

PENINGKATAN PELAYANAN PADA PT. SAUDI PATRIA WISATA KOTA METRO DILIHAT DARI ANALISIS SWOT

Muthia Maharani

Institut Agama Islam Negeri Metro
mutiamaharani180499@gmail.com

Liana Dewi Susanti

Institut Agama Islam Negeri Metro
lianadewisusanti@gmail.com

Diterima: Februari 2021	Direvisi : April 2021	Diterbitkan: Juni 2021
-------------------------	-----------------------	------------------------

Abstract: *The purpose of this research is to reveal a SWOT analysis in improving services at PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro is an analysis that has been widely used by organization, companies and government agencies. One of the reasons why this analysis is quite basic as a weapon in determining the best solution in conflicts that may occur within the company. SWOT analysis helps to determine the strengths and weakness of the company, before setting goals and logical actions on the analysis. In this research, the type of research used is field research. The nature of this research is descriptive qualitative. The results showed that PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro is in prime and stable condition so that it is possible to continue to develop, grow and achieve maximum progress.*

Keywords: *service, SWOT*

Abstrak: Penelitian ini untuk mengungkapkan analisis SWOT dalam peningkatan pelayanan pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro merupakan salah satu analisis yang telah banyak digunakan oleh organisasi, perusahaan maupun lembaga pemerintah. Salah satu alasan mengapa analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang mungkin terjadi dalam perusahaan. Analisis SWOT membantu untuk menentukan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan, sebelum menetapkan tujuan dan tindakan yang logis atas analisis tersebut. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau *field research*. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro dalam kondisi prima dan mantap sehingga memungkinkan untuk dapat terus melakukan pengembangan, tumbuh dan meraih kemajuan secara maksimal.

Kata kunci: *pelayanan, SWOT*

PENDAHULUAN

Ibadah haji dan umrah bertujuan dalam meningkatkan ketakwaan dan nilai-nilai spiritual, tidak hanya untuk menghadap ke *baitullah* namun ibadah tersebut juga merupakan pergerakan perekonomian pada setiap bidang-bidangnya. Oleh karena itu, tidak

hanya pemerintah yang memanfaatkan kesempatan ini namun juga para biro perjalanan yang menyelenggarakan haji dan umrah dengan berlomba-lomba memberikan keunggulan di berbagai fasilitas meliputi pembinaan, pelayanan dan perlindungan untuk menarik simpati jamaah. Selama ini pelaksanaan haji dan umrah dinilai kurang efektif dan efisien sehingga berdampak pada tahapan pelayanan dan perlindungannya. Bila pelayanan yang diberikan baik dan memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dinilai baik dan jamaah merasa puas. Sebaliknya, bila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dinilai buruk.¹

PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro merupakan salah satu biro penyelenggara ibadah haji dan umrah di Kota Metro. Dalam penyelenggaraannya, PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dalam hal pelayanan administrasi, transportasi, akomodasi, konsumsi, dan bimbingan manasik. Setiap pelayanan yang diberikan tentunya tidak lepas dari yang namanya kendala atau permasalahan yang muncul. Begitu juga dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro. Ketika diwawancarai, Ibu Rekha selaku staff, menjabarkan bahwa, pernah ada kelalaian dari pihak travel, yang menyebabkan *miss* komunikasi antara jamaah dan *tour guide* di tanah air dan di Arab Saudi. Contohnya, pelayanan jamaah ketika di hotel, ada jamaah yang bingung ketika hendak membuka pintu kamar, karena harus menggunakan kartu, bukan kunci. Sebelumnya jamaah tersebut tidak diarahkan oleh *tour guide*. Dan juga, ketika jam keberangkatan menuju Arab Saudi yang *delay*, maka pihak travel harus mencari cara agar jamaah tidak merasa bosan menunggu.²

Maka dari itu perlu adanya analisis pada perusahaan dalam menyikapi hal tersebut dan juga perlu adanya pengembangan dan pemberdayaan terhadap teknologi informasi dengan begitu diharapkan perusahaan dapat menemukan formulasi baru dan pelayanan prima terhadap jamaah yang akan melakukan perjalanan haji. Analisis SWOT sangat penting untuk perusahaan-perusahaan dengan melakukan strategi pengembangan membuat kerangka analisis strategi guna menemukan ide gagasan baru untuk meningkatkan serta memperbaiki kualitas pelayanan, dengan melihat peluang kekuatan dan kelemahan

¹ Abdul Aziz dan Kustini, *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik* (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2007), 22.

