

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO FAJAR BARU

Pricillia Wanandi

Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121 – 131, Surabaya

E-mail: shiel_pricillia@yahoo.com

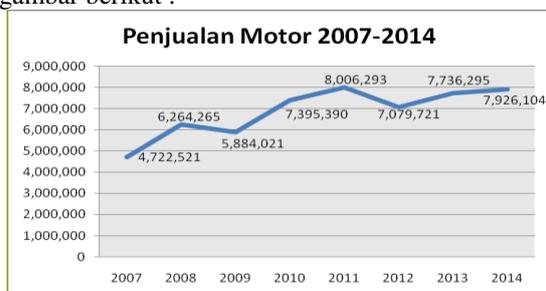
Abstract,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi lingkungan internal dan eksternal pada Toko Fajar Baru serta mengetahui penyusunan rencana strategi pengembangan bisnis pada Toko Fajar Baru. Metode penelitian yang di lakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data yang di peroleh dengan hasil wawancara pemilik Toko Fajar Baru dan karyawan beserta konsumen dan supplier dri Toko Fajar Baru. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, strategi yang cocok dalam mengembangkan bisnis Toko Fajar Baru yaitu: 1. Toko Fajar dapat melakukan penambahan modal dengan melakukan peminjaman dana di bank sehingga dapat menambah varian produk. 2. Toko Fajar dapat melakukan penambahan supplier untuk mengatasi ketergantungan yang tinggi dari pemasok. 3. Merancang sistem informasi manajemen untuk memudahkan dalam transaksi penjualan

Kata kunci: internal, eksternal , strategi pengembangan bisnis

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan era globalisasi yang semakin kompleks, memberikan dampak besar bagi perkembangan dunia bisnis. Salah satu bisnis yang terus mengalami perkembangan cukup pesat adalah perusahaan yang bergerak di industri *sparepart*. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya industri otomotif yang ditandai dengan dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat pada saat ini serta penjualan motor yang terus meningkat. Data tersebut terlihat dari data AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) seperti yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Penjualan Semua Merek Motor tahun 2007 – 2012

Gambar 1 menunjukkan bahwa potret penjualan motor 6 tahun terakhir, dimana penjualan mengalami fluktuasi yang cenderung meningkat.

Hal ini tentu berdampak juga peningkatan permintaan sparepart, sehingga menyebabkan bisnis pada industri sparepart mengalami peningkatan. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar bisnis, sehingga menuntut setiap perusahaan untuk dapat menyusun strategi agar dapat memenangkan persaingan yang ada. Persaingan bisnis semakin ketat disebabkan karena banyaknya bermunculan kompetitor – kompetitor baru yang mendirikan usaha bisnis yang sama dan sejenis. Toko Fajar Baru untuk tetap dapat survive di tengah – tengah persaingan yang ketat dan kompetitif serta Toko Fajar Baru dapat mengembangkan usaha bisninya, maka Toko Fajar Baru dituntut untuk dapat menentukan dalam memilih dan menetapkan suatu strategi bersaing yang tepat dengan menggunakan strategi pendekatan melalui analisis SWOT. Selain itu, Toko Fajar Baru dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selalu berusaha memberikan pelayanan jasa yang terbaik dengan memberikan sambutan kepada konsumen yang datang dan menanyakan apa yang dibutuhkan serta berusaha melakukan komunikasi dengan konsumen saat memberikan pelayanan.

Suatu analisis SWOT (*SWOT Analysis*) adalah pendekatan terorganisasi dalam menilai kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan serta peluang dan ancaman eksternalnya. Analisis SWOT mendorong suatu pendekatan praktis terhadap perencanaan yang didasarkan atas pandangan yang realistis mengenai situasi perusahaan serta skenario-skenario kemungkinan peristiwa dan kondisi yang akan terjadi (Boone dan Kurtz, 2007). Perusahaan harus menganalisis pasarnya dan lingkungan pemasarannya agar menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman dari lingkungannya. Perusahaan harus menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta tindakan perusahaan di dalam pemasaran saat ini dan yang mungkin dilakukan untuk menentukan peluang mana yang paling baik untuk dikejar.

