

Strategi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia untuk Daya Saing Perusahaan : Studi Kasus PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan

Firman Agung Pradana¹, Vicky Febriansyah², Muhammad Alkirom Wildan³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura

Email : firmanagung61@gmail.com¹, vickyfebriansyah55@gmail.com²,
wildan.alkirom69@trunojoyo.ac.id³

Article History:

Received: 18 November 2024

Revised: 27 Desember 2024

Accepted: 31 Desember 2024

Keywords: Kualitas SDM,
Daya Saing, Strategi
Perusahaan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan, dengan studi kasus pada PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas SDM yang diterapkan oleh PT Matahari, seperti pelatihan dan pengembangan karir, telah memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan kepuasan pelanggan. Selain itu, analisis SWOT yang dilakukan mengungkapkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan signifikan seperti reputasi merek dan lokasi strategis, namun juga menghadapi tantangan seperti persaingan dengan toko online dan tingkat turnover karyawan yang tinggi.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, kualitas sumber daya manusia (SDM) sangat penting dalam menjaga daya saing sebuah perusahaan. SDM yang berkualitas tinggi akan dapat berkontribusi secara signifikan dalam pencapaian tujuan perusahaan, meningkatkan produktivitas, serta memastikan adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar dan tren industri. Bagi perusahaan retail seperti PT Matahari Department Store, dimana interaksi langsung dengan pelanggan sangat menentukan keberhasilan, peningkatan kualitas SDM menjadi sebuah kebutuhan yang tidak bisa diabaikan.

Kualitas sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu factor kunci dalam menentukan keberhasilan dan daya saing perusahaan yang semakin kompetitif. Sektor ritel seperti PT Matahari Department Store, menghadapi tantangan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan peningkatan ekspektasi pelanggan. Strategi peningkatan kualitas SDM menjadi hal yang sangat penting untuk menjamin karyawan memiliki keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan Perusahaan. (Aldo et al., n.d.) mengatakan bahwa perusahaan memiliki rencana untuk meningkatkan memotivasi dalam penambahan unit.

(Dwi et al., n.d.) Strategi Perusahaan merupakan serangkaian proses perencanaan jangka

pendek dan jangka Panjang sebuah perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memikirkan strategi perusahaan dengan teliti. PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan merupakan salah satu unit usaha yang beroperasi di lingkungan bisnis ritel yang dinamis dan kompetitif. Strategi pengembangan SDM yang efektif, baik melalui pelatihan, pengembangan karir, maupun peningkatan kesejahteraan karyawan. Dengan meningkatkan profesional SDM dan meningkatkan layanan, strategi pengembangan sumber daya dapat dicapai, pada dasarnya strategi memiliki tujuan untuk mempengaruhi keadaan masa depan sesuai dengan tujuan atau harapan yang telah dicapai melalui berbagai cara atau strategi yang telah direncanakan (Juliansyah et al., 2017a)

Dalam peningkatan kualitas SDm yang menjadi focus utama bagaimana pengembangan dan pelatihan program-program peningkatan kualitas untuk meningkatkan kompetensi, sehingga perusahaan mampu bersaing dan dapat diharapkan memperoleh wawasan mengenai Langkah startegis yang telah di ambil oleh perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Perusahaan

Strategi mempunyai dasar atau rencana untuk mencapai tujuan. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan (Juliansyah et al., 2017). Strategi perusahaan merupakan rencana atau pendekatan yang dibuat untuk mencapai tujuan bisnis jangka Panjang. Tingkat pertumbuhan pasa suatu perusahaan yang bermanfaat membantu perusahaan merencanakan strategi untuk masa depan. Posisi perusahaan hal yang perlu dilakukan agar mempersiapkan Langkah yang akan diambil kedepannya (Shafira Puteri et al., 2019).

