



Pemodelan dan Simulasi Produksi untuk Mendukung Strategi Bisnis PT Majimak

Hikmah Rossyta V.¹, Rizki Puji Lestari², Nur Diana Saputri³, Dwi Rolliawati⁴

Program Studi Sistem Infrmasi, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

rossyтахikmah2@gmail.com¹, rizki.pujilestari15@gmail.com², nurdianasaputri@gmail.com³,
dwi_roll@uinsby.ac.id⁴

Abstrak

Industri kerajinan kayu merupakan industri yang masih eksis dan digemari masyarakat, kerajinan kayu tidak hanya digunakan sebagai hiasan semata namun sekarang ini sudah merambah hingga penambahan fungsi sebagai peralatan sehari-hari. Seperti pada PT Majimak yang membutuhkan suatu strategi bisnis agar dapat bersaing dengan perusahaan lokal maupun perusahaan asing. Untuk melakukan analisis dalam menentukan strategi bisnis salah satunya dapat menggunakan analisis SWOT. Dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif yang didapat dari laporan penjualan pada PT.Majimak. Penelitian ini menghasilkan faktor internal dan eksternal PT Majimak pada kuadran analisis SWOT PT Majimak berada pada kuadran I yang artinya strategi yang diterapkan membawa pada situasi yang cukup baik, maka strategi yang digunakan adalah strategi agresif atau pengembangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat mendukung strategi *turn around* dengan mengubah strategi yang dilakukan sebelumnya untuk mendapat hasil yang maksimal.

Kata Kunci: *Pemodelan dan simulasi, Supply Chain Management, Analisis SWOT*

Abstract

The wooden handicraft industry is an industry that still exists and is popular with the community, wood crafts are not only used as decoration but now it has expanded to add functions as daily equipment. As in PT Majimak which requires a business strategy in order to compete with local and foreign companies. To conduct analysis in determining business strategies, one of them can use SWOT analysis. With the SWOT analysis will get the characteristics of the main strengths, additional strengths, neutral factors, major weaknesses and additional weaknesses based on internal and external environmental analysis conducted. This research is a type of descriptive research using quantitative data obtained from sales reports at PT.Majimak. This research resulted in internal and external factors of PT Majimak in the quadrant of PT Majimak's SWOT analysis which was in quadrant I which means that the strategy adopted brought about a pretty good situation, so the strategy used was an aggressive or development strategy. So it can be concluded that the SWOT analysis can support the turn around strategy by changing the strategy carried out previously to get maximum results.

Keywords: *Modeling and simulation, Supply Chain Management, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Industri kerajinan kayu merupakan industri yang masih eksis dan digemari masyarakat. Kerajinan kayu tidak hanya digunakan sebagai hiasan namun sudah merambah hingga penambahan fungsi sebagai peralatan sehari-hari. PT Majimak merupakan salah satu PT kerajinan kayu asal Jepara yang memproduksi berbagai peralatan sehari-hari seperti piring, mangkok, sendok, garpu dan lain sebagainya. Walaupun produksi yang dihasilkan cukup unik tidak dapat dipungkiri masih terdapat banyak pesaing dalam industri kerajinan kayu. Pesaing tidak hanya berasal dari perusahaan lokal melainkan juga perusahaan asing. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lokal maupun perusahaan asing dibutuhkan strategi yang baik dan tepat sasaran.

Penentuan strategi dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu metode analisis data yaitu analisis SWOT (*strenght, weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam perusahaan yang kemudian disimpulkan untyuk menentukan strategi yang dapat digunakan. Hal penting yang perlu dilakukan analisis mendalam adalah proses produksi, proses pemasaran dan tingkat penjualan. Proses produksi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan setelah faktor pemasaran. Dalam proses produksi diperlukan beberapa hal seperti modal, tenaga kerja dan teknologi yang merupakan faktor penting yang mempengaruhi dalam proses produksi. Proses produksi dapat dilakukan kontrol dengan membuat pemodelan dan simulasi aktivitas selama proses produksi (Wahyu, 2004). Pengontrolan proses produksi dapat meningkatkan pengelolaan manajemen produksi yang tepat dan dapat digunakan dalam penentuan strategi bisnis perusahaan yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan kategori dari suatu kondisi

yakni termasuk kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities) atau ancaman (Threats). Analisis SWOT termasuk bagian dalam proses perencanaan yang digunakan untuk melakukan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran masa depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan dari institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Istiqomah & Andriyanto, 2018).

