

Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

RIMA MEILINDA

¹Program Magister Pendidikan Ekonomi, Pascasarjana Universitas Palangka Raya

* Correspondence author: rimameilinda@gmail.com ; Tel.: +xx-xxx-xxx-xxxx

Abstract: This study aims to know: (1) the Marketing mix strategy on education service at SMA 1 Muhammadiyah Palangkaraya (2) a SWOT analysis to marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, physical evidence and process) at SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. This study used qualitative descriptive approach, by using data collection method of observation, interview and documentation. The main informants of this study were principal, vice principal, students and parents of the students. The procedures of processing data were be started from the data reduction phase, data presentation, and conclusion/verification. Based on the results of the study: The appropriate marketing strategy was be applied to SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya, was the ST Strategy (strength and threats). This strategy had been applied where the strength of the school was used to overcome the threats that may be encountered in developing the product and building the image of product to the perspective of prospective students. This school tried to make the prospective students providing a positive response about the products that school offered. Building of Image was influenced by familiarities, familiarities was influenced by the amount of information that were received by new prospective students from the others personal experience or from the mass media. Utilizing the web information media or direct face-to-face services were the way to attract new students, in this way the school created a friendly and open impression to provide pleasure for prospective students. Then, the school provided information efficiently without reducing the quality of products related to religious education in SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. The information referred here was to give the parents feeling calm and comfortable when they entrusted their children to study in SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. The explaining information included that in this school beside teaching formal education also building the students' aqidah, then in this school taught tadarus Al'quran for the students, which was useful to train the students in reading Al'quran, and instilling shalat on the time, when adzan zuhur reverberated all of the students obliged to the mosque to do shalat zuhur together.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing mix

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi bauran pemasaran pada layanan pendidikan di SMA 1 Muhammadiyah Palangkaraya (2) analisis SWOT untuk strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses) di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan utama dari penelitian ini adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah, siswa dan orang tua siswa. Prosedur pengolahan data dimulai dari tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan / verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian: Strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya, adalah Strategi ST (kekuatan dan ancaman). Strategi ini telah diterapkan di mana kekuatan sekolah digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dihadapi dalam mengembangkan produk dan membangun citra produk ke perspektif calon siswa. Sekolah ini berusaha membuat para calon siswa memberikan respon positif tentang produk yang ditawarkan sekolah. Membangun Citra dipengaruhi oleh keakraban, keakraban dipengaruhi oleh jumlah informasi yang diterima oleh calon siswa baru dari pengalaman pribadi orang lain atau dari media massa. Memanfaatkan media informasi web atau layanan tatap muka langsung adalah cara untuk menarik siswa baru, dengan cara ini sekolah menciptakan kesan ramah dan terbuka untuk memberikan kesenangan bagi calon siswa. Kemudian, sekolah memberikan informasi secara efisien tanpa mengurangi kualitas produk terkait pendidikan agama di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Informasi yang dimaksud di sini adalah untuk membuat orang tua merasa tenang dan nyaman ketika mereka mempercayakan anak-anak mereka untuk belajar di SMA

Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Informasi yang menjelaskan termasuk bahwa di sekolah ini selain mengajar pendidikan formal juga membangun aqidah siswa, kemudian di sekolah ini mengajarkan tadarus Al'quran untuk siswa, yang berguna untuk melatih siswa dalam membaca Al'quran, dan menanamkan shalat pada Waktu, ketika adzan zuhur bergema semua siswa diwajibkan ke masjid untuk melakukan shalat zuhur bersama.

