

ANALISIS OPERASIONAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MISSEGGTART MEULABOH DENGAN PENDEKATAN 7S FRAMEWORK DAN LOGICAL FRAMEWORK APPROACH

Novi Yulita

Universitas Teuku Umar

Email: nyulita429@gmail.com

Abstrak – Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Salah satu UMKM kuliner yang berkembang pesat di Meulaboh adalah MissEggtart, produsen pastry modern dengan berbagai varian produk seperti pie, creampuff, tiramisu, dan banoffee. MissEggtart dikenal sebagai oleh-oleh khas Meulaboh dan telah mendapatkan pengakuan dari media lokal maupun nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis operasional dan strategi pengembangan MissEggtart melalui pendekatan 7S Framework (strategy, structure, system, shared values, style, staff, skills), serta Logical Framework Approach (LFA) sebagai alat perumusan strategi pengembangan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan telaah dokumen operasional selama kurang lebih dua bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa MissEggtart memiliki keunggulan pada diferensiasi produk, kualitas rasa, brand yang kuat, dan nilai unik berupa pengalaman kuliner premium dengan kemasan ikonik khas Meulaboh. Namun, ditemukan beberapa permasalahan, antara lain struktur organisasi yang masih sederhana dan sangat tersentralisasi pada pemilik, sistem operasional dan keuangan yang masih manual, kapasitas produksi terbatas saat peak season, serta pemanfaatan digital marketing yang belum optimal. Melalui analisis 7S dan LFA, penelitian ini merumuskan strategi pengembangan yang mencakup penguatan sistem operasional, penambahan dan pelatihan staf, digitalisasi pencatatan dan pemasaran, serta pengembangan kapasitas produksi. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan MissEggtart sebagai ikon UMKM kuliner di Meulaboh.

Kata Kunci : UMKM, MissEggtart, 7S Framework, Sistem Operasional, Strategi Pengembangan, Logical Framework Approach.

Abstract – Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy as they contribute significantly to the Gross Domestic Product (GDP) and employment absorption. One rapidly growing culinary MSME in Meulaboh is MissEggtart, a producer of modern pastry products offering various items such as pies, creampuffs, tiramisu, and banoffee. MissEggtart has become a well-known culinary souvenir of Meulaboh and has received recognition from both local and national media. This study aims to analyze the operational system and development strategies of MissEggtart using the 7S Framework (strategy, structure, system, shared values, style, staff, skills), and the Logical Framework Approach (LFA) as a tool for formulating development strategies. The research employs a descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as observation, in-depth interviews, and document analysis conducted over approximately two months. The results indicate that MissEggtart possesses strengths in product differentiation, taste quality, strong branding, and the unique value of offering a premium culinary experience with iconic Meulaboh-styled packaging. However, several challenges were identified, including a simple organizational structure that remains highly centralized under the owner, manual operational and financial systems, limited production capacity during peak seasons, and suboptimal use of digital marketing. Through the 7S Framework and LFA analysis, this study formulates development strategies that include strengthening operational systems, adding and training staff, digitalizing financial and marketing activities, and expanding production capacity. These strategies are expected to enhance MissEggtart's competitiveness and sustainability as a culinary MSME icon in Meulaboh.

Keywords: MSMEs, MissEggtart, 7S Framework, Operational Systems, Development Strategies, Logical Framework Approach.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 menunjukkan bahwa UMKM mencapai lebih dari 65 juta unit usaha dan menyumbang sekitar 61% terhadap PDB nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Kondisi ini menjadikan UMKM sebagai fondasi ekonomi kerakyatan yang relatif tangguh menghadapi krisis.

Perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen menuntut UMKM untuk lebih adaptif, terutama dalam pemanfaatan digital marketing dan inovasi produk. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan inovasi, serta mendorong kinerja penjualan UMKM. Di sektor kuliner, kombinasi inovasi produk, kualitas kemasan, dan pemanfaatan media digital menjadi kunci daya saing. Berbagai penelitian telah membuktikan bahwa penerapan digital marketing membawa dampak positif terhadap UMKM. Effendi, Abubakar, dan Bachri (2022) menemukan bahwa pemasaran digital tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar, tetapi juga mendorong inovasi produk yang berujung pada peningkatan kinerja pemasaran. Dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, atau marketplace, UMKM dapat memperluas target konsumennya secara lebih efektif dan efisien.

Febriyantoro dan Arisandi (2018) menambahkan bahwa digital marketing merupakan media utama yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk memperluas akses pasar dengan biaya yang relatif lebih rendah. Dengan memanfaatkan media digital, UMKM tidak hanya bisa menjangkau konsumen di sekitar lokasi usahanya, tetapi juga mampu menembus pasar nasional bahkan internasional.

Di Aceh Barat, khususnya Meulaboh, sektor kuliner menjadi salah satu sektor potensial seiring berkembangnya aktivitas pendidikan, perdagangan, dan pariwisata lokal. MissEggart hadir sebagai UMKM kuliner yang menawarkan pastry modern dengan berbagai varian produk dan kemasan menarik. Usaha ini mendapatkan pengakuan luas, antara lain sebagai “oleh-oleh paling dicari di Meulaboh” dan “Best Pie in Town”. Selain itu, MissEggart membuka lapangan kerja bagi sekitar 20 karyawan, sehingga perannya tidak hanya ekonomis tetapi juga sosial. UMKM ini bergerak di bidang pastry modern dengan produk unggulan berupa pie, creampuff, tiramisu, banoffee, hingga dessert kekinian lainnya. Keunikan MissEggart terletak pada keberaniannya menghadirkan variasi rasa dan bentuk yang inovatif, disertai kemasan yang menarik. Harga produk pun disesuaikan dengan segmen pasar yang beragam, mulai dari pelajar hingga wisatawan.

Namun demikian, MissEggart tetap menghadapi berbagai tantangan: persaingan kuliner yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan kapasitas produksi, serta pemanfaatan pemasaran digital yang belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan analisis komprehensif mengenai sistem operasional dan strategi pengembangan MissEggart dengan menggunakan alat analisis manajemen modern.

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan profil dan sistem operasional MissEggart.
2. Mengidentifikasi strategi, struktur, sistem, nilai bersama, gaya kepemimpinan, serta aspek staf/keterampilan melalui pendekatan 7S Framework.
3. Merumuskan strategi pengembangan MissEggart menggunakan Logical Framework Approach (LFA) agar usaha lebih berkelanjutan dan kompetitif.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam proyek analisis UMKM MissEggart Meulaboh ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai kondisi operasional, strategi pemasaran, struktur

organisasi, serta tantangan usaha yang dihadapi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi usaha untuk melihat proses produksi, alur kerja, tata letak fasilitas, serta aktivitas pelayanan sehari-hari.

Penelitian ini juga menggunakan wawancara langsung dengan pemilik dan beberapa karyawan, terutama untuk memperoleh informasi terkait visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, strategi pemasaran, sehingga peneliti memahami bagaimana keputusan strategis diambil dan bagaimana nilai perusahaan diterapkan dalam praktik.

Dalam menganalisis data, penelitian ini mengikuti pola analisis deskriptif, yaitu mereduksi data, menyajikan data, lalu menarik kesimpulan secara terstruktur. Analisis dilakukan dengan memanfaatkan beberapa alat evaluasi manajemen modern. Pertama, analisis sistem operasional, yang mencakup proses produksi, tata letak fasilitas, sistem persediaan, dan manajemen kualitas.

Kedua, penelitian menggunakan 7S Framework (strategy, structure, system, shared values, style, staff, skills) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta kesesuaian elemen internal perusahaan, khususnya dalam aspek strategi harga, struktur organisasi sederhana, dan gaya kepemimpinan pemilik usaha yang bersifat semi-sentralistik dan partisipatif.

