

---

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PT. BPR CENTRAL SEJAHTERA

Oleh

Raja Hardiansyah<sup>1</sup>, Evita Sandra<sup>2</sup>, Yuriko<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

E-mail: <sup>1</sup>[yurikochen1@gmail.com](mailto:yurikochen1@gmail.com), <sup>2</sup>[rajahardiansyah@yahoo.co.id](mailto:rajahardiansyah@yahoo.co.id)

---

### Article History:

Received: 18-06-2023

Revised: 23-06-2023

Accepted: 21-07-2023

### Keywords:

Strategi Pemasaran,  
Nasabah, PT. BPR Central  
Sejahtera

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT BPR Central Sejahtera. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis SWOT. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 5 orang dari 32 orang populasi dengan menggunakan teknik sampel purposive sampling dan snowball sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Pada hasil matriks IFE menunjukkan bahwa total skor kekuatan dan kelemahan adalah 3,2. Sedangkan, hasil matriks EFE menunjukkan total skor peluang dan ancaman adalah 2,97. Pada hasil analisis matriks IE menunjukkan bahwa posisi PT BPR Central Sejahtera berada pada kuadran IV yang berada pada di posisi tumbuh dan bina. Berdasarkan hasil matriks SWOT, diketahui bahwa posisi PT BPR Central Sejahtera berada pada posisi kuadran I. Pada kuadran ini, PT BPR Central Sejahtera disarankan menetapkan strategi SO yaitu strategi yang memaksimalkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada

---

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia semakin meningkat dari waktu ke waktu, walaupun pada kenyataannya terdapat berbagai tantangan di sektor ekonomi. Hal ini tidak terlepas dari peran lembaga keuangan yang dimana lembaga keuangan perbankan berperan aktif sebagai penggerak perekonomian nasional dari sisi permodalan. Nafiah & Styaningrum (2021) berpendapat bahwa pengertian lembaga keuangan mengutamakan pemberlanjutan investasi bisnis, namun pengertian lembaga keuangan tidak berarti bahwa kegiatan keuangan lembaga keuangan harus terbatas pada investasi bisnis dan menyediakan pelanggan serta produk dan layanan. Lembaga keuangan dibagi menjadi bank dan non-bank, yang dimana perbedaan utamanya terletak pada penggalangan dana.

Dalam usaha perbankan, perusahaan perlu memberikan perhatian tidak hanya kualitas pelayanan yang baik, tetapi juga harus mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah. Peningkatan jumlah nasabah akan berpengaruh pada perkembangan usaha

perbankan karena dengan bertambahnya jumlah nasabah, maka kebutuhan akan layanan perbankan sebagai sarana penunjang juga semakin meningkat sehingga membuat bisnis perbankan di Indonesia berkembang pesat.

Pertumbuhan usaha perbankan yang pesat mengakibatkan tingkat persaingan antar bank yang semakin tinggi. Dalam situasi seperti ini, perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi agar bisa bertahan dan terus berkembang di tengah ketatnya persaingan usaha, karena semua jenis usaha memiliki tujuan yang sama baik di bidang produk maupun jasa, yaitu mendapatkan laba dan terus bertahan. Maka, suatu perusahaan perlu mengembangkan strategi yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan serta dengan mengevaluasi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi potensi perusahaan.

Dari berbagai faktor-faktor yang timbul dan dihadapi oleh perusahaan, Pihak perusahaan harus menciptakan strategi-strategi yang sesuai agar dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang akan dijalankan oleh perusahaan mampu bertahan melawan pesaing. Salah satu strategi yang dikembangkan dalam dunia usaha adalah strategi pemasaran. Penyusunan strategi pemasaran yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi, demikian pula dengan PT BPR Central Sejahtera sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa. PT BPR Central Sejahtera adalah Bank Perkreditan Rakyat yang berdiri di kota Tanjungpinang sejak 12 Januari 2009. BPR ini menawarkan layanan simpan deposito, tabungan, dan kredit. Di tengah persaingan yang ketat ini, PT BPR Central Sejahtera harus merancang strategi yang inovatif untuk mendapatkan ketertarikan nasabah. Pemasaran yang tepat dibutuhkan dalam upaya memasarkan kehadiran produk atau jasa bank.