Kata kunci: Analisis SWOT, Marketing mix

1. PENDAHULUAN

Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Analisa ini bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subjektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda ke empat bagian tersebut. Hal ini diwajibkan, karena analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan *output* berupa arahan dan tidak memberikan solusi “ajaib dalam sebuah permasalahan. SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya adalah salah satu sekolah swasta di kota Palangka Raya, lokasi sekolah ini berada di tengah kota tempat yang strategis di lalui juga oleh jalur angkutan umum, sehingga memudahkan siswa dalam hal transportasi menuju sekolah. Kemudian sekolah ini juga memiliki akreditasi yang sangat bagus yaitu akreditasi A. Tenaga pengajar di Sekolah ini sebagaimana sudah memegang gelar master pendidikan, dilihat dari hal ini dalam hal kualitas tenaga pengajar sudah sangat berkualitas. SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya memiliki fasilitas laboratorium IPA, laboratorium komputer dan sudah dua tahun ini melaksanakan ujian nasional berbasis komputer, dan pada tahun lalu untuk sekolah swasta SMA Muhammadiyah menjadi pelopor pertama dalam mengadakan ujian nasional berbasis komputer. Kemudian sekolah ini juga punya lab skill menjahit, dimana siswa ataupun siswi yang memiliki minat dalam mendesain baju atau menjahit akan di arahkan dan di latih di lab skill tersebut. Berdasarkan pada kualitas output atau kelulusan siswa pada SMA Muhammadiyah setiap tahunnya selalu lulus 100%. Dan hal di atas dalam penerimaan siswa tiap tahun SMA Muhammadiyah masih tergolong cukup rendah, kurang dari 150 siswa yang di terima tiap tahunnya. Kelemahan dari SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya adalah biaya sekolah yang terpatok cukup tinggi bagi kalangan menengah ke bawah, biaya sekolah juga kalau di dibandingkan dengan para kompetitor lain jauh lebih tinggi. Hal ini bisa menjadi faktor pembanding dari segi harga atau biaya sekolah bagi orang tua siswa yang ingin menyekolahkan anaknya di sini. Di era yang krisis moral dan kejujuran seperti ini diperlukan peran serta pendidikan agama yang lebih dominan. SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya adalah salah satu sekolah terbaik yang menjalankan pendidikan formal dan agama secara beriringan, karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, ini adalah peluang yang sangat strategi bagi pentingnya manajemen pengembangan lembaga pendidikan. Proses penggunaan manajemen analisa SWOT menghendaki adanya suatu survei internal tentang strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) program, serta survei eksternal atas opportunities (ancaman) dan threats (peluang/kesempatan). Pengujian eksternal dan internal yang terstruktur adalah sesuatu yang unik dalam dunia perencanaan dan pengembangan kurikulum lembaga pendidikan. Para administrator atau pengelola sekolah harus berperan sebagai penggagas atau inovator dalam merancang masa depan lembaga yang mereka kelola. Strategi-strategi baru yang inovatif harus dikembangkan untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan akan melaksanakan tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mendatang, melihat dari fenomena yang dihadapi sekolah ini maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “ ANALISIS SWOT MARKETING MIX PADA SMA MUHAMMADIYAH 1 PALANGKA RAYA”

2. METODE

Metode penelitian merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang metode-metode penelitian, ilmu tentang alat-alat dalam penelitian. Untuk menunjang penulisan tesis ini, harus

diperhatikan jenis penelitian apa yang sebaiknya digunakan serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang tepat untuk mendukung penulisan penelitian ini. Berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian dengan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. 1) **Observasi** menurut Kusuma (1987:25) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi nonpartisipan. Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi partisipan. Observasi partisipan yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diselidiki. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian. 2) **Wawancara**, Dalam teknik pengumpulan menggunakan wawancara hampir sama dengan kuesioner. Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam (in-depth interview). Namun disini peneliti memilih melakukan wawancara mendalam, ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi, Sulisty-Basuki (2006:173). Untuk menghindari kehilangan informasi, maka peneliti meminta izin kepada informan untuk menggunakan alat perekam. Sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian. 3) **Studi Pustaka**, Yaitu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian. 4) **Dokumentasi**, Dokumen menurut Sugiyono, (2009:240) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis lingkungan internal

3.1.1. Produk SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

Kualitas produk memegang peran penting dalam masalah kepuasan konsumen. Pengemasan produk yang baik akan memberikan citra baik sekolah di mata para calon siswa. Produk utama dalam yang di tawarkan oleh SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya, Adalah menawarkan dua jurusan yaitu jurusan IPA dan jurusan IPS, di mana ketika penjurusan ini di tentukan oleh nilai terakhir siswa ketika di SMP dan minat siswa itu sendiri. Maka dari itu SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya memfokuskan keunggulan produknya pada dua jurusan ini. Dua jurusan ini di dukung penuh dengan fasilitas yang memadai dan bersaing. Kemudian kekuatan yang di miliki SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya dalam variabel produk jasa ini adalah SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya telah menerapkan kurikulum 2013 di kelas X, dan para guru yang mengajar disini sudah sering mengikuti pelatihan kurikulum 2013, selain itu SMA Muhammadiyah juga telah terakreditasi dan memiliki Akreditasi A.