Strategi mencakup visi, misi, dan langkah-langkah taktis yang harus diambil agar perusahaan tetap kompetitif di pasar yang dinamis. Strategi perusahaan ini kombinasi dari Tindakan yang direncanakan dan reaksi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Terdapat komponen utama dalam penetapan strategi perusahaan yang meliputi

a. Visi dan Misi

Visi adalah Gambaran masa depan yang diinginkan perusahaan, sedangkan misi adalah cara perusahaan mencapai visi tersebut. Visi dan misi yang jelas dan tetap sesuai dengan kebutuhan perusahaan, itu akan dapat meningkatkan komitmen dan semangat kerja karyawan, sehingga standar kerja yang baik memenuhi keadaan perusahaan masa sekarang dan masa depan (R. Jati Nurcahyo, 2015). Strategi perusahaan yang menerapkan visi dan misi sehingga strategi tersebut dapat berfungsi sebagai strategi dasar untuk pengembangan kompetensi yang menjunjung nilai *value* atau jika nilai-nilai moral diterapkan untuk mendukung pengendalian pengetahuan, mereka dapat mempengaruhi kreativitas (*mindset*), keterbukaan, kejujuran dan kepercayaan setiap pekerja.

b. Analisis SWOT

Analisis ini merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan untuk membantu dalam pengambilan Keputusan strategi dengan mempertimbangkan factor internal dan eksternal. Menurut (Zuhrotun Nisak) proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan visi misi dan kebijakan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada ekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Ada empat komponen utama SWOT, yaitu kekuatan (*Strengths*) merupakan pengendalian organisasi saat ini, karakteristik, dan kemampuan program. Kelemahan (*weaknesses*) adalah kelemahan oragnisasi atau program saat ini. Peluang (*opportunities*) merupakan

situasi yang terjadi di luar organisasi dan ancaman (*threats*) merupakan situasi ancaman bagi organisasi yang terjadi di luar organisasi dan keberadaan manajemen dalam situasi yang dapat mengancam masa depan. ((Anggreani, 2021)

Metode ini disebut metode analisis utama, yang memungkinkan kita melihat suatu masalah atau permasalahan dari empat aspek yang berbeda. Hasil analisis ini dapat memberikan manfaat bagi fasilitas yang ada dengan mengurangi *inefisiensi* dan menghindari resiko

Kualitas SDM

Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi perusahaan untuk mencapai daya saing yang berkelanjutan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan perlu memiliki tenaga kerja yang kompeten, produktif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Kualitas SDM perlu ditingkatkan melalui pemberian literasi digital kepada pelaku bisnis, perilaku tersebut untuk terus berinovasi terutama dalam menerapkan solusi inovatif terhadap permasalahan dan peluang yang mempengaruhi keberlangsungan usahanya sehingga menciptakan nilai ekonomi (Badawi et al., n.d.).

Menurut (Adam, 2023) dimensi atau indikator kualitas SDM salah satu faktor untuk meningkatkan produktivitas kinerja suatu organisasi atau instansi. Dalam keberhasilan sebuah bisnis dilihat dari semakin tinggi kualitas SDM yang semakin baik prestasi kerja yang dihasilkan. Kualitas SDM berpengaruh langsung terhadap produktivitas, inovasi, dan daya saing suatu perusahaan. Pendidikan formal dan pelatihan merupakan komponen utama dalam meningkatkan kualitas SDM, investasi ini dapat meningkatkan modal yang berdampak pada peningkatan inovasi di tempat kerja. Pelatihan yang relevan dan tempat waktu juga memungkinkan karyawan untuk mengembangkan keterampilan baru dan beradaptasi dengan perubahan teknologi dan metode kerja.

Budaya organisasi yang mendukung pembelajaran dan inovasi sangat penting dalam meningkatkan kualitas SDM, organisasi dengan budaya yang mendukung cenderung memiliki karyawan yang lebih adaptif. Lingkungan kerja yang terbuka, inklusif, dan kolaboratif juga berkontribusi pada pengembangan keterampilan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Daya Saing Perusahaan

Daya saing perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk bersaing secara efektif di pasar, mempertahankan dan meningkatkan posisinya relative terhadap kompetitor, daya saing ini bergantung pada beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Perusahaan yang terus berinovasi dalam hal produk atau layanan cenderung lebih mampu menarik konsumen. Inovasi dapat berupa pengembangan produk baru, peningkatan kualitas, atau penyesuaian produk dengan kebutuhan pasar. Menurut (Anggraeni & Kholid Mawardi, 2017) daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar sehingga kemampuan sangat dipengaruhi oleh pasokan yang baik dan tepat waktu, serta harga yang kompetitif. Daya saing harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a. Cakupan daya saing yang lebih luas dan tidak terbatas pada efisiensi dan produktivitas.
- b. Pelaku ekonomi hidup dalam sistem ekonomi yang saling berhubungan dan bekerja sama.
- c. Peningkatan daya saing perekonomian bermuara pada peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat.
- d. Hakikat daya saing ini menjadi kompetisi. Perekonomian yang tertutup dan terus berkembang tidak akan pernah memiliki daya saing.