Strategi Bisnis

Menurut para ahli, perencanaan strategi jangka panjang merupakan turunan dari misi/ usaha untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik (Suci, 2009) yakni:

- a. Mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall Cost Leadership) dalam industri. Dalam upaya pengendalian biaya perusahaan dilakukan efesiensi biaya yang dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya everhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya.
- b. Mengejar untuk menciptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation). Differensiasi ini dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan differensiasi adalah perolehan laba di atas rata-rata, kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan tingginya hambatan yang masuk dan mudahnya menggantikan posisi terhadap produk pengganti
- c. Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan (focusting) pada biaya atau diferensiasi.

Strategi bisnis di atas dapat disebut dengan strategi generik yang telah dikembangkan oleh Porter (1980).

Supply Chain Logistic

Supply chain adalah sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku dasar dari alam sampai produk jadi pada konsumen yang apling akhir. (Anwar, 2013) Berdasarkan definisi diatas, maka didapatkan beberapa pemain utama supply chain yang merupakan perusahaan dengan kepentingan yang sama, yaitu :

1. Supplies
2. Manufactures
3. Distribution
4. Retail Outlet
5. Customers

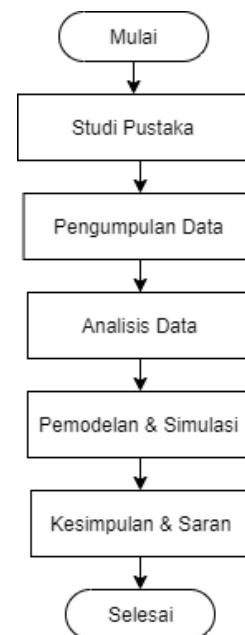
Menurut Council of Logistic Management (CLM), logistic adalah bagian dari proses manajemen rantai pasokan (Supply Chain Management) yang meliputi perencanaan, perwujudan serta pengendalian efisiensi dan efektifitas aliran dan penyimpanan barang dan jasa dan informasi terkait antara titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Logistik memiliki peran penting untuk memastikan bahwa suatu produk yang dihasilkan adalah tepat (right product) berada ditempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam kondisi yang tepat dengan harga yang tepat untuk kepuasan pelanggan. Kegiatan-kegiatan dalam kinerja logistic meliputi pergudangan, packing, kegiatan pihak ketiga, transportasi inbound dan outbound, pendistribusian, inventory control, purchasing, planning lokasi dan pengelolaan maintenance produksi dan pelanggan satisfaction (Hayati, 2014).

Pemodelan & Simulasi Produksi

Model adalah suatu analogi atau representasi sistem nyata yang dapat membantu mendeskripsikan sesuatu yang tidak dapat diamati secara langsung, sedangkan simulasi dapat diartikan sebagai suatu program atau *software* yang digunakan untuk menirukan perilaku sistem nyata (realitas) tertentu. Tujuan simulasi adalah untuk *training* atau pelatihan, *behaviour* atau studi perilaku sistem, serta *game* sebagai permainan dan hiburan (Mahessya, 2017).

METODOLOGI PENELITIAN

Alur penyelesaian penelitian dirangkum dalam flowchart metodologi penelitian berikut :



Gambar 1. Flowchart Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Deskriptif. Yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah melakukan penyelidikan keadaan, kondisi dan atau hal lain yang terkait dengan hasil yang dipaparkan dalam laporan penelitian (Arikunto, 2019) dengan menggunakan data kuantitatif yang di dapat dari laporan penjualan pada PT. Majimak.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati, mengumpulkan, mempelajari dan mencatat langsung tentang sistem pembelian sampai pembuatan laporan. Dalam metode ini setiap data dicatat langsung, sehingga dapat menghasilkan informasi yang tepat dan akurat
- b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada dilakukan kepada pemilik PT. Majimak

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menentukan strategi dalam penelitian ini adalah analisis swot, dengan meneliti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan. Terdapat 4 bagian dalam analisis SWOT yaitu *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (kesempatan) dan *threats* (ancaman).