3.1.2. Penetapan Harga SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

Harga suatu produk merupakan nilai yang diterima oleh calon siswa sebagai pengorbanan yang harus dikeluarkan. Bagi sekolah harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses pembelajaran serta untuk pengembangan fasilitas dan ini juga di tujukan untuk kenyamanan siswa dalam proses belajar mengajar

Harga yang di tawarkan memang cukup tinggi dari para kompetitor, tetapi dari segi pengadaan fasilitas penunjang pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya selangkah lebih maju dari para kompetitor lain. Dan bisa di katakan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya memiliki fasilitas yang tidak kalah bersaing dari Sekolah lain, ini dikarenakan harga yang di tawarkan berdampak dengan fasilitas dan kepuasan para siswa.

3.1.3. Tempat SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

Tempat strategis dapat dilihat atas pertimbangan dimana tempat atau lokasi sekolah mudah dijangkau dan diakses oleh siswa dan dinilai cukup strategis. SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya bertempat di jalan RTA.Milono KM 1,5 berada di tengah kota Palangka Raya. Dan melewati jalur angkutan umum yang memudahkan siswa apabila siswa tersebut tidak menggunakan motor ke sekolah.

3.1.4. Promosi SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

Promosi merupakan kegiatan penting untuk mencapai *goal* pemasaran produk sekolah. Promosi dapat dikatakan berhasil apabila produk yang ditawarkan mendapat respon positif dari konsumen. Dalam kegiatan promosi SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya ditinjau dari media yang digunakan sudah tepat. Promosi SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya ingin meningkatkan jumlah siswa, maka tidak hanya pada bagian humas ataupun bagian tertentu saja. Tetapi seluruh anggota guru maupun staf bekerja sama untuk melakukan promosi sekolah, di mulai dari menyiapkan brosur, spanduk, hingga pembagian posisi dari para tim yang melakukan sosialisasi ke SMP dan MTs di kota Palangka Raya, kemudian ada juga tim yang siap di sekretariat untuk memberikan informasi kepada orang tua siswa baru. SMA Muhammadiyah juga memanfaatkan media TVRI Kalteng sebagai sarana untuk mempromosikan sekolah kepada masyarakat.

3.1.5. Orang

Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Pada hakikatnya, SDM berupa orang-orang yang dipekerjakan di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk kemajuan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Dan orang-orang yang menjadi penggerak jalannya kegiatan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya ini adalah orang yang memiliki standar pendidikan strata dua (S2), ini menjadi keunggulan di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Selain faktor pendidikan yang menjadi patokan kemampuan serta tanggung jawab yang diberikan kepada para SDM di SMA Muhammadiyah tidak dapat di ragukan lagi.

3.1.6. Fasilitas Penunjang SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya

Sarana dan fasilitas penunjang digunakan untuk mendukung proses belajar mengajar SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya memiliki fasilitas dan sarana yang cukup untuk mendukung kegiatan belajar siswa dan memberikan kenyamanan kepada siswa saat belajar, sehingga pada saat ini SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya tidak memiliki kendala yang berkaitan dengan sarana dan fasilitas penunjang

3.1.7. Proses

Proses belajar mengajar yaitu pendidikan formal dan nilai agama islam berjalan secara beriringan Proses adalah semua aktivitas yang dijalankan. Dimulai dari jam pelajaran pertama siswa secara bersamaan melantunkan ayat suci Al Quran atau sering di sebut Tadarus Al Quran, dan pada waktu zuhur tiba, semua siswa diwajibkan untuk sholat zuhur berjamaah di mesjid Darul Arqam. Dan sampai saat ini proses yang ada di SMA Muhammadiyah antara pendidikan formal yang di selingi dengan kegiatan keagamaan tidak memiliki kendala dan berjalan dengan lancar.

3.2. Analisis lingkungan eksternal

3.2.1. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi akan mempermudah dan memperlancar pelayanan kepada siswa Selain itu perkembangan teknologi juga dapat menunjang kinerja sekolah secara keseluruhan.

Perkembangan teknologi bagi SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya berdampak positif dalam menunjang proses belajar dan sekarang pemerintah sudah memberikan kebijakan bahwa ujian nasional beralih menjadi Ujian Nasional Berbasis Komputer

3.2.2. Kebijakan pemerintah

Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah seringkali memberi pengaruh besar terhadap SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya kebijakan pemerintah memberikan bantuan operasional sekolah atau lebih di kenal dengan dana BOS sangat memberikan bantuan untuk pembangunan serta pengembangan SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya.

3.2.3. Struktur persaingan

Munculnya sekolah swasta baru di wilayah Palangka Raya juga menjadi pesaing yang perlu diwaspadai. SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya harus mengupayakan sesuatu yang lebih dimata calon siswa agar usaha tetap kokoh dan mampu berkembang di tengah persaingan di dunia pendidikan ini.