Pada tahun 2018 sampai 2021 terdapat adanya penurunan jumlah nasabah dan kredit dan terjadi penurunan jumlah kredit pada tahun 2022. Penurunan jumlah nasabah dan kredit dapat terjadi karena nasabah belum puas dengan produk dan jasa yang di berikan oleh pihak bank. Penurunan tersebut juga diperparah dengan adanya pandemi covid 19. PT BPR Central Sejahtera harus merancang strategi pemasaran yang inovatif dan sesuai untuk menarik calon nasabah dan mampu mempertahankan nasabah yang telah ada. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan jumlah nasabah PT BPR Central Sejahtera. Bank yang mempunyai strategi pemasaran yang tepat dapat memberi kualitas pelayanan yang prima dan membangun kepuasan konsumen sehingga meningkatkan jumlah nasabah pada bank tersebut.

## LANDASAN TEORI

Manap (2016) mengungkapkan pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.

Assauri (2018) menjelaskan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta

alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan yang selalu berubah.

Manap (2016) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna, dan mengkonstruksi fenomena daripada generalisasi (Sugiyono, 2018).

Jenis data yang digunakan oleh peneliti, yaitu:

1. Di dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung berdasarkan data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.
2. Data sekunder atau data pendukung yang diperoleh penulis dari beberapa sumber yang dinilai mempunyai relevansi dengan penelitian ini seperti jurnal dan laporan keuangan OJK.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian kualitatif, populasi yang terdapat pada PT BPR Central Sejahtera yaitu sebesar 32 orang. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah memilih karyawan-karyawan yang bertugas di luar dan di dalam kantor karena mengetahui kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal PT BPR Cental Sejahtera. Pada penelitian ini, sesuai dengan teknik *purposive sampling* narasumber penelitian ini berjumlah 5 orang yaitu 1 orang *business manager*, 1 orang pimpinan cabang, dan 3 orang *marketing*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melakukan:

1. Wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka (Efendi, 2019).
2. Observasi yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan pengamatan langsung atau melihat keadaan yang sebenarnya di lapangan penelitian (Choirul Alfi et al., 2021).
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan merekam audio dan mengambil gambar (Efendi, 2019).
4. Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari dan mengambil data dari sumber lain yang diyakini dapat memberikan informasi tambahan tentang penelitian (Choirul Alfi et al., 2021).

### **Teknik Analisis Data**

#### **Matriks IFE**

Hardiyansyah et al., (2015) berpendapat bahwa Matriks IFE merupakan rumusan analisis lingkungan internal. Matriks ini merupakan alat formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area

tersebut.

### Matriks EFE

Hardiyansyah et al., (2015) Matriks EFE digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada suatu unit usaha. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) membantu para penyusun strategi untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor- faktor eksternal yang memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan.

### Matriks IE

Gabungan kedua matriks IFE dan EFE menghasilkan matriks internal-eksternal (IE) yang berisikan sembilan macam sel yang memperlihatkan kombinasi total nilai terboboti dari matriks IFE dan EFE (Arminsyurita, 2018).

### Matriks SWOT

Harisudin (2020) matriks SWOT merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang akan ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis SWOT

Dari hasil wawancara dengan narasumber yang ada, didapatkan hasil wawancara yang kemudian dianalisis untuk dijadikan tabel berikut yang menunjukkan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman.

**Tabel Hasil Analisis SWOT**

Kekuatan	Kelemahan
1. Memiliki internal yang kompak	1. Promosi yang tidak efektif
2. Pelayanan yang baik dan prima	2. Lokasi perusahaan yang kurang strategis
3. Reputasi bank yang baik	3. Belum adanya strategi pemasaran
4. Bunga yang ditawarkan bersaing	4. Keahlian dari sumber daya manusia masih terbatas
5. Pencairan kredit relatif cepat	5. Sistem bank masih belum <i>online</i>
Peluang	Ancaman
1. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif	1. Persaingan dengan bank lain
2. Ekonomi yang sedang membaik	2. Tambahan fitur yang diberikan oleh bank pesaing
3. Hubungan yang baik dengan dealer	3. Teknologi dari pesaing yang lebih modern dan canggih
4. Ekspansi ke Batam	4. Jumlah kerja sama dengan developer yang terbatas
5. Perkembangan era digital	5. Adanya pinjaman <i>online</i>

### Hasil Analisis Matriks IFE

Setelah didapatkan hasil analisis SWOT, data yang telah didapatkan selanjutnya diolah menjadi bentuk Matrik IFE dan EFE yang kemudian diberi bobot dan ratingnya masing-masing. Matriks IFE dan EFE digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi pemasaran PT BPR Central Sejahtera.