Strategy

Menurut David (2011) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetahuan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*.

Sehingga dalam artian lebih luas strategi bersaing meliputi kekuatan-kekuatan sosial

sebagaimana juga kekuatan-kekuatan ekonomi, aspek utama dari lingkungan perusahaan adalah industri. Sebuah perusahaan harus berjuang mencapai keuntungan kompetitif secara berkelanjutan, berupa (1) terus beradaptasi untuk berubah dalam tren eksternal dan kapasitas internal, kemampuan dan sumber daya; dan (2) perencanaan efektif, implementasi, dan evaluasi strategi yang berperan besar (David, 2011).

Lingkungan Internal dan Eksternal

Penerapan strategis pemasaran suatu perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan yang dapat dicapai oleh perusahaan, yaitu faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, serta faktor-faktor eksternal yang dapat berupa peluang maupun ancaman bagi perusahaan dan menentukan lingkungan persaingan bagi perusahaan.

Analisis Lingkungan Internal

David (2011) lingkungan internal merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan pada area fungsional bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen. Lingkungan internal juga termasuk sumber daya yang meliputi sumberdaya manusia (*human resources*) seperti pengalaman (*experiences*), kemampuan (*capabilities*), pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan pertimbangan (*judgment*) dari seluruh pegawai perusahaan, sumber daya perusahaan (*organizational resources*) seperti proses dan sistem perusahaan, termasuk strategi perusahaan, struktur, budaya, manajemen pembelian material, produksi/operasi, keuangan, riset dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian), dan sumber daya fisik seperti (pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi).

Menurut David (2011), terdapat beberapa faktor yang diidentifikasi dalam lingkungan internal perusahaan, yaitu:

- a. Pemasaran
Kotler (2009) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.
- b. Penelitian dan Pengembangan
Sugiyono (2011) mendefinisikan penelitian dan pengembangan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut.
- c. Produksi dan Operasi
Produksi adalah suatu proses dalam menghasilkan suatu produk, dimulai dari produk mentah sampai dengan produk yang bisa

dipakai dan bernilai guna. Sedangkan operasional adalah suatu aktivitas bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang, serta menggunakan alat dan teknik.

- d. Sistem Informasi Manajemen
Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah bagian dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi, dan prosedur oleh akuntansi manajemen untuk memecahkan masalah bisnis seperti biaya produk, layanan, atau suatu strategi bisnis.
- e. Keuangan/Akuntansi
Analisis rasio keuangan adalah metode yang paling luas digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dalam area investasi, pembiayaan, dan dividen.
Tujuan dari analisis lingkungan internal adalah untuk mengetahui suatu daftar kekuatan (*strength*) yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi dan daftar kelemahan (*weakness*) yang harus dihindari oleh organisasi.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal adalah analisis mengenai faktor-faktor eksternal atau merupakan situasi dan kondisi yang berada di luar organisasi secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan suatu daftar peluang (*opportunity*) yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi dan daftar ancaman (*threats*) yang harus dihindari oleh organisasi.

Menurut Porter, hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan, yaitu (David, 2011) :

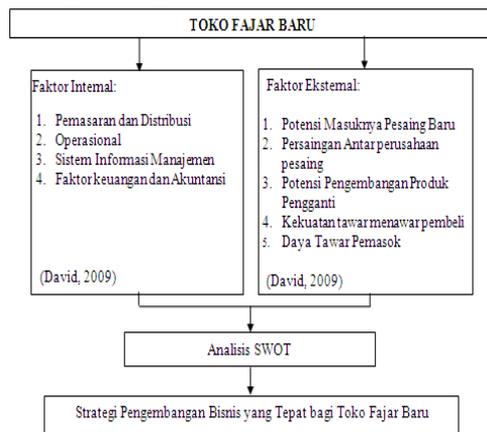
- a. Persaingan antar perusahaan saingan (*Rivalry Among Existing Firms*)
- b. Ancaman dari masuknya pesaing potensial (*Threat of potential New Entrants*)
- c. Ancaman dari Produk Substitusi (Threat of Substitute Products)
- d. Daya Tawar Pemasok (Bargaining power of supplier)
- e. Daya Tawar Pembeli (Bargaining power of Buyer)

