

ANALISIS STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA TOKO DUA-A

Hasniwati Pasulle *¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika
pasullehasniwati@gmail.com

Marni Daun Kalua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika
marnidaunkalua20@gmail.com

Muh Sabir

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika
muhsabir891@gmail.com

Abstract

This research aims to identify and analyze business strategies that can be implemented by Dua-A stores to increase their competitive advantage. To achieve this goal, the research method used is a descriptive method, data collection techniques used are interviews and questionnaires using the SWOT analysis instrument. The results of the research are that Toko Dua-A has sufficient business capital to be used as strength to increase the inventory capacity of Toko Dua-A, increase product added value, flexible pricing strategies, as well as evaluate business locations and employee training to create competitive advantages, provide employee training to deal with external threats and strengthening the company's internal strengths, and placing employees according to their skills and fields to reduce risks and increase operational efficiency. This research provides insight into developing strategies that suit the conditions and challenges faced by Toko Dua-A

Keywords: competitive advantage, business strategy, SWOT

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh toko Dua-A dalam meningkatkan keunggulan bersaingnya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner dengan menggunakan instrumen analisis SWOT. Hasil penelitian adalah Toko Dua-A mempunyai modal usaha yang cukup dijadikan sebagai kekuatan untuk meningkatkan kapasitas persediaan Toko Dua-A, peningkatan nilai tambah produk, strategi harga fleksibel, serta evaluasi lokasi

¹ Korespondensi Penulis.

usaha dan pelatihan karyawan untuk menciptakan keunggulan bersaing, pemberian pelatihan karyawan untuk menghadapi ancaman eksternal dan memperkuat kekuatan internal perusahaan, dan penempatan karyawan sesuai dengan keahlian dan bidangnya untuk mengurangi risiko dan meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian ini memberikan pandangan untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh Toko Dua-A

Kata kunci: keunggulan bersaing, strategi bisnis, SWOT

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, keunggulan bersaing menjadi faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Menurut Rahayu and Wanti (2014:3), menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Strategi *benefit* dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Dalam penelitian Malisa, Nasution, and Siregar (2022:174) menjelaskan bahwa tujuan dari keunggulan bersaing adalah perusahaan ingin lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya, tujuan lain strategi keunggulan bersaing adalah mempertahankan loyalitas pelanggan, mendapatkan pangsa pasar baru, dan memaksimalkan penjualan.

Memperoleh keunggulan bersaing merupakan tantangan utama bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan bisnis masa kini. Menurut Tjiptono dalam penelitian (Ekasari 2021:109), sebelum melakukan perumusan strategi pemasarannya, perusahaan harus mengamati faktor lingkungan dan memahami tujuan, kekuatan, serta kelemahan pesaing nya untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Pada dasarnya ada keterkaitan antara posisi bersaing dan strategi bisnis, di mana setiap perusahaan menempati posisi bersaing yang berbeda-beda. Setiap posisi persaingan memerlukan strategi bersaing yang berbeda pula. Perusahaan dalam posisi persaingan yang sama maupun berbeda harus menggunakan pemahaman ini untuk merancang penawaran pasar yang memberikan nilai lebih daripada penawaran pesaing nya dalam kegiatan bisnis.

Menurut penelitian (Malisa, Nasution, and Siregar 2022), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya faktor internal, faktor eksternal, dan peluang yang teridentifikasi dengan menggunakan strategi produk dan strategi pelayanan terbaik terhadap pelanggan, strategi bisnis yang digunakan sudah cukup baik namun, masih perlu dilakukan evaluasi dalam strategi untuk memperoleh strategi yang paling tepat untuk perkembangan Bubur ayam Muslimah. Sedangkan dalam penelitian (Niode 2012), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor lingkungan internal sektor usaha kecil

menengah pada industri meubel kayu dan rotan di Kota Gorontalo berada pada posisi relative cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa dalam hal strategi pengembangan sudah mencoba seoptimal mungkin untuk memanfaatkan kekuatan dan mengurangi kelemahan. Adapun faktor eksternal nya berada pada posisi cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangannya telah mencoba seoptimal mungkin untuk memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Pada sebuah penelitian terkait analisis strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada toko Dua-A, ditemukan bahwa dalam kesulitannya adalah sulit untuk bersaing dengan toko lain. Namun, fakta lain juga ditemukan bahwa kesulitan dalam bersaing dengan toko lain tidak hanya terjadi pada saat bersaing bisnis saja. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan antara penelitian yang telah dilakukan dengan fakta di lapangan.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang di saat ini di Kabupaten Mimika adalah bisnis bahan sembako, fenomena umum pada toko sembako adalah tingginya permintaan akan bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari, terutama oleh masyarakat yang tinggal di daerah yang sulit dijangkau dan terpencil. Sehingga, yang menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Toko sembako merupakan jenis usaha yang memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, sehingga permintaannya cenderung stabil dan terus meningkat dari waktu ke waktu.