Ketiga, penelitian memadukan hasil analisis tersebut dengan pendekatan Logical Framework Approach (LFA), yang digunakan untuk merumuskan solusi, output, indikator keberhasilan, serta kegiatan program pengembangan MissEggtart secara lebih terencana dan terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Usaha MissEggtart

MissEggtart merupakan salah satu UMKM kuliner yang berkembang pesat di Kota Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat. Usaha ini berfokus pada produksi pastry modern dengan produk andalan berupa pie, egg tart, creampuff, tiramisu, hingga banoffee. Sejak awal berdiri, MissEggtart telah menarik perhatian masyarakat karena keunikan rasanya, kualitas produk, serta inovasi dalam penyajian. Usaha ini mempekerjakan sekitar 20 karyawan dan beroperasi dengan jam kerja panjang (08.00–22.00 WIB). Brand MissEggtart telah dikenal luas sebagai oleh-oleh khas Meulaboh dan mendapatkan pengakuan dari media sebagai salah satu produsen pie terbaik di daerah tersebut.

Nilai unik yang ditawarkan MissEggtart dapat dirangkum sebagai “Pastry modern dengan cita rasa premium dan kemasan ikonik khas Meulaboh”. Produk tidak hanya difokuskan untuk konsumsi langsung, tetapi juga untuk kebutuhan hadiah, hampers, dan oleh-oleh dengan tampilan yang instagramable. Media massa juga menegaskan reputasi MissEggtart. RRI (2024) menyebut MissEggtart sebagai “oleh-oleh paling dicari di Meulaboh”, sementara Tribun Aceh (2025) menobatkannya sebagai “Best Pie in Town”. Pengakuan ini menjadi bukti bahwa MissEggtart berhasil membangun brand yang kuat sekaligus menjaga kualitas produknya.

2. Analisis Sistem Operasional

Menurut Heizer dan Render (2014), sistem operasional merupakan keseluruhan aktivitas yang mentransformasikan input menjadi output bernilai tambah melalui proses terintegrasi. Pendekatan sistem ini melihat organisasi sebagai jaringan proses yang saling terkait, dimana efektivitas keseluruhan sistem ditentukan oleh kualitas setiap komponen dan keterkaitannya.

Teori kontemporer operations management oleh Slack et al. (2020) menekankan pada lima objectives performance: quality, speed, dependability, flexibility, dan cost. Dalam konteks UMKM kuliner seperti MissEggtart, kelima dimensi ini menjadi kriteria evaluasi yang komprehensif. Khusus untuk industri pastry, teori food production system dari

Fellows (2017) menambahkan pentingnya aspek food safety dan consistency sebagai elemen kritis keberhasilan operasional

Analisis sistem operasional menjadi fondasi utama dalam mengevaluasi kinerja UMKM Misseggtart. Sistem operasional MissEggart dapat dilihat dari tiga aspek utama: input, proses, dan output.

- Input:

- a. Bahan baku dipilih dengan standar ketat, mencakup tepung terigu, mentega, coklat, krim keju, hingga bahan impor seperti biskuit lotus dan buah cherry.
- b. Sumber daya manusia terbagi dalam tim produksi berpengalaman dan karyawan baru yang fokus pada assembling dan dekorasi.
- c. Peralatan meliputi oven kapasitas besar, mixer planetary, dan lemari pendingin dengan pengaturan suhu yang presisi.
- d. Sistem informasi masih manual melalui buku catatan produksi dan koordinasi via WhatsApp.

- Proses Produksi:

Proses transformasi berjalan melalui beberapa tahap: persiapan bahan, pembuatan adonan dan filling, pembentukan dan pengisian, pemanggangan, pendinginan dan dekorasi, hingga quality control akhir dan pengemasan. Titik kritis terdapat pada pengaturan suhu dan waktu pemanggangan, serta keterbatasan ruang pendingin saat permintaan tinggi.