Pada bagian *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) biasanya dipengaruhi faktor yang berasal dari internal perusahaan seperti: lokasi perusahaan, reputasi bisnis dan lain sebagainya. Sedangkan *opportunities* (kesempatan) dan *threats* (ancaman) biasanya berasal dari external perusahaan seperti: pemasok kompetitor, harga pasar dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemodelan dan Simulasi Produksi

Permodelan dan simulasi produksi dilakukan untuk memodelkan dan mensimulasikan atau menggambarkan aktivitas produksi yang disesuaikan dengan data *real* suatu produksi. Berikut adalah flowchart produksi pada PT. Majimak:



Gambar 2. Flowchart Produksi

pihak yang terlibat. Wawancara akan

Beberapa proses yang ada dalam proses produksi diantaranya :

- a. **Komponen**
Komponen adalah aktivitas mulai dari membentuk kayu sesuai pola, dan memberi lubang.
- b. **Gerinda**
Memperhalus hasil komponen dengan menggunakan alat gerinda.
- c. **Finishing**
Menghaluskan kayu menggunakan kayu dan memberi minyak dengan alat gerinda. Pada PT. Majimak terdapat 20 jenis bentuk kerajinan kayu namun memiliki proses dan lama produksi yang hampir sama. Berikut adalah data produksi pada PT. Majimak :

TABEL 1
WAKTU PROSES PRODUKSI

Proses	Min/ menit	Max/ menit
Komponen	6	9
Gerinda	6	9
Finishing	9	10

TABEL 2
DATA PRODUKSI

Rata-Rata Penjualan	2 Kali / bulan
Rata-Rata Jumlah Produk / Order	200 / Jenis

Jadi dapat disimpulkan setiap bulan akan memproduksi 8000 produk, jika libur 4 kali/bulan maka perhari akan memproduksi sebanyak 308 produk.

Implementasi Pada Anylogic

Data produksi dalam implementasi pada *anylogic*:

- 1. *Source*
Berisi poin awal dalam sebuah model. Dalam studi kasus produksi berisi jumlah produk yang diproduksi. Pada MT majimah dalam 1 hari mampu memproduksi 308 produk.
- 2. *Service*

Dalam proses produksi PT. Majimak terdapat 3 service yang terangkum dalam tabel berikut:

TABEL 3
DISTRIBUSI ELEMEN PROSES

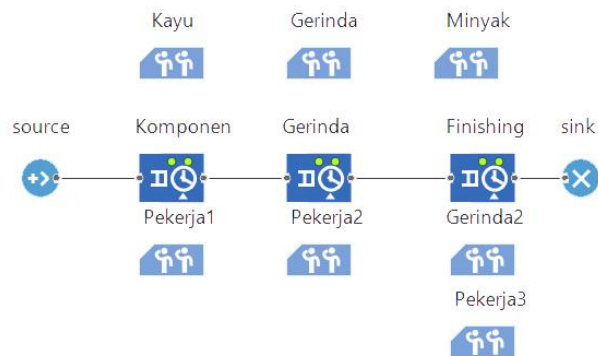
Proses	Elemen Proses	Jenis Distribusi
Komponen	Antrian produk dalam proses komponen	uniform_discr (6,10)
Gerinda	Antrian produk dalam proses Gerinda	uniform_discr (6,10)
Finishing	Antrian produk dalam proses Finishing	uniform_discr (9,12)

Dibawah ini adalah penjelasan dari tabel 3 :

- a. **Komponen**
 Pada service komponen terdapat 2 resource pool yaitu pekerja dan kayu. Pekerja pada proses komponen terdiri dari 3 orang, sedangkan kayu yang dibutuhkan sebanyak 13 papan dengan menghasilkan rata-rata 13 produk/papan. Dengan max capacity 200 dan delay time uniform_discr (6,10) karena dalam 1 hari maksimal dapat memproduksi 200 produk dengan proses komponen min 6 menit dan maksimal 10 menit.
- b. **Gerinda**
 Membentuk hasil komponen agar bentuk lebih bagus. Proses gerinda membutuhkan resource 3 pekerja dan 3 alat gerinda. Maksimum capacity 200 dan delay time uniform_discr (6,10).
- c. **Finishing**
 Menghaluskan kayu menggunakan tangan manual dan memberi minyak dengan alat gerinda. Resource yang dibutuhkan adalah 3 pekerja, 3 alat gerinda dan 3 minyak. Maksimum capacity 200 dengan delay time uniform_discr (9,12).