Toko sembako bervariasi, ada toko yang besar dan modern, ada juga toko yang kecil dan sederhana. Namun secara umum, menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, minyak goreng, tepung terigu, susu, telur, dan sebagainya. Beberapa yang juga menyediakan barang-barang kebutuhan lain seperti obat-obatan dan alat tulis.

Persaingan di pasar cukup ketat, karena terdapat banyak perusahaan yang berdiri. Persaingan antar toko terutama berkaitan dengan harga, persediaan produk, dan pelayanan yang diberikan. Toko yang berhasil bersaing biasanya menawarkan harga yang lebih murah atau setidaknya sebanding dengan harga pesaing, produk yang berkualitas, dan pelayanan yang ramah dan profesional.

Meningkatkan nya perkembangan ritel mengakibatkan persaingan dari kebutuhan sembako untuk kebutuhan masyarakat. Fenomena persaingan yang semakin menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bertahan dan bersaing sama seperti yang di alami toko Dua-A. Toko Dua-A yang terletak di Jalan Irigasi Kabupaten Mimika, salah satu toko yang bergerak dalam usaha ritel yang mulai beroperasi pada Tahun 2018. Salah satu bisnis usaha toko yang menjual bahan sembako yang ikut serta merasakan persaingan saat ini. Persaingan yang terjadi pada toko Dua-A adalah masalah tingginya kualitas persaingan banyak toko-toko yang

sama bermunculan yang tidak jauh dari lokasi toko Dua-A dan menjual bahan yang sama dengan kelengkapan produk dan kualitas yang berbeda-beda dan berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin dan serta harga yang mampu bersaing.

Persaingan yang terjadi mengalami perubahan semakin meningkat dan ketat sehingga toko Dua-A harus menjadi yang unggul agar tetap dapat mempertahankan pelanggan dan menambah jumlah konsumen dibandingkan para pesaing. Toko Dua-A tidak hanya menjual grosir tetapi juga menjual eceran, sehingga dapat dibandingkan dengan para pesaing yang menjual barang yang sejenis. Selain itu, persaingan di pasar sembako di Timika juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lokasi Toko dan promosi. Toko sembako yang berlokasi strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen cenderung lebih diminati dari pada Toko yang lokasinya tersembunyi atau sulit dijangkau. Promosi yang menarik juga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi daya tarik konsumen terhadap Toko sembako tertentu.

Dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing, toko Dua-A perlu meningkatkan penjualan, menjaga efektivitas persediaan barang dan melakukan analisis strategi bisnis yang mendalam untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnisnya serta peluang dan ancaman di lingkungan bisnis. Dengan memahami kondisi bisnis yang ada, toko Dua-A dapat merancang strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar.

Untuk dapat bersaing dan memenangkan persaingan di pasar yang ketat, toko Dua-A perlu mengembangkan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya dan mempertahankan posisinya di mana fokus untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah, Optimalisasi Manajemen Persediaan toko Dua-A dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan mengoptimalkan manajemen persediaan. Dengan mengelola persediaan dengan baik, dapat meminimalkan biaya penyimpanan dan menghindari kekurangan persediaan yang dapat menyebabkan kehilangan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengangkat judul tentang **“Analisis Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Toko Dua-A”**.

Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang meneliti suatu kelompok, objek, kondisi, dan sistem pemikiran.

Peneliti menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, lukisan atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

Pembahasan

Untuk mengetahui strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada toko Dua-A dengan mengambil langkah strategi yang tepat terlebih dahulu telah diidentifikasi faktor-faktor yang terdiri dari internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

- a. Modal usaha yang kuat dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas persediaan.

Modal usaha adalah uang atau sumber daya keuangan yang dimiliki oleh sebuah bisnis. Jika pebisnis memiliki modal yang cukup atau kuat, hal ini dapat memberikan manfaat besar terutama dalam hal meningkatkan kapasitas persediaan. Modal usaha yang kuat dapat membantu persediaan stock barang pada toko Dua-A untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya karena produk yang selalu tersedia.

Dengan modal yang cukup, toko Dua-A bisa meningkatkan tempat penyimpanan. Dengan memiliki tempat penyimpanan yang bagus, toko Dua-A lebih mudah menjaga agar persediaannya tetap cukup. Kapasitas persediaan adalah sejauh mana bisnis dapat menyimpan barang atau produk untuk dijual.

- b. Karyawan yang kinerja baik.