Faktor internal terdiri dari kekuatan dengan skor 2,5 dan kelemahan dengan skor 0,7 dimana total bobot x rating skor yang didapatkan adalah 3,2. Dari perselisihan bobot x rating antara kekuatan dan kelemahan didapatkan jumlah 1,8 dimana kekuatan yang

mendominasi.

**Tabel 1. Hasil Matriks IFE**

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
<b>Kekuatan</b>				
1. Memiliki internal yang kompak	0.16	4	0.64	
2. Pelayanan yang baik dan prima	0.17	4	0.68	
3. Reputasi bank yang baik	0.14	3	0.42	
4. Bunga yang ditawarkan bersaing	0.08	3	0.24	
5. Pencairan kredit relatif cepat	0.13	4	0.52	
<b>Jumlah</b>			2.5	
<b>Kelemahan</b>				
1. Promosi yang tidak efektif	0.1	3	0.3	
2. Lokasi perusahaan yang kurang strategis	0.04	2	0.08	
3. Belum adanya strategi pemasaran	0.06	2	0.12	
4. Keahlian dari sumber daya manusia masih terbatas	0.04	1	0.04	
5. Sistem bank masih belum <i>online</i>	0.08	2	0.16	
<b>Jumlah</b>			0.7	
<b>Total</b>			3.2	

### Hasil Matriks EFE

Faktor eksternal terdiri dari peluang dengan skor 1,87 dan ancaman dengan skor 1,1 dimana total bobot x rating skor yang didapatkan adalah 2,97. Dari perselisihan bobot x rating antara peluang dan ancaman didapatkan jumlah 0,77 dimana peluang yang mendominasi.

**Tabel 2. Hasil Matriks EFE**

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
<b>Peluang</b>				
1. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif	0.11	3	0.33	
2. Ekonomi yang sedang membaik	0.15	4	0.6	
3. Hubungan yang baik dengan dealer	0.14	4	0.56	
4. Ekspansi ke Batam	0.1	2	0.2	
5. Perkembangan era digital	0.09	2	0.18	
<b>Jumlah</b>			1.87	
<b>Ancaman</b>				
1. Persaingan dengan bank lain	0.14	4	0.56	
2. Tambahan fitur yang diberikan oleh bank pesaing	0.09	2	0.18	
3. Teknologi dari pesaing yang lebih modern dan canggih	0.05	2	0.1	
4. Jumlah kerja sama dengan developer yang terbatas	0.07	2	0.14	
5. Adanya pinjaman <i>online</i>	0.06	2	0.12	
<b>Jumlah</b>			1.1	
<b>Total</b>			2.97	

### Hasil Analisis Matriks IE

Berdasarkan klarifikasi pada tabel IFE dan EFE, diketahui bahwa skor faktor strategi

internal kekuatan dan kelemahan sebesar 3,2 dan skor faktor strategi eksternal peluang dan ancaman sebesar 2,97. Dari hasil skor tersebut kemudian dimasukkan ke dalam peta skor Matriks IE maka didapatkan bahwa posisi PT BPR Central Sejahtera berada pada kuadran sel IV yang merupakan posisi *growth dan build* (tumbuh dan bina).

**Tabel 3. Hasil Matriks IE**

		<b>Total Score IFE</b>		
		Kuat (4,00-3,00)	Sedang (2,00-2,99)	Lemah (1,00-1,99)
<b>Total Score EFE</b>	Tinggi (4,00-3,00)	I <i>Growth and Build</i>	II <i>Growth and Build</i>	III <i>Hold and Maintain</i>
	Sedang (2,00-2,99)	IV <i>Growth and Build</i>	V <i>Hold and Maintain</i>	VI <i>Harvest and Divest</i>
	Lemah (1,00-1,99)	VII <i>Hold and Maintain</i>	VIII <i>Harvest and Divest</i>	IX <i>Harvest and Divest</i>

#### Hasil Analisis Matriks SWOT

Dari hasil analisis SWOT yang didapatkan dari hasil wawancara maka dapat dibuat Matriks SWOT yang merupakan sebuah alat pencocokan penting dalam mengembangkan strategi SO, WO, ST, dan WT.