Analisis SWOT

Menurut David (2011), matriks SWOT adalah alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer, digunakan untuk mengembangkan empat tipe strategi, yaitu : Strategi SO (*Strength-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strength-Threats*), dan Strategi WT (*Weakness- Threats*). Dalam analisis SWOT diasumsikan bahwa strategi yang sukses adalah yang mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang serta dalam waktu yang lama mampu meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Kotler (2009:88) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Kerangka Berpikir



Gambar 2. Kerangka Berpikir

11. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014 p.9).

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak internal (owner, ahli dalam bidang sparepart, dan pelanggan tetap) yang memahami kondisi perusahaan. Dan objek penelitian ini adalah pengelolaan dan pengembangan strategi bisnis di Toko Fajar Baru.

Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah dengan analisis SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor penjualan strategis perusahaan. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan,

sehingga dapat ditetapkan strategi bersaing yang tepat.

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007). Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

11.1. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lingkungan Internal

1. Operasional

Toko Fajar Baru telah memiliki SOP yang disesuaikan dengan posisi masing-masing karyawan. SOP yang ada dalam Toko Fajar Baru dapat membantu mengatur setiap kegiatan operasional yang dilakukan dapat berjalan sesuai prosedur yang ada, yang mana hal tersebut bertujuan untuk membantu meminimalisir kesalahan dalam melakukan pekerjaan.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasional, Toko Fajar Baru juga memiliki sarana yang memadai dalam memudahkan mengkomunikasikan suatu pekerjaan, yang mana Toko Fajar Baru memiliki sarana yang memadai dalam memberikan kemudahan komunikasi dengan adanya telepon dan media.

Dalam melakukan evaluasi terhadap setiap proses operasional perusahaan, Toko Fajar Baru selalu belajar dari kesalahan-kesalahan yang terjadi yang kemudian dicari solusi untuk dilakukan perbaikan.

2. Sistem Informasi Manajemen

Toko Fajar Baru memiliki rencana membuat sistem informasi pada sistem penjualan seperti sistem ketersediaan barang, sehingga barang yang sold out akan diketahui dengan sistem tersebut. Hal tersebut dapat memberikan kemudahan pada sistem penjualan yang dapat lebih memudahkan melakukan transaksi-transaksi dan memberikan kemudahan melakukan pengecekan stok barang data yang lebih akurat. Dalam memberdayakan sistem informasi manajemen agar dapat dimaksimalkan dengan baik, Toko Fajar Baru memberikan pelatihan kepada karyawan guna dapat meningkatkan kemampuan dan ketrampilan karyawan dalam menggunakan sistem informasi

yang ada agar penggunaan sistem informasi tersebut dapat maksimal.

3. Keuangan dan Akuntansi

Toko Fajar Baru melakukan penambahan modal guna melakukan penambahan varian produk untuk meningkatkan investasi bengkel motor Toko Fajar Baru. Akan tetapi, Toko Fajar Baru memiliki kendala pada hal keuangan terkait dengan adanya piutang yang tidak dibayar karena keterlambatan pembayaran dari pelanggan. Dalam menyikapi hal ini, perusahaan memberikan kebijakan atau syarat untuk pembayaran contohnya memberikan tenggang waktu yang kemudian diminta untuk segera dilunasi. Hal tersebut tentu saja dapat menjadi kendala dalam hal keuangan, sehingga memerlukan adanya strategi dalam mengatasi kendala keuangan tersebut. Sejauh ini Toko Fajar Baru memiliki cara dalam mengatasi kendala keuangan dengan mengcover dengan uang toko dan mengurangi penambahan barang.

