online. Tempat offline yang digunakan di rumah

owner yaitu kota Situbondo, tempat ini dipilih karena memiliki kondisi tempat yang strategis dan memiliki fasilitas yang memadai dan mendukung untuk usaha/bisnis ini. Sedangkan tempat online yang digunakan adalah aplikasi online e-commerce dan sosial media seperti Instagram yang banyak digunakan masyarakat.

D. Promotion

Promosi yang dipergunakan Sawung Universe menggunakan media pendekatan online dan sosial media marketing. Karena promosi di sosial media paling efektif dan efisien. Target pasar Sawung Universe banyak yang menggunakan sosial media seperti aplikasi berbagi foto dan video dan pada aplikasi toko online (*e-commerce*) yang bisa dapat diakses 24 jam penuh.

Para penyedia produk pun menggunakan strategi yang sama karena perkembangan teknologi tidak dapat dilawan. Masyarakat ataupun calon konsumen akan menyukai sales promotion, karena banyak yang akan suka dengan promosi voucher/kupon diskon. Maka dari itu, Sawung Universe akan menerapkan strategi promosi online, sosial media dan promosi penjualan.

3.2 Aspek Hukum

Dalam aspek hukum dan legalitas usaha Sawung Universe membutuhkan NPWP dan SIUP dalam pendiriannya. Proyeksi pembuatan tugas akhir ini adalah untuk satu tahun kedepan, dalam satu tahun kedepan Sawung Universe mampu memenuhi untuk melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam aspek hukum, karena pembuatan NPWP dan SIUP dapat penuh dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.

3.3 Aspek Teknis dan Teknologi

3.3.1 Standard Operation Procedures

Pada aspek teknis, bisnis Sawung Universe memilih untuk menggunakan standar operasional prosedur untuk menjalankan bisnis. Menurut Bustami (2011) Standar Operasional Prosedur (SOP) didefinisikan sebagai prosedur non-diagnostik yang dilakukan secara teratur, misalnya input layanan selalu tersedia. Menurut Atmoko (2011) pengertian standar operasional prosedur adalah acuan pelaksanaan fungsi kerja pada unit kerja yang bersangkutan menurut tata kerja, tata kerja dan praktik kerja, tindakan instansi pemerintah berdasarkan indikator prosedural dan alat penilaian kinerja. Dalam hal ini, *Standard Operating Procedures* Sawung Universe membahas tentang standard operating procedure dalam produksi yang merupakan hal penting bagi sebuah bisnis. Namun tidak perlu yang terlalu rumit, agar tidak membingungkan pegawai. Pemilik bisnis/usaha juga harus turut serta dalam SOP. Pembuatan SOP

produksi bertujuan untuk meminimalisir kesalahpahaman antara usaha/bisnis dengan pekerja dalam pembuatan atau proses produksinya.

3.3.2 Aplikasi Berbagi Foto dan Video

Pada aspek teknologi, usaha/bisnis Sawung Universe memanfaatkan beberapa teknologi pada proses pemasarannya, yang dimana pada pemilihannya dilihat dari seberapa banyak masyarakat menggunakan teknologi dalam platform yang ada dalam pasar.

Penggunaan aplikasi *sharing* konten foto dan konten video yang membuat penggunanya dapat untuk menghasilkan atau membuat konten berupa foto, dan video, hingga menerapkan efek atau bingkai digital, dan membaginya di berbagai layanan sosial media yang sekarang populer di masyarakat, pada semua umur adalah aplikasi Instagram. Aplikasi ini dijadikan Sawung Universe sebuah platform yang harus dapat dijalankan dengan baik karena fitur yang diberikan bagus untuk mengembangkan layanan usaha/bisnis Sawung Universe agar lebih dekat dengan calon konsumen.