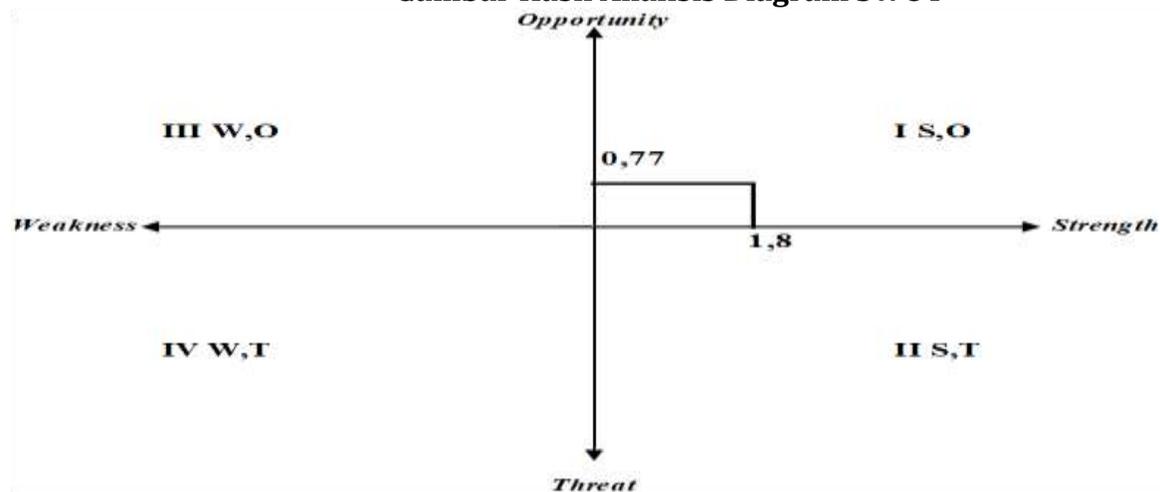
**Tabel 4. Hasil Analisis Matriks SWOT**

	<b>Strength</b> 1. Memiliki internal yang kompak 2. Pelayanan yang baik dan prima 3. Reputasi bank yang baik 4. Bunga yang ditawarkan bersaing 5. Pencairan kredit relatif cepat	<b>Weakness</b> 1. Promosi yang tidak efektif 2. Lokasi perusahaan yang kurang strategis 3. Belum adanya strategi pemasaran 4. Keahlian dari sumber daya manusia masih terbatas 5. Sistem bank masih belum <i>online</i>
<b>Opportunities</b> 1. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif 2. Ekonomi yang sedang membaik 3. Hubungan yang baik dengan dealer 4. Ekspansi ke Batam 5. Perkembangan era digital	<b>SO</b> 1. Melakukan kolaborasi dengan perusahaan <i>Financial Technology</i> untuk membantu penyaluran kredit yang lebih luas. 2. Memanfaatkan reputasi baik bank dan kerja sama internal yang baik untuk ekspansi ke batam 3. Memanfaatkan proses pencairan kredit yang cepat dan pelayanan prima untuk membangun hubungan baik dengan dealer	<b>WO</b> 1. Bekerja sama dengan selebgram lokal untuk melakukan promosi periklanan untuk menarik masyarakat 2. PT BPR Central Sejahtera harus mempertahankan hubungan baik dengan dealer untuk memaksimalkan Kredit Kendaraan Bermotor 3. Menawarkan biaya dan bunga yang lebih rendah untuk menarik UMK M 4. Memberikan pelatihan digital kepada karyawan
<b>Threat</b> 1. Persaingan dengan bank lain 2. Tambahan fitur yang diberikan oleh bank pesaing 3. Teknologi dari pesaing yang yang modern dan canggih 4. Jumlah kerja sama dengan developer yang terbatas 5. Adanya pinjaman <i>online</i>	<b>ST</b> 1. Membuat pelayanan tambahan untuk meningkatkan kualitas produk 2. Menetapkan dan mempertahankan harga pasar yang bersaing dan meningkatkan kualitas teknologi 3. Menjalni kerjasama dengan kontraktor dan developer baru	<b>WT</b> 1. Meningkatkan strategi promosi agar nama dikenal dan memiliki jangkauan yang luas 2. Meningkatkan kualitas di bidang teknologi dan menambah fitur-fitur baru pada produk 3. Meningkatkan kualitas karyawan dan memberikan pelatihan mengenai bidang teknis