Lingkungan Eksternal

1. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Potensi Masuknya Pesaing Baru tidak terlalu tinggi, karena untuk membuka usaha bengkel dan toko spareparts pada umumnya diperlukan atau dibutuhkan modal yang besar karena biaya yang dibutuhkan untuk membeli barang-barang sebagai modal sangat besar mencapai 500 juta. Disisi lain, Toko Fajar Baru telah dapat mengantisipasi dengan adanya produk yang lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing yang ada. Akan tetapi dapat menjadi ancaman jika terdapat toko baru yang menawarkan harga lebih murah

2. **persaingan antar perusahaan pesaing**, seperti halnya Toko Fajar Baru yang memiliki pesaing potensial yaitu Toko Fortuner yang merupakan pesaing yang lebih dahulu ada. Banyaknya para pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang yang sama menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi antar pelaku bisnis sehingga terus berinovasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan memenangkan persaingan. Dalam hal ini, Toko Fajar Baru memiliki cara dalam menghadapi persaingan diantara para pesaing, yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk serta memberikan harga bersaing.

3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Untuk potensi pengembangan produk pengganti tidak menunjukkan adanya dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis Toko Fajar Baru, karena produk pengganti diketahui memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan produk Toko Fajar Baru, demikian juga dengan harga yang ditawarkan memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan Toko Fajar Baru.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan tawar menawar pembeli sangat tinggi karena pelanggan yang dimiliki Toko Fajar Baru merupakan pelanggan lama yang sering melakukan pembelian. Akan tetapi, Toko Fajar Baru memiliki kendala dalam mendapatkan pelanggan baru terkait dengan jarang dilakukannya promosi yang hanya memanfaatkan aktivitas mulut ke mulut. Terkait dengan daya tawar pemasok, perusahaan memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti pemasok yang dapat mendukung kegiatan bisnis perusahaan. Produk pemasok merupakan input penting bagi bisnis pembeli, karena pemasok memiliki peran penting dalam menentukan mutu produk, biaya, pengembangan produk, dan akses pembiayaan bagi perusahaan sehingga hal tersebut sangat bergantung pada kualitas pemasok yang dipilih. Adapun pemasok yang kuat bagi Toko Fajar Baru adalah pemasok yang selalu tepat dalam pengiriman barang, lengkap terhadap jenis dan merk yang di butuhkan oleh toko, dan memiliki harga yang lebih murah. sejauh ini Toko Fajar Baru memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan pemasok, karena hanya memiliki beberapa supplier tetap yang memasok barang-barang spareparts

Analisis SWOT

Analisis swot Toko Fajar Baru sebagai berikut :

1. *Strength (S)*

- Memiliki sistem pengawasan dalam distribusi.
- Memiliki beberapa karyawan yang ditempatkan dalam beberapa bagian sesuai dengan kemampuannya.
- Memiliki standar operasional prosedur pada masing-masing bagian.
- Memiliki sarana yang memadai dalam memberikan kemudahan komunikasi dengan adanya telepon dan media online.
- Melakukan penambahan modal untuk meningkatkan investasi bengkel motor.
- Mampu mengatasi kendala keuangan dengan mengcover dengan uang toko dan mengurangi penambahan barang.

2. *Weakness (W)*

- Jarang melakukan aktivitas promosi dan hanya mengandalkan aktivitas mulut ke mulut.
- Belum memiliki sistem informasi penjualan.
- Piutang yang tidak dibayar karena keterlambatan pembayaran dari pelanggan.
- Tidak ada patokan atau kriteria khusus dalam pengukuran kinerja karyawan.

3. *Opportunity (O)*

- Memiliki kelebihan dalam produk yang ditawarkan lebih berkualitas dibandingkan dengan kompetitor.

- b. Produk substitusi memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan produk spareparts yang ditawarkan.
 - c. Memiliki pelanggan yang sudah lama.
 - d. Memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti pemasok
4. **Threats (T)**
- a. Modal yang tidak terlalu besar untuk membuka usaha bengkel dan spareparts.
 - b. Adanya toko baru yang menawarkan harga lebih murah.
 - c. Adanya dukungan kebijakan pemerintah.
 - d. Memiliki pesaing potensial yang terlebih dahulu ada.
 - e. Memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan pemasok.

di bank sehingga dapat menambah varian produk.

- 2. Toko Fajar dapat melakukan penambahan supplier untuk mengatasi ketergantungan yang tinggi dari pemasok.
- 3. Merancang sistem informasi manajemen untuk memudahkan dalam transaksi penjualan.