3.3.3 Aplikasi Toko Online

Pada pemanfaatan aspek teknologi dalam proses pemasarannya, usaha/bisnis Sawung Universe juga memanfaatkan platform lain yang juga banyak digunakan masyarakat. Penggunaan platform lain adalah dalam aplikasi toko online yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu Tokopedia atau biasa disebut Tokped yang ada pada layanan platform android dan iOS yang akan digunakan oleh usaha/bisnis Sawung Universe dalam mengembangkan usaha/bisnisnya. Mengingat bahwasanya peluang akan sangat menguntungkan untuk usaha/bisnis Sawung Universe. Beberapa keunggulan yang akan diperoleh Sawung Universe adalah dalam hal keamanan, ringkas, cepat. Adanya fitur tersebut terhadap pelanggan, maka dimungkinkan dapat memajukan kesanggupan bisnis/usaha Sawung Universe, sehingga bisa untuk lebih lagi memantapkan posisi strategi dari aplikasi yang digunakan demi mempermudah menggiring pelanggan pada keadaan yang diinginkan.

3.4 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Penjadwalan aktivitas merupakan urutan yang telah ditentukan melibatkan penentuan target waktu per hari. Ada beberapa jenis bagan data yang biasanya sering dipergunakan oleh asisten penjadwal, salah satunya yang paling populer adalah bagan data Gantt yang dianggap mudah diinterpretasikan dan sangat efektif untuk digunakan.

IV. HASIL PENGUKURAN PELAKSANAAN

Bagian ini akan berfokus pada hasil implementasi sesuai dengan teori dan tahap-tahap perencanaan yang telah disusun sebelumnya dari analisis Business Plan Sawung Universe berupa Business Model Canvas (BMC), Strengths, Weakness, Opportunitie, Threats (SWOT), Segmenting, Targeting, and Positioning (STP), dan Marketing Mix dalam implementasi bisnis pada startup Sawung Universe.

4.1 Hasil Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)

STP atau *Segmentation Targeting Positioning* adalah pendekatan dengan model yang dipergunakan untuk mendevolop pesan serta strategi pemasaran yang cocok untuk mengsegmentasi target konsumen. Model pemasaran ini diketahui sebagai salah satu model yang paling efektif untuk digunakan. Segmentasi pasar merupakan proses penggolongan seluruh pasar yang bermacam-macam ke dalam kelompok atau segmen yang memiliki keseragaman dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku hingga tanggapan terhadap strategi pemasaran tertentu. Hasil pelaksanaan segmentasi konsumen yang ada pada Sawung Universe golongkan menjadi tiga bagian yaitu.

A. Segmenting

Segmentasi Geografik, dimana pada segmentasi geografik meliputi wilayah dan kepadatan penduduk dimana wilayah yang telah dimasuki disekitar daerah Situbondo, Probolinggo, Mojokerto dan Surabaya.

Segmentasi Demografis, yang meliputi pendapatan dan status sosial, dalam pelaksanaannya yaitu masyarakat kalangan ekonomi menengah kebawah dan memiliki keinginan untuk selalu tampil beda saat mengenakan sesuatu seperti contohnya sarung dengan motif-motif tertentu.

Segmentasi Psikografis, yaitu gaya hidup dan benefit. Pada pelaksanaannya yaitu masyarakat dengan gaya hidup suka membeli barang-barang baru yang jarang dimiliki orang lain dan barang tersebut dapat berguna dalam kehidupannya.

B. Targeting

Berdasarkan **1** segmentasi maka Sawung Universe dapat **menarget konsumen secara spesifik.**

- **Geografi.** Kawasan yang menjadi target dari Sawung Universe adalah kota Situbondo, **1**obolinggo, Surabaya dan Mojokerto.
- **Demografi.** Berdasarkan segmentasi maka **target konsumen** Sawung Universe adalah semua gender dan dapat dikonsumsi untuk konsumen remaja hingga dewasa. Sasaran Sawung Universe adalah masyarakat menengah, hal ini dipilih karena pasar kelas menengah lebih dominan di sekitra kota Situbondo, Probolinggo, Mojokerto

dan Surabaya.

- Psikografis. Gaya hidup serba praktis, kekinian dan affordable.