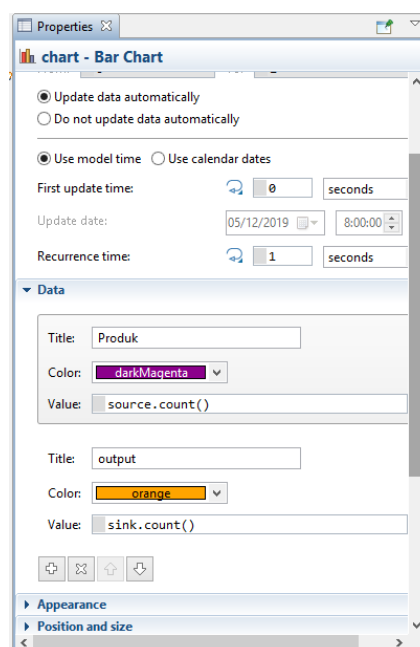
3. **Sink**
 Poin akhir pada model. Menandakan berakhirnya proses.

Berikut adalah simulasi produksi PT. Majimak pada anylogic :



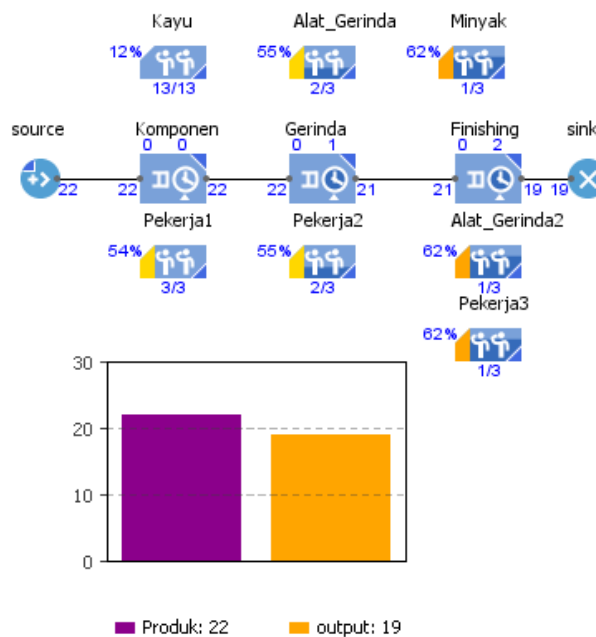
Gambar 3. Proses Simulasi pada AnyLogic

Untuk mengetahui jumlah produk yang sedang diproses dan output yang telah keluar dari proses dapat ditambahkan chart dengan menggunakan source.count() untuk menghitung produk yang masuk untuk diproses dan sink.count() untuk menghitung produk yang telah selesai diproses. Penerapan dalam anylogyc dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Bar Chart produksi

Berikut adalah hasil simulasi dan permodelan PT. Majimak pada anylogyc :



Gambar 4. Simulasi Produksi pada AnyLogic

Dapat disimpulkan dari hasil pemodelan dan simulasi PT Majimak dapat melakukan proses produksi dengan jangka waktu yang cukup singkat. Namun dari laporan penjualan PT Majimak dalam kurun waktu 1 tahun hanya mempunyai 7 nama pembeli yang sama. Hal ini dapat menjadi penghambat dalam pengembangan bisnis. Untuk itu dilakukan analisis SWOT untuk menentuka strategi dalam mengembangkan bisnis PT. Majimak

Tahap Analisis

Analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimasukkan dalam matriks faktor IFAS (*Internal Strategic Factors Analisis Summary*) yang disesuaikan berdasarkan kondisi perusahaan dengan menghitung bobot dan rating.