- Output:

Output berupa variasi produk dengan segmen harga beragam, layanan pengantaran yang cepat, serta reputasi brand yang kuat. Produk unggulan seperti pie campur dan creampuff menjadi penopang utama penjualan.

Dari sisi persediaan, MissEggart menerapkan pola hybrid antara make-to-stock dan make-to-order, dengan penerapan FEFO dan kebijakan “no leftover” untuk meminimalisasi waste. Sistem pengendalian kualitas dilakukan pada tiga tahap dan mampu menekan keluhan pelanggan di bawah 2%.

Namun, tantangan utama operasional meliputi:

- Kapasitas produksi yang terbatas saat peak season.
- Pencatatan manual yang rentan kesalahan.
- Ketiadaan sistem peramalan permintaan yang memadai.

3. Analisis dengan 7S Framework

Salah satu model analisis yang sering digunakan dalam manajemen strategis adalah McKinsey 7S Framework. Model ini dikembangkan pada awal 1980-an oleh konsultan McKinsey & Company dan hingga saat ini masih relevan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas suatu organisasi.

Dalam kerangka 7S, terdapat tujuh elemen utama yang saling berhubungan, yaitu Strategy (Strategi), Structure (Struktur), System (Sistem), Style (Gaya Kepemimpinan), Staff (Sumber Daya Manusia), Skill (Keterampilan), dan Shared Values (Nilai Bersama). Ketujuh unsur ini dibagi menjadi dua kategori, yakni hard elements (strategy, structure, system) yang lebih mudah diidentifikasi secara formal, serta soft elements (style, staff, skill, shared values) yang lebih sulit diukur namun justru sangat berpengaruh terhadap budaya dan perilaku organisasi.

Pendekatan 7S dianggap relevan untuk menganalisis Misseggtart, sebuah usaha kuliner lokal yang berkembang pesat di Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat. Usaha ini dikenal sebagai produsen pastry modern dengan berbagai varian produk seperti pie campur, pie bronis, pie susu, creampuff, banoffee, tiramisu, hingga produk inovasi baru seperti brodoz.

Berdasarkan pemberitaan dari RRI (2025) maupun Tribun Aceh (2025), Misseggtart berhasil menarik perhatian masyarakat lokal dan wisatawan sehingga menjadi salah satu

oleh-oleh yang paling dicari di daerah tersebut. Popularitas ini menunjukkan bahwa Miss Egg Tart memiliki daya tarik pasar yang kuat, namun pada saat yang sama juga menghadapi tantangan besar dalam menjaga konsistensi kualitas, inovasi produk, serta efisiensi operasional.

- **Strategy (Strategi)**

Strategi utama MissEggtart adalah diferensiasi produk melalui variasi rasa, bentuk, dan kemasan dengan segmen harga yang luas, dari produk terjangkau hingga premium. Produk seperti pie campur, pie brownies, pie susu, creampuff, banoffee, tiramisu, dan brodoz menunjukkan kemampuan diversifikasi dan segmentasi yang baik.

Namun, strategi pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal. Media sosial digunakan, tetapi belum terencana secara sistematis. Strategi harga cenderung premium dan membutuhkan komunikasi nilai tambah yang kuat agar tidak dianggap terlalu mahal oleh konsumen berdaya beli rendah.

- **Structure (Struktur Organisasi)**

Struktur organisasi MissEggtart tergolong sederhana fungsional, dengan pemilik sebagai pengambil keputusan utama, didukung oleh bagian produksi, penjualan/pelayanan, distribusi, dan keuangan sederhana. Permasalahan utama dalam struktur:

1. Sentralisasi keputusan di tangan pemilik.
2. Kurangnya spesialisasi dan divisi pemasaran yang jelas.
3. Pengelolaan keuangan yang belum terstruktur secara profesional.