C. Positioning

1 Positioning dari Sawung Universe ialah **untuk menjadi** penyedia **produk fashion yang keren, berkualitas, dan terjangkau** bagi masyarakat dipasaran.

4.2 Hasil Marketing Mix

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah strategi yang digunakan Sawung Univese untuk menjalan kegiatan-kegiatan pemasarannya agar dapat memperoleh hasil maksimal sehingga mendatangkan kepuasan bagi konsumen. Marketing mix terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu product, price, place, promotion yang diterapkan oleh Sawung Universe.

E. Product

Produk yang dimiliki Sawung Universe adalah sarung tenun yang terdiri dari kain poliester dan benang rayon yang kemudan di sablon dengan desain-desain original dari owner.



Gambar 4 Produk Sawung Universe

F. Price

Harga yang ditentukan tergantung dengan biaya tetap dan biaya variabel yang dibutuhkan. Tetapi, harga (*price*) yang ditawarkan juga mengikuti dengan kemampuan lingkungan untuk membeli produk yang ditawarkan, untuk harga Sawung Universe menawarkan harga yang terjangkau jika dibandingkan dengan pesaing sejenis.

G. Place

Sawung Universe memiliki tempat offline dan online. Tempat offline yang digunakan di rumah owner yaitu kota Situbondo dan rumah sementara (kontrak) di kota Surabaya, tempat ini dipilih karena memiliki kondisi tempat yang strategis dan memiliki fasilitas yang memadai dan mendukung untuk usaha/bisnis ini. Sedangkan tempat online yang digunakan adalah aplikasi online e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia serta pengguna sosial media seperti Instagram yang banyak digunakan masyarakat untuk menjelajah dan mencari informasi apapun tentang barang yang mereka inginkan.

H. Promotion

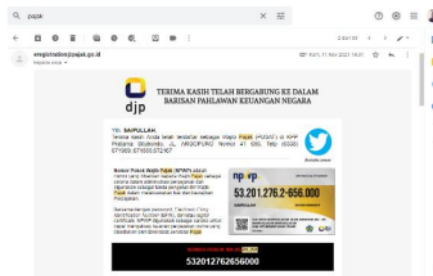
Promosi yang digunakan Sawung Universe menggunakan media online dan sosial media marketing. Karena promosi di sosial media paling efektif dan efisien. Target pasar Sawung Universe banyak yang menggunakan sosial media seperti aplikasi berbagi foto dan video dan pada aplikasi toko online yang bisa di akses 24 jam penuh.

Dari yang dapat dilihat pada gambar 11 hasil yang didapatkan dinilai cukup membantu dalam promosi untuk mengenalkan produk Sawung Universe kepada para calon pelanggan yang disasar, hal ini dapat dibuktikan dengan statistik iklan dari masing-masing media promosi, dimana Shopee dapat menjangkau dan dilihat sebanyak 271 pelanggan, Tokopedia dilihat 72 pelanggan dan Instagram dengan \pm 5000 cakupan pelanggan yang diman hal ini akan sangat membantu untuk perkembangan bisnis Sawung Universe.

Para penyedia produk pun menggunakan strategi yang sama karena perkembangan teknologi tidak dapat dilawan. Masyarakat ataupun calon konsumen akan menyukai sales promotion, karena banyak yang akan suka dengan promosi voucher/kupon diskon. Maka dari itu, Sawung Universe akan menerapkan strategi promosi online, sosial media dan promosi penjualan.

4.3 Hasil Legalitas Usaha

Proses pembuatan NPWP Sawung Universe dimulai dari membuka situs web <https://ereg.pajak.go.id/>, setelah itu melakukan registrasi email untuk melakukan pembuatan akun agar dapat mengajukan pendaftaran NPWP. Apabila akun erag pajak telah terdaftar maka selanjutnya melakukan pengisian data, setelah itu akan mendapatkan pesan masuk melalui email seperti pada gambar yang merupakan bukti bahwa pendaftaran NPWP berhasil dilakukan.