TABEL 4
TABEL MATRIKS IFAS

Komponen SWOT	Faktor Eksternal	Bobot	Rating (1-4)	Nilai
Kekuatan	1. Mampu memproduksi dalam jumlah besar	0,09	4	0,36
	2. Mempunyai cukup modal	0,12	3	0,36
	3. Mempunyai banyak tenaga kerja	0,06	3	0,18
	4. Memproduksi barang yang beragam	0,10	4	0,40
	5. Mempunyai peralatan yang cukup lengkap	0,08	4	0,32
	6. Stock barang yang selalu ada	0,11	3	0,33
	Total Kekuatan		0,56	21
Kelemahan	1. Penjualan hanya dilakukan freind to friend	0,12	4	0,48
	2. Melakukan perubahan harga tanpa mempertimbangan biaya produksi	0,10	3	0,30
	3. Tidak melakukan aktivitas pemasaran online	0,10	4	0,40
	4. Lokasi produksi kurang strategis	0,06	3	0,36
	5. Molornya waktu produksi	0,06	3	0,18
	Total Kelemahan		0,44	20
Total		1	28	2,85

Dilihat Dari hasil matriks IFAS pada tabel 1.1 dapat diambil kesimpulan bahwa memproduksi barang yang beragam merupakan kekuatan utama yang dimiliki dengan nilai sebesar 0,40 sedangkan kelemahan utamanya adalah penjualan hanya dilakukan *friend to friend* dengan nilai 0,48. Hal ini menunjukkan bahwa kelemahan yang dimiliki lebih besar dibanding dengan kekuatan yang dimiliki PT

Majimak.

1. Analisis Faktor External (Peluang dan Ancaman) yang dimasukkan dalam matriks faktor EFAS (*External Strategyc Factors Analisis Summary*) yang disesuaikan berdasarkan kondisi perusahaan dengan menghitung bobot dan rating.

TABEL 5
TABEL Matriks SWOT

Komponen SWOT	Faktor Eksternal	Bobot	Rating (1-4)	Nilai
Peluang	6. Menciptakan berbagai produk baru	0,12	3	0,36
	7. Dapat mengikuti trend produk kerajinan kayu	0,10	3	0,30
	8. Lingkungan yang mendukung kemudahan mendapatkan <i>resource</i>	0,11	2	0,22
	9. Peminat kerjiaan kayu yang terus meningkat	0,08	3	0,24
	10. Perkembangan teknologi dapat memudahkan dalam melakukan proses marketing	0,09	3	0,27
	Total Peluang		0,5	14
Total Peluang	1. Ketatnya persaingan dalam industri kerajinan kayu	0,13	4	0,52
	2. Adanya ancaman dari pesaing dengan ide unik	0,11	3	0,33
	3. Tingginya harga tenaga kerja	0,10	2	0,20
	4. Turunnya permintaan	0,09	3	0,27
	5. Harga bahan baku yang cukup tinggi	0,07	2	0,14
	Total Ancaman		0,5	14
Total		1	28	2,85

Peluang utama dari hasil matrix EFAS adalah Menciptakan produk-produk baru dengan nilai sebesar 0,36 sedangkan ancaman utamanya adalah persaingan yang ketat dalam industri kerajinan kayu dengan nilai 0,52. Dilihat dari hasil besarnya peluang dan ancaman dapat diartikan bahwa PT Majimak kurang dapat memanfaatkan peluang untuk mengurangi ancaman.

Tahap Pencocokkan

Tahap pencocokkan dilakukan untuk menemukan strategi yang dapat dirumuskan setelah dilakukannya analisis dan identifikasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Model yang akan digunakan adalah dengan menggunakan matriks SWOT (*Strength Weakness Opportunities Threat*).

TABEL 6
Matriks SWOT

Faktor Internal	Strength (W)	Weakness (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memproduksi dalam jumlah besar 2. Mempunyai cukup modal 3. Mempunyai banyak tenaga kerja 4. Memproduksi barang yang beragam 5. Mempunyai peralatan yang cukup lengkap 6. Stock barang yang selalu ada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan hanya dilakukan freind to friend 2. Melakukan perubahan harga tanpa mempertimbangan biaya produksi 3. Tidak melakukan aktivitas pemasaran online 4. Lokasi produksi kurang strategis 5. Molornya waktu produksi
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan berbagai produk baru 2. Dapat mengikuti trend produk kerajinan kayu 3. Lingkungan yang mendukung kemudahan mendapatkan resource 4. Peminat kerjiaan kayu yang terus meningkat 5. Perkembangan teknologi dapat memudahkan dalam melakukan proses marketing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan modal untuk mengikuti trend produk(S2, O2) 2. Melakukan stok barang produk baru (S6, O1) 3. Mengoptimalkan penjualan stok dengan memanfaatkan teknologi dalam proses marketing (S6, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan cara penjualan dengan membuka toko online sebagai bentuk pemanfaatan teknologi (W3, O5) 2. Cara penjualan friend to friend harus dirubah mengingat peminat kerjiaan kayu semakin meningkat (W1,O4)
Threat (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketatnya persaingan dalam industri kerajinan kayu 2. Adanya ancaman dari pesaing dengan ide unik 3. Tingginya harga tenaga kerja 4. Turunnya permintaan 5. Harga bahan baku yang cukup tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memproduksi produk yang beragam dan menciptakan ide unik produk (S4, T2) 2. Melakukan produksi stok jika harga bahan baku mengalami penurunan(S6, T5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan metode cross selling untuk menghadapi persaingan industri (W2, T1) 2. Molornya produksi harus diatasi dengan melakukan manajemen waktu mengingat tingginya harga tenaga kerja (W5, T3)