² Hasil wawancara dengan Ibu Rekha selaku staf PT Saudi Patria Wisata Kota Metro.

sekaligus ancaman bagi perusahaan.³ Banyaknya biro perjalanan haji dan umrah yang belum memahami akan hal itu dalam proses pengelolaan perusahaan dengan melihat sumber daya manusia yang ada di perusahaan tersebut sehingga jasa pelayanan di persepsikan tidak baik kepada calon jamaah haji.

Oleh karena itu, latar belakang masalah di atas membuat peneliti tertarik melakukan penelitian tentang analisis SWOT dalam peningkatan pelayanan. Maka peneliti mengambil judul penelitian **“Peningkatan Pelayanan Pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro Dilihat Dari Analisis SWOT”**.

LANDASAN TEORI

Pelayanan

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan layanan.⁴

Menurut Rahman Mulyawan pelayanan adalah sebagai pemberi layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan sesuai aturan pokok dan tata cara yang telah ditentukan dan ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan.⁵

Sedangkan menurut keputusan MENPAN No. 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan

³ Muhammad Febriyo Sulthon dan Didi Samanhudi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Untuk Merancang Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Servqual dan SWOT di Kedai XYZ”, *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, Vol. 01, No. 01/2020, 141-150.

⁴ Kamaruddin Sellang, Jamaluddin, dan Ahmad Mustanir, *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik* (Rappang: Qiara Media, 2019), 18.

⁵ Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (Bandung: UNPAD Press, 2016), 33.

penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁶

Dasar-Dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan.

Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu:⁷ a) Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi; b) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum; c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama pelanggan jika sudah kenal; d) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan; e) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar; f) Bergairah dengan melayani pelanggan dan menunjukkan kemampuan; g) Jangan menyela atau memotong pembicaraan; h) Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan; i) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan; j) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Banyak perusahaan yang ingin dianggap terbaik di mata jamaah. Karena jamaah akan menjadi setia terhadap produk yang akan ditawarkan. Di samping itu, perusahaan berharap pelayanan yang diberikan pada jamaah dapat ditularkan kepada calon jamaah lainnya.

Dalam prakteknya pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik bagi perusahaan dan karyawan yang bertugas melayani jamaah:⁸ a) tersedianya karyawan yang baik; b) tersedianya sarana dan prasarana yang baik; c) bertanggung jawab; d) mampu melayani secara cepat dan tepat; e) mampu berkomunikasi; f) memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik; g) berusaha memahami kebutuhan jamaah; h) mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities and threats*) adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor yang menentukan strategi

⁶ Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2005), 205.

⁸ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 117.

perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.⁹

Dengan melihat penganalisisan sebuah permasalahan analisis SWOT, yakni dalam menganalisis harus memilih dan memilah sebuah permasalahan terlebih dahulu maka akan muncul faktor-faktor strategi didalam permasalahan tersebut pada perusahaan.

Apabila dilihat dari beberapa faktor, mempertimbangkan kekuatan dan membangun kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju daripada pesaing yang ada. Demikian pula kelemahan harus diatasi agar bisnis dapat terus bertahan. Peluang yang ada harus dimanfaatkan oleh perusahaan agar penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan harus diatasi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.¹⁰

Fungsi Analisis SWOT

Analisis SWOT pada umumnya berfungsi sebagai alat analisis dalam perusahaan sebagai *planning strategy* dengan melihat sumber daya dan mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman akan sangat membantu terkait dengan mewujudkan visi dan misi perusahaan.