Setelah dilakukan penelitian pada Toko Fajar Baru diharapkan:

- 1. Toko Fajar Baru dapat meningkatkan aktivitas promosi seagar dapat lebih dikenal oleh banyak konsumen.
- 2. Diharapkan agar Toko Fajar Baru dapat memaksimalkan kemampuan karyawan dengan memberikan pelatihan-pelatihan khusus guna meningkatkan skill karyawan dalam memberikan pelayanan. :

Tabel 1. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelurahan (W)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki sistem pengawasan dalam distribusi. Memiliki beberapa karyawan yang ditempatkan dalam beberapa bagian sesuai dengan kemampuannya. Memiliki standar operasional prosedur pada masing-masing bagian. Memiliki sarana yang memadai dalam memberikan kemudahan komunikasi dengan adanya telepon dan media online. Melakukan penambahan modal untuk meningkatkan investasi bengkel motor. Mampu mengatasi kendala keuangan dengan menggoesrdengan uang tabo dan mengurangi penambahan barang 	<ol style="list-style-type: none"> Jarang melakukan aktivitas promosi dan hanya mengandalkan aktivitas mulut ke mulut. Belum memiliki sistem informasi penjualan. Piutang yang tidak dibayar karena keterlambatan pembayaran dari pelanggan. Tidak ada patokan atau kriteria khusus dalam pengukuran kinerja karyawan.
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki kelebihan dalam produk yang ditawarkan lebih berkualitas dibandingkan dengan kompetitor. Produk substitusi memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan produk spareparts yang ditawarkan. Memiliki pelanggan yang sudah lama. Memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti pemasok. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan sistem pengawasan melalui pengontrolan barang secara sistematis. Meningkatkan investasi dengan penambahan modal melalui pinjaman dana bank. Memanfaatkan sarana komunikasi seperti media online untuk menambah pelanggan. Meningkatkan hubungan kerjasama dengan para pemasok dengan menjalin hubungan baik.
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Memiliki kelebihan dalam produk yang ditawarkan lebih berkualitas dibandingkan dengan kompetitor. Produk substitusi memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan produk spareparts yang ditawarkan. Memiliki pelanggan yang sudah lama. Memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti pemasok. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan sistem pengawasan melalui pengontrolan barang secara sistematis. Meningkatkan investasi dengan penambahan modal melalui pinjaman dana bank. Memanfaatkan sarana komunikasi seperti media online untuk menambah pelanggan. Meningkatkan hubungan kerjasama dengan para pemasok dengan menjalin hubungan baik. 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan aktivitas promosi seperti melalui media online atau penyebaran brosur. Memberikan jangka waktu yang wajar pada pemberian piutang kepada pelanggan. Menentukan patokan bagi pengukuran kinerja karyawan.
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Modal yang tidak terlalu besar untuk membuka usaha bengkel dan spareparts. Adanya toko baru yang menawarkan harga lebih murah. Adanya dukungan kebijakan pemerintah. Memiliki pesaing potensial yang terlebih dahulu ada. Memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan pemasok. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kemampuan karyawan melalui adanya pelatihan. Meningkatkan penambahan modal dengan melakukan pinjaman dana di bank. Mencari pemasok lainnya yang juga menawarkan harga murah untuk mengatasi ketergantungan yang tinggi dengan pemasok. 	<ol style="list-style-type: none"> Merancang adanya sistem informasi penjualan agar dapat memudahkan transaksi penjualan. Memberikan adanya bonus pada karyawan yang aktif dalam melakukan promosi kepada orang sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

David, F.R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat

David, F.R.. 2011. *Manajemen Strategis : Konsep*. Jakarta : Salemba Empat

Boone, L.E., dan D.L. Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat

Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Moekijat, M. 2007. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa informan guna menjawab tujuan penelitian untuk mengetahui mengetahui pengembangan strategi bisnis yang tepat untuk digunakan oleh Toko Fajar Baru didapatkan hasil yang di simpulkan :

- 1. Toko Fajar dapat melakukan penambahan modal dengan melakukan peminjaman dana