Kuadran Analisis Swot

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal maka diperoleh :

1. Analisis Faktor Internal

Strength (S) = 1,95

Weakness (W) = 1,72

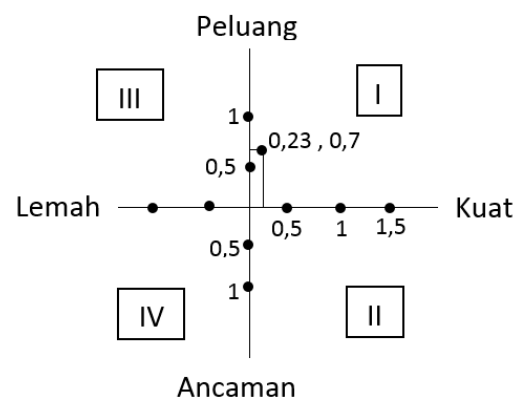
S-W = 0,23

2. Analisis Faktor Eksternal

Opportunities (O) = 1,39

Threat (T) = 1,46

O- T = 0,07



Gambar 5. Kuadran Analisis SWOT

Setelah diidentifikasi faktor internal dan

eksternal PT Majimak pada kuadran analisis SWOT PT Majimak berada pada kuadran I yang artinya strategi yang diterapkan membawa pada situasi yang cukup baik, maka strategi yang digunakan adalah strategi agresif atau pengembangan. Hasil yang diperoleh faktor eksternal lebih besar dibandingkan faktor internal.

KESIMPULAN

Strategi yang diterapkan pada *home industry* PT. Majimak selama ini masih belum efektif dimana dapat diketahui setelah dilakukannya analisis SWOT faktor internal masih lebih kecil dari faktor eksternal perusahaan sehingga perusahaan berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi *turn around* dengan mengubah strategi yang dilakukan sebelumnya untuk mendapat hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, I. (2019). Analisis SWANwar, S. N. (2013). *Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Konsep dan Hakikat*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Hayati, E. N. (2014). Supply Chain Management (Scm) Dan Logistic Management. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*, 8(1).
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363–382.
- Mahessya, R. A. (2017). Pemodelan Dan Simulasi Sistem Antrian Pelayanan Pelanggan Menggunakan Metode Monte Carlo Pada Pt Pos Indonesia (Persero) Padang. *Jurnal Ilmu Komputer*, 6(1), 15–24.
- Suci, R. P. (2009). Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 46–58.
- OT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus), 5(2), 363–382.
- Designing And Managing The Supply Chain” , Mc Graw - Hill Companies Inc, United States of America.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nizar Sapta Nuary. (2016). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Pt. Super Sukses Motor Banjarmasin Nizar.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada Pt. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang), (2).
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald ’ s Ring Road) This research aims to identify and analyze the ma rketing strategy of McDoanald ’ s Ring Road by using the SWOT analysis consisting of Strength , Weakness .
- Susilawati, Iis Mei & Harun, Muhammad. 2017. Analisis SWOT Sebagai Dasar Strategi Branding pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde Ciputat.
- Taringan, Zeplin Jiwa Husada. 2005. Perancangan Penjualan dan Perencanaan Produksi yang Terintegrasi dengan Menerapkan Teknologi Enterprise Resource Planning. *Jurnal Tenik Industri Vol.7 No.2*