Karyawan yang berkinerja baik di toko Dua-A, memiliki pemahaman yang mendalam tentang semua produk yang dijual di toko tersebut, dapat memberikan pelayanan pelanggan yang luar biasa, mampu memberikan bantuan yang ramah, membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang positif. Karyawan yang berkinerja baik juga memiliki tingkat dedikasi tinggi terhadap merek toko Dua-A. mempunyai pengetahuan mendalam tentang sejarah dan nilai-nilai perusahaan, yang dapat bagikan kepada pelanggan untuk membangun kepercayaan ikut berpartisipasi dalam program promosi dan penjualan mampu bisa menjadi juru promosi yang efektif, memberikan informasi kepada pelanggan tentang diskon, penawaran spesial, atau produk-produk yang baru yang menarik perhatian pelanggan.

Dengan memanfaatkan karyawan yang kinerja baik pada toko Dua-A untuk membantu mempromosikan produk, toko Dua-A dapat meningkatkan keunggulan

bersaing untuk memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

- c. Adanya fasilitas yang memadai dapat membantu sebuah perusahaan dalam ketersediaan stok barang dalam mengoptimalkan persediaan. Toko Dua-A memiliki gudang yang luas dan terorganisir yang dapat membantu untuk menyimpan barang dengan efisien. Dengan memiliki ruang penyimpanan yang memadai, toko Dua-A dapat membeli barang dalam jumlah besar dan menyimpannya dengan rapi, memudahkan dalam pemantauan dan pengelolaan stock.

Dengan memastikan fasilitas yang memadai, toko Dua-A dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan persediaan. Hal ini akan membantu toko Dua-A menghadapi perubahan permintaan pasar, mengurangi risiko kehilangan stok, dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan selalu menyediakan barang yang diinginkan.

2. Strategi WO (kelemahan- peluang)

- a. Menekankan nilai tambah produk atau layanan untuk membedakan dari pesaing dan Mempertimbangkan strategi harga yang lebih fleksibel atau promosi untuk menarik pelanggan.

Menekankan nilai tambah produk atau layanan sebagai strategi utama dapat menjadi kunci sukses dalam bersaing di pasar yang padat. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, konsumen sering mencari lebih dari sekadar produk atau layanan yang standar. Penerapan strategi harga yang lebih fleksibel atau promosi yang efektif menjadi langkah yang tak kalah penting. Fleksibilitas harga memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan dalam permintaan pasar, mengatasi persaingan harga, dan menarik segmen konsumen yang berbeda. Diskon, atau program loyalitas adalah contoh strategi harga yang dapat menarik pelanggan dengan cara yang berbeda.

- b. Menilai ulang lokasi usaha atau mencari cara untuk meningkatkan daya tarik toko.

Penilaian ulang lokasi usaha menjadi penting karena lokasi yang strategis dapat mempengaruhi tingkat keterjangkauan oleh target pasar. Memilih lokasi yang dekat dengan target pelanggan potensial, memiliki aksesibilitas yang baik, dan berada di area dengan lalu lintas yang tinggi dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis. Memberikan keunggulan dari segi pengalaman pelanggan, penambahan layanan tambahan juga dapat membuka peluang untuk meningkatkan penjualan. Misalnya, menyediakan layanan konsultasi produk, pelayanan pengemasan hadiah, atau program loyalitas dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang.

- c. Memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keterampilan.

Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan merupakan investasi strategis yang berdampak positif pada kinerja organisasi. Pelatihan dan pengembangan karyawan tidak hanya meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga dapat meningkatkan produktivitas, kepuasan karyawan, dan keunggulan kompetitif perusahaan. Melalui program pelatihan, karyawan dapat memperoleh pengetahuan baru, keterampilan teknis, dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap pekerjaan mereka.

3. Strategi ST (kekuatan- ancaman)

- a. Berikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan

Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan adalah suatu tindakan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dalam konteks pekerjaan karyawan toko Dua-A. Program pelatihan ini dirancang untuk memberikan karyawan pemahaman yang lebih mendalam tentang tugas dan tanggung jawab mereka, serta untuk meningkatkan keterampilan teknis yang relevan dengan pekerjaan mereka. Pelatihan dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari pengenalan terhadap teknologi baru, peningkatan produktivitas, hingga pengembangan keterampilan kepemimpinan.

- b. Karyawan yang kinerja baik

Karyawan yang memiliki kinerja yang baik dapat membantu perusahaan dalam mencapai keunggulan di mana karyawan dapat membantu memasarkan produk-produk yang ada.

4. Strategi WT (kelemahan - ancaman)

Memastikan karyawan yang bekerja sesuai pada bidangnya dan keahliannya. Dalam mempekerjakan karyawan di pastikan perusahaan harus menempatkan karyawan yang sesuai dengan bidangnya atau *skill* nya untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah di uraikan di atas, maka dapat di ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi SO (kekuatan-peluang) untuk Toko Dua-A.