- **System (Sistem)**

Sistem operasional meliputi produksi manual, pelayanan pelanggan yang personal, pemasaran berbasis media sosial, pencatatan keuangan sederhana, dan pengadaan bahan baku dari pemasok lokal. Kelebihannya adalah fleksibilitas dan kedekatan dengan konsumen, namun sistem ini belum cukup kuat untuk menopang ekspansi usaha yang lebih besar.

- **Shared Values (Nilai Bersama)**

Nilai utama MissEggtart:

1. Komitmen pada kualitas produk.
2. Kepuasan pelanggan sebagai prioritas.
3. Kerja sama tim dan suasana kekeluargaan.
4. Kreativitas dalam inovasi rasa dan kemasan.
5. Keterjangkauan harga bagi berbagai kalangan.

Nilai-nilai ini sudah hidup dalam praktik, tetapi belum terdokumentasi formal dalam bentuk visi, misi, dan budaya kerja yang tertulis.

- **Style (Gaya Kepemimpinan)**

Gaya kepemimpinan pemilik cenderung partisipatif dan paternalistik. Pemilik melibatkan karyawan dalam diskusi informal, menjaga suasana kekeluargaan, tetapi tetap memegang kendali penuh atas keputusan strategis dan standar kualitas. Keunggulannya adalah loyalitas dan motivasi karyawan yang tinggi; kelemahannya adalah ketergantungan besar terhadap sosok pemilik dan kurangnya delegasi formal.

- **Staff and Skills (Sumber Daya Manusia dan Keterampilan)**

Staf berasal dari latar belakang pendidikan sederhana tetapi berkembang melalui pelatihan internal dan belajar dari pengalaman. Mereka fleksibel dalam menjalankan berbagai fungsi, mulai dari produksi hingga pelayanan. Kelemahannya adalah:

- Jumlah staf terbatas.
- Kurangnya pelatihan formal, terutama di bidang manajemen, digital marketing, dan keuangan.

- Ketiadaan jalur karier dan sistem reward jangka panjang yang jelas.

4. Perumusan Strategi dengan Logical Framework Approach (LFA)

Logical Framework Approach (LFA) merupakan salah satu metode analisis yang banyak digunakan dalam dunia manajemen proyek dan pengembangan organisasi untuk menyusun perencanaan secara sistematis. Logical Framework Approach (LFA) digunakan sebagai alat perencanaan yang sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM MissEggtart secara lebih terarah dan terukur. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan operasional, pemasaran, serta struktur organisasi usaha, LFA menjadi kerangka kerja yang menghubungkan tujuan jangka panjang, tujuan khusus, output yang ingin dicapai, hingga kegiatan yang diperlukan untuk mendukung pencapaian tersebut.

Tujuan jangka panjang (goal) yang ditetapkan adalah menjadikan MissEggtart sebagai UMKM kuliner unggulan di Meulaboh yang mampu beroperasi secara berkelanjutan dan menjadi ikon oleh-oleh khas daerah. Tujuan ini mencerminkan harapan agar MissEggtart tidak hanya bertahan dalam persaingan pasar, tetapi juga tumbuh sebagai brand kuliner lokal yang kuat dan dikenal luas oleh masyarakat.

Untuk mendukung tujuan tersebut, ditetapkan purpose atau tujuan khusus, yaitu meningkatkan kapasitas operasional, kualitas layanan, serta efektivitas strategi pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusia. Tujuan ini difokuskan pada penguatan aspek internal yang selama ini menjadi tantangan MissEggtart, seperti keterbatasan kapasitas produksi, belum optimalnya digital marketing, dan belum adanya sistem manajerial yang terdokumentasi dengan baik sebagaimana digambarkan dalam analisis laporan. Melalui peningkatan performa operasional dan SDM, MissEggtart diharapkan mampu merespons permintaan pasar yang dinamis sekaligus menjaga kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Output yang ingin dicapai dari penerapan LFA di antaranya adalah terciptanya sistem operasional dan persediaan yang lebih efisien dan terdigitalisasi. Hal ini diperlukan untuk mengatasi kelemahan pencatatan manual dan pengendalian inventori yang selama ini masih sederhana. Selain itu, struktur organisasi perlu dibuat lebih jelas dengan pembagian tugas dan wewenang yang lebih teratur sehingga tidak terlalu tersentralisasi pada pemilik. Output berikutnya adalah meningkatnya kapasitas keterampilan staf, terutama dalam bidang produksi, pelayanan, dan pemasaran digital, mengingat SDM saat ini masih terbatas dalam penguasaan teknologi modern.

Output terakhir adalah tersusunnya strategi pemasaran digital yang lebih terencana, meliputi konten rutin, pemanfaatan media sosial, serta optimalisasi platform online untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Untuk mencapai serangkaian output tersebut, sejumlah kegiatan dirancang dalam LFA. Kegiatan inti meliputi penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk proses produksi, pelayanan, dan quality control agar seluruh aktivitas operasional berjalan lebih terstruktur dan konsisten.

Selanjutnya dilakukan implementasi pencatatan keuangan dan stok berbasis aplikasi sederhana seperti spreadsheet atau sistem kasir digital yang mudah digunakan oleh karyawan. Pelatihan internal dan eksternal juga menjadi bagian penting agar staf memiliki kemampuan yang memadai, baik dalam aspek teknis produksi maupun pemasaran digital. Pada bidang pemasaran, diperlukan penyusunan kalender konten media sosial dan program promosi berkala untuk memastikan brand tetap aktif dan relevan di mata konsumen. Selain itu, evaluasi rutin terhadap penjualan, keluhan pelanggan, serta efektivitas kampanye pemasaran harus dilakukan untuk memastikan strategi yang dijalankan tetap adaptif terhadap perubahan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menyeluruh terhadap UMKM MissEggtart, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki fondasi bisnis yang kuat dan potensi besar sebagai ikon kuliner khas Meulaboh. MissEggtart telah menunjukkan performa positif pada aspek kualitas produk, inovasi rasa, strategi pemasaran digital awal, serta kepuasan pelanggan yang tinggi sebagaimana dibuktikan oleh pengakuan media lokal. Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi sejumlah tantangan yang bersumber dari struktur organisasi sederhana, sentralisasi keputusan pada pemilik, keterbatasan sistem operasional formal, serta minimnya spesialisasi SDM terutama di bidang pemasaran dan keuangan.

Analisis 7S Framework menunjukkan bahwa nilai kekeluargaan dan loyalitas staf menjadi kekuatan utama, namun kapasitas produksi, dokumentasi sistem kerja, dan kemampuan staf membutuhkan penguatan agar usaha dapat berkembang secara lebih profesional dan berkelanjutan. Hasil evaluasi kelayakan dan analisis strategi menunjukkan bahwa MissEggtart sangat berpotensi tumbuh lebih besar apabila menerapkan solusi yang telah dirumuskan dalam Logical Framework Approach (LFA). Strategi yang disusun mulai dari penyusunan SOP, digitalisasi sistem pencatatan, peningkatan kapasitas SDM, hingga perencanaan pemasaran digital yang terstruktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, J. M. (2011). Strategic planning for public and nonprofit organizations (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Sage Publications.
- David, F. R. (2017). Strategic management: Concepts and cases (15th ed.). Pearson.
- European Commission. (2018). Logical framework approach.
- Handoko, T. H. (2012). Manajemen.BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). Manajemen sumber daya manusia. Bumi Aksara.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (2003).Organizational strategy, structure, and process. Stanford University Press.
- MindTools. (2020). McKinsey 7S framework.Porter, M. E. (2008). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. Free Press.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management (14th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Yin, R. K. (2014). Case study research: Design and methods (5th ed.). Sage Publications.