Perusahaan harus memiliki daya saing lebih besar dari pada perusahaan lain, daya saing dapat berupa produk, layanan, dan sumber daya manusia. Perusahaan selalu ada persaingan untuk mencapai tujuannya, salah satunya cara untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja perusahaan dengan memperbaiki dan mengembangkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Suatu perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing karena karakteristiknya yang berbeda dari perusahaan lain dalam kategori yang sama. Perbedaan nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya berkontribusi terhadap keberhasilan kompetitif (Bangun, 2008)

Menurut (Husniar et al., 2023) pesaing adalah perusahaan yang memasakan atau menjual produk atau jasa yang sama atau serupa dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing perusahaan dapat dibedakan menjadi pesaing kuat dan pesaing lemah. Bisnis yang tidak bersaing akan tertinggal dalam pasar karena kurangnya persaingan tidak berarti akan mencapai keunggulan dan tanpa keunggulan tidak ada alasan bagi suatu bisnis untuk bertahan lama dalam pasar yang kompetitif (Jumady et al., 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode penelitian. Menurut Sugiyono (2018). Data dapat diperoleh melalui observasi, catatan lapangan untuk memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai situasi, tanpa melakukan pengukuran atau kuantifikasi dan sumber data sekunder. Penggunaan data sekunder lebih efisien karena peneliti tidak perlu mengumpulkan data dari awal, dan dapat memberikan cakupan yang lebih luas, termasuk data dari periode waktu yang lebih panjang. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki berbagai aspek yang relevan untuk konteks yang mereka pelajari, termasuk konsekuensi dari fenomena yang diamati.

Data dikumpulkan dengan melakukan survei langsung ke Lokasi PT Matahari Department Store di Bangkalan. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data dengan pimpinan cabang serta bagian HRD untuk memahami strategi dan kebijakan yang diterapkan terkait pengembangan SDM. Observasi langsung di lapangan untuk melihat pelaksanaan dan operasional sehari-hari. Analisis ini dilakukan secara mendalam untuk memahami bagaimana strategi yang diterapkan memengaruhi produktivitas dan daya saing perusahaan

Pendekatan melalui kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi peningkatan SDM yang diterapkan perusahaan. Metode ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih kaya tentang perusahaan dapat terus mengembangkan SDM-nya sebagai salah satu modal penting dalam menghadapi persaingan industri ritel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Matahari department Store Cabang Bangkalan telah menerapkan berbagai strategi dalam menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas SDM guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Strategi yang diterapkan oleh PT Matahari department Store Cabang Bangkalan dalam meningkatkan kualitas SDM telah menunjukkan hasil yang positif dalam berbagai aspek, terutama dalam hal peningkatan produktivitas dan kepuasan pelanggan. Adapun persaingan antar merek di sektor ritel, khususnya di PT Matahari department Store Cabang Bangkalan, menunjukkan dinamika yang cukup kompleks.

Tabel 1. Tabel Persaingan Penjualan Merk di PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan pada Pemberitaan Tiga Tahun Terakhir

Merek	2022	2023	2024
Nevada	2.000	2.500	3.000
Cole	1.500	1.800	2.200
Conextion	1.200	1.100	1.300
St Yves	1.300	1.400	1.600

Sumber : (Penulis,2024)

PT Matahari untuk merek Nevada, Cole, Conextion, dan St Yves menunjukkan dinamika pasar yang menarik. Nevada memimpin dengan pertumbuhan yang signifikan, mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan inovasi produk yang efektif. Merek ini berhasil menarik perhatian konsumen secara konsisten. Cole juga mengalami pertumbuhan positif, meskipun laju pertumbuhannya lebih lambat dibandingkan Nevada, yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam upaya pemasaran agar dapat bersaing lebih baik. Sementara itu, Conextion menunjukkan fluktuasi penjualan, dengan penurunan di tahun sebelumnya sebelum kembali meningkat. Hal ini mengindikasikan perlunya analisis pasar yang lebih mendalam untuk memahami preferensi konsumen dan meningkatkan daya tarik merek. Di sisi lain, St Yves mengalami pertumbuhan stabil, menunjukkan peningkatan minat konsumen yang positif.