Manfaat Analisis SWOT

Adapun manfaat yang dapat dipetik dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:¹¹

- a) Dapat digunakan secara eksplisit untuk menentukan posisi suatu perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis.
- b) Sebagai batu loncatan untuk mencapai tujuan perusahaan.
- c) Sebagai upaya untuk meningkatkan strategi saat ini. Hal ini memungkinkan strategi bisnis untuk terus beradaptasi dengan perubahan kondisi bisnis yang muncul.

Faktor-Faktor Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya. Ada empat komponen untuk menganalisis SWOT, yaitu¹²:

⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 18.

¹⁰ Angelica Tamara, "Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 4, No. 3/ 2016, 399.

¹¹ Paulus Wardoyo, *6 Alat Analisis Manajemen* (Semarang: Semarang University Press, 2011), 2.

¹² Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus) *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 5, No. 2/ Desember 2017, 371.

a. *Strength* (kekuatan)

Strength (kekuatan) adalah kondisi internal pada perusahaan berupa kompetensi/kemampuan/sumber daya yang dimiliki yang dapat digunakan untuk menghadapi ancaman.

b. *Weakness* (kelemahan)

Weakness (kelemahan) merupakan suatu kondisi yang berdampak signifikan terhadap kinerja suatu perusahaan, pada umumnya kelemahan pada suatu perusahaan tidak dapat dihindari. Namun, faktor terpenting adalah bagaimana perusahaan dapat mengembangkan kebijakan untuk meminimalkan atau menghilangkan kelemahan tersebut.

c. *Opportunity* (peluang)

Opportunity (peluang) adalah keadaan yang berasal dari luar perusahaan, ketika dihadapkan pada keadaan eksternal tersebut, perusahaan dalam industri yang sama umumnya akan diuntungkan.

d. *Threat* (ancaman)

Threat (ancaman) adalah sebuah keadaan eksternal yang bisa mengganggu kelancaran berfungsinya organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat mencakup unsur-unsur dari lingkungan yang tidak bermanfaat pada organisasi. Kegagalan untuk mengatasi ancaman dengan segera dapat memiliki dampak jangka panjang dalam pencapaian visi dan misinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan 2 orang Staf dan 5 orang jamaah PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan metode berpikir induktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka peningkatan pelayanan jamaah haji dan umrah, PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan pelayanannya di perusahaan meskipun terdapat berbagai macam faktor yang mendukung dan menghambat. Dalam melaksanakan pelayanannya, PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro menggunakan dasar analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*treats*).¹³

Berikut adalah hasil analisis SWOT dalam peningkatan PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro Lampung yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diuraikan sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Dalam menjalankan usahanya, kekuatan-kekuatan yang dimiliki mempunyai pengaruh terhadap persaingan dan kemajuan dunia bisnis, adapun kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro sebagai berikut:

Fasilitas dan perlengkapan yang didapatkan oleh jamaah ketika mendaftar dan membayar uang muka sebesar Rp 5.000.000 yaitu koper, tas, ihram, batik, mukena dan lainnya.

Selain itu, dari segi pelayanan akomodasi PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro sangat memperhatikan jarak hotel yang dipakai oleh jamaah sebagai tempat menginap di Arab Saudi yaitu hotel bintang empat atau lima dengan jarak hotel ke masjid antara 200-350m dari Masjid Nabawi di Madinah maupun Masjidil Haram di Makkah.

Selanjutnya segi pelayanan transportasi, bahwasanya PT. Saudi Patria Wisata menggunakan transportasi bus untuk mengantar jamaah selama di Arab Saudi yang telah memiliki legalitas dari Kementerian Pariwisata dan memiliki asuransi, bus yang digunakan antara lain Bus Jameel Farouq VIP 2015/2016 dan Bus Bandar East VIP 2015/2016. Dan untuk pelayanan konsumsi jamaah disediakan makanan dengan cita rasa khas Indonesia dengan menggunakan sistem prasmanan sebanyak tiga kali sehari.