Gambar 5 Email Pendaftaran NPWP

Pendaftaran NPWP yang telah berhasil

membutuhkan waktu sekitar 5-7 hari untuk mendapatkan kartu NPWP yang akan dikirim oleh kurir dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Situbondo Argopuro. Kartu NPWP startup Sawung Universe yang tercatat atas nama Saipullah dengan nomor 53.201.276.2-658.000.

4.5.1 Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Proses pembuatan NIB Sawung Universe dimulai dengan membuka situs web www.oss.go.id, setelah itu melakukan registrasi email dengan mengisi data diri seperti nama dan nomor identitas untuk pendaftaran akun pada OSS. Apabila telah mengisi maka selanjutnya adalah aktivasi akun yang akan dikirimkan melalui email, akun OSS yang telah diaktivasi akan mendapatkan email baru yang mengandung informasi berupa *username* dan *password* yang dapat langsung digunakan. Akun OSS yang telah dikonfirmasi pendaftarannya dapat melanjutkan proses pembuatan NIB dengan melakukan tiga tahap yaitu pengisian data usaha, pengecekan data, dan validasi data. Apabila telah melalui tahapan-tahapan yang ada, maka NIB sudah terbit dan dapat diunduh.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengukuran pelaksanaan implementasi rencana bisnis pada Sawung Universe yaitu:

1. Pada legalitas usaha, Sawung Universe berhasil memiliki persyaratan hukum usaha yaitu memiliki NPWP, NIB, dan IUMK.
2. Pada hasil pemasaran, Sawung Universe mengimplementasikan strategi pemasaran STP dan *marketing mix* (bauran pemasaran). Sawung Universe menjual dan memasarkan menggunakan beberapa *platform* sosial media seperti Instagram, Shopee, dan Tokopedia. Kegiatan pemasaran yang dilakukan antara lain melakukan Instagram Ads, Shopee Ads dan Tokopedia Ads yang dipasarkan langsung oleh pihak aplikasi dan lebih banyak menjangkau akun-akun melalui postingan dan *story*, melakukan, melakukan *endorsement* pada Instagram *influencer* yang melakukan *review* pada produk Sawung Universe. Adanya hambatan yang dialami Sawung Universe pada *marketplace* Shopee membuat Sawung Universe menambah *platform* penjualan Lazada.
3. Berdasarkan hasil operasional, Sawung Universe melaksanakan penjualan melalui Shopee, Instagram, dan Tokopedia,. Berdasarkan hasil penjualan terbanyak melalui Shopee dan dibantu dengan penjualan *offline* melalui penjualan secara langsung dan melakukan konsinyasi di beberapa pondok pesantren. Sawung Universe mempunyai tatanan organisasi pemilik, bagian bahan baku, dan bagian penjualan.
4. Pada proses pengimplementasian rencana bisnis

menggunakan metode analisis SWOT, BMC, STP dan *Marketing Mix* yang digunakan oleh Sawung Universe ketika proses implementasi rencana bisnis telah berhasil diterapkan, meskipun beberapa hal tidak sejalan dengan rencana awal Sawung Universe, seperti target penjualan awal dari 400 pcs sarung namun saat implementasi bisnis Sawung Universe hanya mampu menjual 289 pcs Sarung.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Dalam melakukan suatu aktivitas pemasaran diwajibkan selalu memasarkan produk melalui Instagram, Shopee, TikTok, dan Tokopedia. Iklan berbayar yang disediakan pihak aplikasi seperti Instagram Ads, Shopee Ads, dan Tokopedia Ads dibutuhkan sebagai media pemasaran yang membantu produk supaya diketahui oleh lebih banyak orang. Tidak hanya itu, penjualan dan iklan yang ada pada aplikasi *e-commerce* lain juga dapat dilakukan karena berpotensi untuk meningkatkan penjualan. *Endorsement* melalui Instagram dan TikTok juga perlu dilakukan dengan mencari *influencer* yang sesuai dengan target pasar agar dapat berpengaruh positif terhadap penjualan produk.
2. Kegiatan operasional, agar melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan penjualan melalui pembuatan promo-promo menarik yang ada pada Shopee seperti *voucher* murah lebay, gratis ongkir Xtra, melakukan *live* produk, membuat pesan siaran ke konsumen. Penjualan melalui Tokopedia lebih ditingkatkan dengan memanfaatkan fitur-fitur iklan seperti *bundling*, *flash sale*, dan paket diskon. Pada Instagram dapat lebih ditingkatkan untuk pembuatan konten yang dapat membangun hubungan dengan pelanggan agar dapat membuat pelanggan nyaman dan dapat melakukan pembelian berulang.
3. Struktur bisnis direkomendasikan untuk melakukan perekrutan karyawan yang lebih banyak untuk menghasilkan keuntungan yang lebih dan menjadi standar keberhasilan suatu usaha.