Merek-merek ini menghadapi tantangan dan peluang yang beragam. Rekomendasi untuk PT Matahari mencakup melanjutkan strategi yang berhasil untuk Nevada, meningkatkan promosi dan inovasi untuk Cole, melakukan analisis pasar untuk Conextion, serta mempertahankan momentum pertumbuhan untuk St Yves. Dengan pendekatan yang tepat, PT Matahari dapat mengoptimalkan posisi merek dan memaksimalkan potensi pertumbuhan di masa depan. PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan terlihat bahwa perusahaan memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan, seperti reputasi merek yang kuat, Lokasi strategis di pusat kota, serta kelengkapan stok barang. Faktor-faktor ini memberikan keunggulan kompetitif yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi di pasar. PT Matahari memiliki posisi yang kuat di pasar retail Indonesia dengan strategi yang baik dalam memasarkan produk mereka.

Tabel 2. Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan				
1	Reputasi merek yang kuat	0.15	4	0.60
2	Lokasi strategis di pusat kota	0.10	4	0.40
3	Stok barang yang lengkap	0.12	3	0.36
4	Pengalaman pelanggan yang baik	0.08	3	0.24
Kelemahan				
5	Kurangnya inovasi produk	0.12	2	0.24
6	Harga yang relatif tinggi	0.10	2	0.20
7	Sistem pemasaran digital kurang efektif	0.13	2	0.26
8	Tingkat turnover karyawan yang tinggi	0.10	2	0.20
Total	1.00		2.50	

Sumber : (Penulis,2024)

Kekuatan utama reputasi merek yang kuat, yang menjadi asset penting dalam menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan di Tengah persaingan ketat. Dengan reputasi yang baik, PT Matahari memiliki posisi yang kuat di pasar local, memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen. Harga yang relatif tinggi menjadi kendala, terutama bagi konsumen yang lebih sensitive terhadap harga, yang mungkin beralih ke pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih terjangkau.

Kurangnya efektivitas dalam pemasaran digital bisa menyebabkan penurunan daya saing PT Matahari, terutama di hadapan pesaing yang lebih inovatif secara digital. Tingkat turnover karyawan yang tinggi juga menjadi perhatian, karena dapat memengaruhi stabilitas operasional dan kualitas layanan pelanggan. Perolehan skor IFAS 2,50, yang menunjukkan bahwa PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan memiliki kekuatan yang layak untuk diandalkan, tetapi perlu melakukan perbaikan dalam beberapa aspek kelemahan yang ada. Perusahaan harus segera memperbaiki kelemahan-kelemahan ini agar tidak menghambat pertumbuhan dan kinerja jangka panjangnya. Perusahaan memiliki beberapa kekuatan yang signifikan, terdapat kelemahan yang perlu segera ditangani agar dapat meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang ada, perusahaan memiliki potensi untuk berkembang lebih baik di masa depan.

Tabel 3. Tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*) PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang				
1	Pertumbuhan ekonomi yang stabil di Bangkalan	0.15	4	0.60
2	Pertumbuhan populasi di daerah sekitar	0.12	4	0.48
3	Perubahan tren belanja online	0.12	3	0.36
4	Potensi kemitraan dengan UMKM lokal	0.10	3	0.30
Ancaman				
5	Meningkatnya persaingan dari toko online	0.15	2	0.30
6	Kenaikan biaya operasional	0.10	2	0.20
7	Perubahan preferensi konsumen terhadap diskon	0.13	2	0.26
8	Regulasi pemerintah yang ketat	0.13	2	0.26
Total	1.00		2.76	

Sumber : (Penulis,2024)

Tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*) PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan, terlihat bahwa perusahaan berada dalam lingkungan eksternal yang memiliki beberapa peluang dan ancaman yang signifikan. Salah satu peluang terbesar adalah pertumbuhan ekonomi yang stabil di wilayah Bangkalan. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi yang stabil memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan untuk berkembang, dengan potensi peningkatan daya beli masyarakat yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas penjualan.