Modal usaha yang kuat dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas persediaan, karyawan yang berkinerja baik dapat menjadi aset dalam

mempromosikan produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta fasilitas yang memadai dapat membantu mengoptimalkan persediaan.

2. Strategi WO (kelemahan-peluang) dapat membantu toko Dua-A.

Menekankan nilai tambah produk atau layanan, menerapkan strategi harga yang fleksibel, dan menilai ulang lokasi usaha dapat membantu menciptakan keunggulan bersaing dan meningkatkan daya tarik toko. Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan juga dapat meningkatkan keterampilan dan kontribusi mereka dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Strategi ST (kekuatan-ancaman).

Melibatkan pemberian pelatihan dan pengembangan kepada karyawan untuk memperkuat kekuatan internal perusahaan. Karyawan yang memiliki kinerja baik dapat menjadi aset dalam menghadapi ancaman eksternal, seperti perubahan dalam lingkungan bisnis atau persaingan yang ketat.

4. Strategi WT (kelamahan-ancaman).

Menekankan pada penempatan karyawan sesuai dengan keahlian dan bidangnya untuk mengatasi kelamahan internal perusahaan dan menghadapi ancaman eksternal. Memastikan bahwa setiap karyawan bekerja sesuai dengan bidangnya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko yang mungkin timbul akibat ketidaksesuaian dalam pekerjaan.

Saran

Dari kesimpulan di atas diberikan saran yaitu:

Bagi pemilik Toko Dua-A, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam aspek memperkuat kekuatan dari segi modal usaha yang kuat, dan mengembangkan peluang dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2010. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan." *Jurnal Keuangan & Bisnis* 2(1): 71–87. https://www.researchgate.net/profile/DitaAmanah/publication/322138066_Pengaruh_Harga_Dan_Kualitas_Produk_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_Pada_Majestyk_Bakery_Cake_Shop_Cabang_HM_Yamin_Medan/links/5a47523f458515f6b055df06/Pengaruh-Harga-Dan-Kualitas-Produk-Ter.
- Anwar, Iful. 2015. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Ilmu dan Riset Manajemen* 4(12): 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146/3162>.
- Bahauddin, Achmad dkk. 2020. *Manajemen Bisnis Kontemporer : Prinsip Dasar Dan Aplikasi*. Gcaindo. Ed. Gcaindo. yogyakarta: Diandra Kreatif/Mirra Buana Media (Imprint Grup Penerbitan CV. Diandra Primamitra Media) Anggota IKAPI No. 062/DIY/08).
- Ekasari, Ratna. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Marketing Strategy Analysis To Improve Competitive Advantage)." *Jurnal Ekbis* 22(1): 109. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/view/700>.
- Fauzani, Muhammad, Nurul Akramiah, and Bambang Sutikno. 2018. "Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik." *Jurnal EMA* 3(2): 107. <https://ema-jurnal.unmerpas.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/31/25>.
- Firmansyah, Fani, and Kotijah Fadilah Abdilah. 2014. "Analisis Swot Dalam Penentuan

- Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Pt. Panin Bank Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang.” *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 10(2): 81. https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/798/pdf_72.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. 12th ed. ed. Ria Dwi K. yogyakarta: Pt. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lenggogeni, Laylani, and Augusty Tae Ferdinand. 2016. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian.” *Diponegoro Journal of Management* 5(3): 2. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Malisa, Rizka Malisa, Muhammad Arifin Nasution, and Onan Marakali Siregar. 2022. “Strategi Bisnis Dalam Meraih Keunggulan Bersaing Melalui Metode Analisis Swot.” *Journal Of Social Research* 1(7): 744. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/145/202>.
- Niode, Idris Yanto. 2012. “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah Di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel Di Kota Gorontalo).” 4(2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2827/1816>.
- Nur’Aini, Fajar. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Analisis_SWOT/CRL2DwAAQB-AJ?hl=id&gbpv=1.
- Radjab, Enny. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga perpustakaan dan Penerbitan. <https://www.pdfdrive.com/metodologi-penelitian-bisnis-e44018658.html>.
- Rahayu, Deny, and Susyenni Wanti. 2014. “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Spartan Gym Pekanbaru.” *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 1(2): 3. <https://www.neliti.com/publications/33629/analisis-strategi-keunggulan-bersaing-dengan-pendekatan-analisis-swot-pada-spartan-gym-pekanbaru>.
- Rangkuty, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Edisi dela. ed. Gramedia. Jakarta.
- Tampi, Nicky Hannry Ronaldo. 2015. “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT.Telkomsel Grapari Manado).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(4): 71. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10585>.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. 3rd ed. ed. Dee Setiawan/ Aktor Sadewa. yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, and Diana Anastasia. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. ed. Giovanny. Petaling Jaya: C.V Andi Offset.