Kekuatan yang dimiliki selanjutnya yaitu harga yang bersaing. Apabila suatu produk yang sama dijual oleh pesaing dengan harga yang lebih murah, maka kemungkinan besar banyak pelanggan yang kemudian lebih memilih produk yang lebih murah. Harga yang ditawarkan jauh lebih murah dan fasilitas yang terdapat pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro sama seperti pada travel penyelenggara haji dan umrah lainnya. Selain itu, PT. Saudi Patria Wisata juga memberikan asuransi kepada jamaah mulai dari keberangkatan sampai dengan kepulangan ke Tanah Air.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang dapat mempengaruhi pencapaian laba yang diinginkan. Adapun kelemahan yang terdapat pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro yaitu

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 19.

terdapat pada sarana dan prasarana. PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro memiliki ukuran gedung kurang besar dan juga tempat parkir yang kurang memadai.

3. *Opportunities* (Peluang)

Kondisi ini merupakan suatu keadaan yang mendukung atau memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Terdapat peluang pada sumber daya manusia PT. Saudi Patria Wisata yaitu memiliki pimpinan yang sudah berpengalaman dan berkompentensi di dunia travel haji dan umrah, serta memiliki banyak relasi baik di bidang marketing, penerbangan dan akomodasi.

Selain itu dengan adanya kemajuan teknologi juga tentu membawa pengaruh yang besar terhadap perusahaan. PT. Saudi Patria Wisata memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada dalam hal promosi, seperti promosi lebih gencar melalui sosial media, dahulunya PT. Saudi Patria Wisata melakukan promosi dengan mencetak brosur dan menyebarkannya.

4. *Ancaman* (*Threat*)

Seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian, teknologi, sosial dan budaya pada masyarakat maka terdapat pula kendala atau hambatan yang terdapat pada PT. Saudi Patria Wisata. Adapun hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha travel haji dan umrah PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro yaitu perubahan sistem teknologi haji dan umrah, dikarenakan sistem pada haji dan umrah selalu mengalami perubahan atau *up-date* dan di PT. Saudi Patria Wisata kebijakannya pun selalu berubah-ubah. PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro dituntut harus cepat menyesuaikan dan menyeimbangkan dengan perubahan kebijakan mengenai sistem pada haji dan umrah yang dibuat oleh pihak Arab Saudi dan harus menyampaikan perubahan tersebut kepada jamaah dengan secara benar. Selain itu dengan naiknya harga dollar yang semakin meningkat pun akan berdampak pada ongkos naik haji maupun umrah, yang mana hal tersebut mempengaruhi terhadap jumlah jamaah yang mendaftar haji dan umrah.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis SWOT dalam peningkatan pelayanan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Saudi Patria Wisata adalah perusahaan yang bergerak di bidang travel penyelenggara haji dan umrah dengan memiliki pimpinan yang telah berpengalaman dalam dunia travel haji dan umrah, memiliki banyak relasi di berbagai bidang seperti marketing, penerbangan dan akomodasi serta dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam hal promosi. Namun demikian,

masih terdapat adanya ancaman yaitu terjadinya perubahan sistem pada haji dan umrah yang dibuat oleh pihak Arab Saudi sehingga PT. Saudi Patria Wisata dituntut untuk dapat cepat menyesuaikan dengan kebijakan yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan kepada PT. Saudi Patria Wisata agar dapat memperbaiki beberapa kondisi yang dianggap sebagai kelemahan dan ancaman pada perusahaan serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk dapat meraih peluang yang ada dalam hal pelayanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas jamaah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul dan Kustini. *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2007.
- Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus) *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 5, No. 2/ Desember 2017.
- Kasmir. *Pemasaran Bank* cet. ke-2. Jakarta: Kencana, 2005.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Mulyawan, Rahman. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: UNPAD Press, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Sellang, Kamaruddin Jamaluddin, dan Ahmad Mustanir. *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*. Rappang: Qiara Media, 2019.
- Sulthon, Muhammad Febriyo dan Didi Samanhudi. "Analisis Kepuasan Pelanggan Untuk Merancang Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Servqual dan SWOT di Kedai XYZ", *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, Vol. 01, No. 01/2020.
- Tamara, Angelica Tamara "Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 4, No. 3/ 2016.
- Wardoyo, Paulus. *6 Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Semarang University Press, 2011.