Di sisi lain, perusahaan menghadapi ancaman dari meningkatnya persaingan dengan toko online, yang menjadi salah satu faktor eksternal terbesar. Persaingan dengan platform online ini dapat mengancam eksistensi toko fisik, karena banyak konsumen yang beralih ke belanja online yang menawarkan kemudahan dan harga yang kompetitif. Faktor lain yang perlu diperhatikan

adalah perubahan preferensi konsumen terhadap diskon dan regulasi pemerintah yang ketat, konsumen semakin terpengaruh oleh tren diskon dan promosi, yang dapat membuat mereka lebih memilih belanja di tempat lain jika Matahari tidak bisa menawarkan harga kompetitif. Di sisi lain, perubahan regulasi pemerintah, terutama yang berkaitan dengan aturan perdagangan dan operasional bisnis, dapat membatasi fleksibilitas perusahaan dalam merespons perubahan pasar.

EFAS menunjukkan bahwa PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan memiliki peluang besar untuk tumbuh melalui pemanfaatan kondisi ekonomi yang stabil dan tren demografis yang positif. Namun, perusahaan juga harus waspada terhadap ancaman dari persaingan toko online dan kenaikan biaya operasional, serta perlu menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen dan regulasi pemerintah. Strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan ini akan sangat menentukan keberlanjutan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

KESIMPULAN

Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di PT Matahari Department Store Cabang Bangkalan merupakan faktor krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Melalui penerapan strategi pengembangan SDM yang meliputi pelatihan, pengembangan karir, dan peningkatan kesejahteraan karyawan, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Analisis SWOT mengungkapkan bahwa meskipun PT Matahari memiliki kekuatan seperti reputasi merek yang kuat dan lokasi strategis, perusahaan juga harus menghadapi tantangan yang tidak dapat diabaikan, seperti meningkatnya persaingan dari toko online dan tingkat turnover karyawan yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus beradaptasi dan melakukan inovasi dalam strategi pengembangan SDM-nya.

PT Matahari mencakup peningkatan efektivitas pemasaran digital, pengembangan produk yang lebih inovatif, serta penyesuaian strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, PT Matahari diharapkan dapat mengoptimalkan daya saingnya dan mencapai keberlanjutan dalam industri ritel yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., Rizky Gemis, M., Arief Syahputra, P., Ahmadi, an, Edi Nurdiansyah, R., Pangestu, S., Fakultas Ekonomi dan bisnis, M., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Penulis, K. (n.d.). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan: Motivasi, Komitmen Dan Kualitas Sdm (Literature Review Metodologi Riset Bisnis)*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3>
- Aldo, F., Hany, K., Rondonuwu, J., Anggreini, M., Auliani, V., & Meiden, C. (n.d.). STUDI LITERATURE REVIEW: PENGARUH STRATEGI DIVERSIFIKASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DAN MANAJEMEN LABA. In *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI* (Vol. 8, Issue 1).
- Anggraeni, P., & Kholid Mawardi, S. M. (2017). ANALISIS SWOT PADA UMKM KERIPIK TEMPE AMEL MALANG DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 43, Issue 1).
- Anggreani, T. F. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWOT: STRATEGI PENGEMBANGAN SDM, STRATEGI BISNIS, DAN STRATEGI MSDM (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA)*. 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Badawi, A., Nugroho, L., Kunci, K., Keberlanjutan, :, Umkm, B., Sdm, K., & Keuangan, L. (n.d.).

KEBERLANGSUNGAN USAHA MELALUI PENINGKATAN KUALITAS SDM UNTUK MENCIPTAKAN PERILAKU INOVATIF DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PADA UMKM KELURAHAN MERUYA UTARA.

- Bangun, W. (2008). BUDAYA ORGANISASI: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 8, Issue 1).
- Dwi, O. :, Uin, S., Malik, M., & Malang, I. (n.d.). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PERUSAHAAN DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS.* *garuda534421*. (n.d.).
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BARU SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i2.2156>
- Juliansyah, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Sukabumi, P. (2017a). STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PDAM KABUPATEN SUKABUMI. In *Agustus* (Vol. 3, Issue 2).
- Juliansyah, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Sukabumi, P. (2017b). STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PDAM KABUPATEN SUKABUMI. In *Agustus* (Vol. 3, Issue 2).
- Jumady, E., Fajriah, Y., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, S. (2020). GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: MEDIASI DAYA SAING DAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. In *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* (Vol. 8, Issue 1).
- Nisak, Z. (n.d.). *ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI KOMPETITIF.*
- Shafira Puteri, F., Nuringwahyu, S., Krisdianto Jurusan Administrasi Bisnis, D., & Kunci, K. (2019). MATRIKS BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN STRATEGI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK). In *JLIGABI* (Vol. 8, Issue 3).
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.