RUJUKAN

- Alma, B. (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arwati, N. K. A. (2019) "Studi Kelayakan Pengembangan Investasi Pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut FKG Universitas Mahasaraswati Denpasar," *EJurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(6).
- Atmoko, T. (2011) *Standar Operasional Prosedur*

- (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Bangun, R. dan Nasruji (2019) "Peranan Perencanaan dan Proses Produksi Terhadap Kelancaran Pengiriman Barang di PT Team Metal Indonesia (TMI)," *Jurnal Universitas Riau Kepulauan*, 7(1).
- Bustami (2011) *Penjamin Mutu Pelayanan Kesehatan dan Akseptabilitasnya*. Jakarta: Erlangga.
- Fauzi, P. M. dan Chumaidiyah, E. (2019) "Analisis Kelayakan Serta Perancangan Aplikasi Website Pada Startup Digital Creative Fotografi Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial," *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(2).
- Istiantara, D. T. (2019) "Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Komputer Guna Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Dosen Politeknik Perkeretaapian Indonesia," *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*, 3(2).
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. 15th Editi. Pearson Education Limited.
- Kristian, W. dan Indrawan, F. (2019) "Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe," *Jurnal Universitas Kristen Maranatha*, 11(2).
- Kristiana, Y. dan Lawrence, J. (2019) "Analisis Kelayakan Bisnis Water Park di Pulau Bintan," *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 14(2).
- Mulyadi dan Zulkarnain, I. (2019) "Adaptasi Pustakawan Dalam Menghadapi Kemajuan Teknologi," *Jurnal Universitas Gajah Mada*, 15(2). doi: 10.22146/bip.39843.
- Nggini, Y. H. (2019) "Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Bali," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1). Tersedia pada: <http://journal.undiknas.ac.id>.
- Poluan, F. M. A. dan Mandey, S. L. (2019) "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)," *Journal EMBA*, 7(3).
- Saraswati, R. M. dan Pratiwi, R. R. (2019) "Analisis Kelayakan Usaha Tamarillo Yogurt di Institut Bio Scientia International Indonesia," *Jurnal Riset Entrepreneurship (JRE)*, 2(2). Tersedia pada: <http://journal.umg.ac.id/index.php/jre>.
- Siagian, S. P. (2000) *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Taufiq, A. R. (2019) "Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Rumah Sakit," *Jurna Universitas PGRI Madiun*, 12(1).
- Tjiptono, F. dan Gregorius, C. (2012) *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Wilujeng, T. A. (2019) "Analisis SWOT dan Aspek Keuangan Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Rumah Sakit Umum Wonolangan Probolinggo," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2).

Jurnal TA Saipullah 1

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.dinamika.ac.id Internet Source	2%
2	wegaprastama.wordpress.com Internet Source	1%
3	www.scribd.com Internet Source	1%
4	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	1%
5	id.123dok.com Internet Source	1%
6	jurnal.untan.ac.id Internet Source	1%
7	tutorial-akuntansi.blogspot.com Internet Source	1%
8	jurnal.ugm.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Student Paper	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On