3.3. Analisis SWOT

Data dari SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya yang telah dikumpulkan dan dilakukan analisis pada faktor internal dan eksternal kemudian digunakan untuk menentukan faktor strategis perusahaan untuk analisis SWOT. Faktor internal dan eksternal pelaksanaan pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya sebagai berikut:

3.3.1. Kekuatan

1. Memiliki tempat yang strategis
2. Seluruh guru dan staf SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya ikut serta dalam mempromosikan sekolah
3. Memiliki Sumber Daya Manusia yang sudah menempuh pendidikan strata dua
4. Memiliki fasilitas yang lengkap.

3.3.2. Kelemahan

1. Penetapan harga yang lebih tinggi dari kompetitor lain
2. Resiko penurunan jumlah siswa
3. Keterbatasan guru yang linier dengan mata pelajaran yang sesuai

3.3.3. Peluang

1. Dampak positif dari ketetapan produk yang di tawarkan
2. Citra Muhammadiyah yang sudah terkenal di mata masyarakat
3. Pelayanan terhadap calon siswa ketika mereka memerlukan informasi sebelum mendaftar.
4. Respon positif dari orang tua mengenai pendidikan agama islam di sekolah.

3.3.4. Ancaman

1. Tingkat persaingan antar sekolah yang cukup tinggi
2. Tidak memiliki jurusan bahasa seperti sekolah menengah atas pada umumnya
3. Kebijakan pemerintah mengenai dana bantuan operasional sekolah yang di nilai dari banyaknya jumlah siswa.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya untuk saat ini adalah Strategi ST (*strength and threats*) strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki sekolah digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi dalam mengembangkan produk serta membentuk citra produk di mata calon siswa, caranya adalah dengan membuat calon siswa memberikan respon positif tentang produk yang sekolah tawarkan.

Pembentukan citra dipengaruhi oleh familiritas, familiritas di pengaruhi oleh banyaknya informasi yang diterima oleh calon siswa baru dari pengalaman pribadi orang lain atau dari media massa.

Memfaatkan media informasi web atau pelayanan langsung secara tatap muka untuk menarik siswa baru, dengan cara ini sekolah menciptakan kesan yang ramah dan terbuka sehingga memberikan kenyamanan bagi calon siswa. Serta memberikan informasi secara efisien tanpa mengurangi kualitas produk terkait dengan pendidikan agama yang ada di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. Informasi yang dimaksud disini adalah agar para orang tua merasa tenang dan nyaman ketika mereka menitipkan anak mereka untuk menimba ilmu di SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya ini, bahwa di sekolah ini selain pendidikan formal pendidikan aqidahnya pun dibina, penjelasan informasinya meliputi bahwa di sekolah ini mengajarkan tadarus al'quran, gunanya adalah untuk melatih siswa dalam hal membaca kitab suci al'quran, dan menanamkan sholat tepat waktu, ketika adzan zuhur berkumandang seluruh siswa diwajibkan ke mesjid untuk menunaikan ibadah sholat zuhur berjamaah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2003. pengantar bisnis. Bandung: Alfabeta
- Amstrong, G & Kotler P. 1997. Prinsip-prinsip pemasaran, cetakan pertama Jakarta: Erlangga.
- Ananta, K. S. 1987. Konservasi Sumber Daya Tanah dan Air. Jakarta: Kalam Mulia.
- Bogdan dan Taylor. 1975 dalam J. Moleong, Lexy. (1989). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya.
- Boyd, H. W, Jr. 2000. Manajemen Pemasaran Jilid I. Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, B. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. 2008. Manajemen Strategis, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Haryadi, R. 2009. Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix. Universitas Diponegoro Semarang : Tesis Dipublikasikan.
- Hidayatullah, U. S. 2010. Strategi Promosi SMP PGRI 12. UIN Jakarta : Skripsi Dipublikasikan.
- Jogiyanto. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. 1997, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lexy J. M. 2001. Metode Penelitian Kualitatif. cetakan keempatbelas. Bandung: PT Remaja Rosdakarya (anggota IKAPI).
- Ratih, H. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETA.

- Swastha, B. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Sulistyo-Basuki. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Subianto, A. 2016. Analisis SWOT tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan pasien di klinik bunda. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Tesis Dipublikasi.
- Sundari Sundari, Revnussa Oktobery, Jacob Abolladaka. 2020. Strategi Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Rental Adinda Palangka Raya. Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS), Vol. 12 No. 1. Hal. 49-56, Juni 2020.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Yazid. 1999. Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.