### Hasil Diagram SWOT

Dari hasil matriks IFE dan EFE kita mendapatkan skor matriks IFE dari hasil perselisihan skor kekuatan dan kelemahan sebesar 1,8 dan skor matriks EFE dari hasil perselisihan skor peluang dan ancaman sebesar 0,77. Nilai skor tersebut akan dijadikan sebagai titik koordinat di diagram matriks SWOT dimana koordinat X=1,8 yang didapatkan dari hasil perselisihan skor kekuatan dan kelemahan dimana didominasi oleh kekuatan dan koordinat Y=0,77 yang merupakan hasil perselisihan skor peluang dan ancaman dimana didominasi oleh peluang.

Gambar Hasil Analisis Diagram SWOT



Dari hasil koordinat tersebut, dapat diketahui bahwa titik berada di sel I dimana strategi yang tepat untuk digunakan strategi SO.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT BPR Central Sejahtera maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil analisis matriks IE diketahui bahwa posisi PT BPR Central Sejahtera berada pada kuadran IV yang berada pada di posisi tumbuh dan bina (growth dan build). Pada sel ini, kondisi strategi-strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi intensif dan strategi integratif.

Dari hasil matriks SWOT diketahui bahwa posisi PT BPR Central Sejahtera berada pada posisi kuadran I. Pada kuadran ini, PT BPR Central Sejahtera dianjurkan menjalankan strategi SO yaitu strategi yang memaksimalkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Dari hasil matriks IE dan SWOT, maka dapat direkomendasikan strategi pemasaran yang sesuai untuk PT BPR Central Sejahtera antara lain:

1. Penetrasi Pasar: melakukan kolaborasi dengan perusahaan *Financial Technology* untuk membantu penyaluran kredit yang lebih luas.
2. Pengembangan Pasar: memanfaatkan reputasi baik bank dan kerja sama internal yang baik untuk ekspansi ke Batam.
3. Integrasi ke Belakang: Memanfaatkan proses pencairan kredit yang cepat dan pelayanan prima untuk membangun hubungan baik dengan dealer.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada bagian akhir, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan. Adapun saran-saran yang penulis ajukan sebagai berikut.

Dengan semakin berkembang pesatnya teknologi dan digital diharapkan PT BPR Central Sejahtera melakukan transformasi dan investasi pada infrastruktur teknologi dan digitalisasi model bisnis dan layanan. PT BPR Central Sejahtera juga direkomendasikan melakukan strategi pemasaran digital sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas untuk mempromosikan produk.

Bagi peneliti selanjutnya, dikarena keterbatasan wawasan dan jangkauan penelitian dari penulis, penelitian skripsi ini dirasa masih belum sempurna. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperluas jangkauan penelitiannya sehingga memperoleh data faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang lebih lengkap akan membuat hasil penelitian yang lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arminsyurita. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Jamur Rimba Jaya Mushroom. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 6(2), 156-168. <https://doi.org/10.31334/trans.v6i2.39>
- [2] Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi* (PT Raja Grafindo Persada (ed.); 7th ed.).

- 
- [3] Choirul Alfi, Husnurrofiq, & Abdurrahim. (2021). *Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Mesin Diesel. 1*, 1–15.
- [4] Efendi, S. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Milik Desa Oleh Pemerintah Desa Rajadesa Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(4), 327–338. <https://jurnal.unigal.ac.id>
- [5] Hardiyansyah, A., Ikhwana, A., & Kurniawati, R. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mie Basah (Studi Kasus Di PD. Lugina - Garut). *Jurnal Kalibrasi*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.13-1.233>
- [6] Harisudin, M. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTELIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- [7] Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- [8] nafiah, A., & Styaningrum, F. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPR Mulyo Raharjo* (Vol. 2, Issue 1). <http://mail.unmermadiun.ac.id/index.php/jamer/index>
- [9] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (M. S. Sofia Yustiyani Suryandari, S.E. (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOOSNGKAN