



Implementasi Penetapan Strategi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Apotek Winola Medika

Theresia Cindilia Rero^{1*}, Andreas Rengga², Cicilia Ayu Wulandari Nuwa³

^{1,2,3}Universitas Nusa Nipa

Email : cindirero277@gmail.com^{1*}

Abstrak

Laporan magang ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui Implementasi penetapan strategi dalam peningkatan penjualan pada Apotek Winola Medika Jl. Wairklau, Kel. Kota Uneng, Kec. Alok Kab. Sikka (2) Untuk melaksanakan dan melaporkan hasil Magang di Apotek Winola Medika, di Jalan Wairklau, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan, Alok Kabupaten Sikka yang sudah dilaksanakan oleh Penulis. Kegiatan magang dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024 sampai dengan 16 Desember 2024 dan bertempat di Apotek Winola Medika Maumere, Jalan Wairklau, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka. Hasil kegiatan magang yang telah penulis peroleh adalah (1) Penerapan strategi dalam peningkatan penjualan pada Apotek Winola disetiap tahun secara tidak konsisten dan tidak seimbang dalam memperoleh pendapatan ataupun laba bersih dikarenakan faktor internal dan faktor eksternalnya yang berpengaruh terhadap hasil pendapatan penjualan pada Apotek Winola Medika, (2) Apotek Winola Medika berada pada fase yang mana fokus pada mempertahankan kualitas produk pelayanan barang dan jasa untuk dengan memperkuat strategi melalui manajemen strategi yang terpadu berdasarkan visi, misi dan tujuan, penerapan, kolaborasi dan evaluasi didasari faktor-faktor yang mempengaruhi tumbuh kembangnya untuk bisa memberikan peluang daya saing dalam mempertahankan secara konsisten pendapat yang meningkat disetiap tahunnya.

Kata kunci: *Implementasi, Strategi Pemasaran, Penjualan*

LATAR BELAKANG

Perusahaan selalu dihadapkan pada persaingan yang semakin meluas atau situasi yang mengglobal. Persaingan dalam dunia bisnis tampak semakin ketat seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan barang atau jasa yang lebih baik secara kualitas, harga dan pelayanan dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Hal ini dituntut oleh pasar yang menjadi fokus sasaran atau persaingan. Pada umumnya perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan konsumen, dengan cara membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumennya.

Hubungan tersebut perlu ditingkatkan dari waktu ke waktu termasuk pelayanan dan kualitas barang.

Apotek didorong untuk berpikir lebih strategis dan kreatif untuk meningkatkan penjualan karena persaingan industri farmasi yang semakin ketat. Dalam situasi ini, apotek berperan sebagai penyedia solusi kesehatan bagi konsumen selain menjual barang. Apotek harus melakukan pendekatan strategis yang menyeluruh dan berjangka panjang jika ingin meningkatkan penjualan. Selain persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku usaha, konsumen juga semakin pemilih dalam memilih produk yang akan mereka beli (Kurniawan & Tonce, 2024).

Wahyuni (dalam Amran, 2023) menegaskan bahwa bisnis harus bersaing untuk merebut dan mendominasi pasar dengan menawarkan layanan pelanggan yang terbaik. Bisnis memberikan layanan terbaik kepada pelanggan meskipun persaingan ketat. Bisnis membutuhkan strategi yang sesuai, fokus, dan dipikirkan dengan matang untuk mempertahankan posisinya dalam menghadapi persaingan yang ketat. Banyak bisnis memupuk persaingan bisnis dengan harapan dapat memenangkan persaingan bisnis selama mereka dapat menarik sebanyak mungkin klien. Setiap bisnis harus bekerja untuk menciptakan dan menawarkan produk dan layanan yang diinginkan pelanggan untuk mencapai tujuan ini (Meylano et al., 2021). Dalam hal ini, salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan penjualan.

Volume penjualan adalah kunci keberhasilan perusahaan dalam hal penjualan. Untuk menghasilkan keuntungan yang dapat menopang operasional bisnis, perusahaan harus dapat menjual produknya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Melalui pemanfaatan peluang dan kekuatan yang dimiliki, strategi pemasaran yang tepat dan terarah dapat diimplementasikan untuk mendongkrak keuntungan perusahaan dan membantu bisnis berkembang dalam menghadapi persaingan pasar. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:75), “Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran”

Strategi adalah rencana yang komprehensif dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan untuk meningkatkan kinerja organisasi,

yang dapat dicapai dengan memilih strategi yang tepat, demikian menurut Jauch dan Glueck (2000:15). Salah satu cara untuk memikirkan strategi adalah sebagai rencana menyeluruh yang mempertimbangkan pengaruh dari luar seperti peluang, ancaman dan memperhitungkan faktor internal berupa kekuatan serta kelemahan perusahaan. Adanya perencanaan yang komprehensif perusahaan dapat menghindari ancaman dan menangkap peluang bisnis yang ada saat ini atau masa mendatang (Astutik & Dwi, 2019).

Apotek Winola Medika di Jalan Wairklau, Desa Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka, merupakan salah satu usaha yang sedang dalam tahap perkembangan menuju kematangan penjualan. Selain memberikan pelayanan kefarmasian untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, Apotek Winola Medika merupakan tempat bagi apoteker dan asisten apoteker untuk melakukan praktik kefarmasian.

Berdasarkan Data Penjualan dan Laba Bersih Apotek Winola Medika dari Tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1: Data Penjualan Dan Laba Apotek Winola Medika Dari Tahun 2019-2023

Tahun	Penjualan (Rp)	Lab Bersih (Rp)
2019	1.200.000.000	300.000.000
2020	1.000.000.000	250.000.000
2021	1.500.000.000	400.000.000
2022	1.800.000.000	450.000.000
2023	1.600.000.000	350.000.000

Sumber data : Apotek Winola Medika

Penjualan dan laba bersih pada tahun 2019 cukup konsisten karena tidak adanya faktor eksternal yang signifikan, seperti yang diilustrasikan pada tabel 1. di atas. Dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan terbatasnya aktivitas ekonomi menyebabkan penurunan penjualan

dan laba bersih pada tahun 2020. Karena tingginya permintaan barang medis berdasarkan permintaan konsumen, penjualan dan laba bersih meningkat pada tahun 2021. Karena permintaan barang berkualitas tinggi, penjualan dan net bees meningkat pada tahun 2022; namun pada tahun 2023, penjualan menurun sebagai akibat dari persaingan yang ketat dan penurunan inovasi produk yang kurang kompetitif.

KAJIAN TEORITIS

Strategi Pemasaran

Menurut (Darsana et al., 2023) strategi pemasaran adalah upaya terencana dan terukur untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perusahaan. Ini mencakup serangkaian langkah bisnis yang dirancang untuk memperkenalkan konsumen dengan produk dan mendorong mereka untuk membelinya. Strategi pemasaran mengacu pada rencana atau pendekatan yang dirumuskan dengan cermat yang dikembangkan oleh organisasi dengan tujuan untuk mencapai pemasaran mereka (Maitri et al., 2023). Menurut Philips Kotler (2006), strategi pemasaran adalah pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Pola pikir ini dapat mencakup taktik tertentu untuk audiens target, penentuan posisi, bauran pemasaran, dan jumlah uang yang dihabiskan untuk pemasaran.

Penjualan

Salah satu hal yang dilakukan oleh bisnis untuk menjaga agar operasi mereka tetap berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan yang mereka inginkan adalah dengan melakukan penjualan. Penjualan juga dapat merujuk pada proses penjualan, yang meliputi penetapan harga jual dan pengiriman produk kepada pelanggan (Nafarin, 2009). “Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi,” klaim Abdullah (2017:23). Oleh karena itu, untuk melaksanakan pemindahan hak dan transaksi, operasi pembelian dan penjualan adalah satu kesatuan.

Menurut Winardi (2001), penjualan didefinisikan sebagai suatu proses dimana penjual menjamin, merangsang, dan memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen sehingga menguntungkan penjual dan pembeli. Menurut Burton Begelow (dalam Sodeli dan Ukey, 2000),

penjualan adalah proses penggandaan yang dapat memuaskan kebutuhan. Untuk melakukannya, uang harus dibelanjakan tanpa menimbulkan ketidakpuasan, sehingga sangat penting untuk memodifikasi hasil dan jasa tanpa menimbulkan kerugian namun tetap mendapatkan keuntungan (Afrianto, 2011).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif, yaitu dengan langkah-langkah mengumpulkan dan menyaring keterangan-keterangan yang diperoleh secara menyeluruh dan detail, kemudian diuraikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas. Jenis pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Pada Apotek Winola Medika

Apotek Winola Medika Jl. Wairklau, Kel. Kota Uneng, Kec. Alok Kab. menggunakan rencana yang dipilih untuk meningkatkan penjualan. Implementasi strategi penjualan tahunan Apotek Winola Medika mengalami kenaikan dan penurunan, yang dapat menyebabkan pendapatan Apotek Winola Medika berfluktuasi. Berbicara tentang penurunan pendapatan ini disebabkan karena proses adaptasi terhadap factor internal dan eksternal .

1. Faktor internal

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa Penurunan penjualan pada apotik Winola Medika pada tahun 2020 di sebabkan oleh berbagai faktor internal ketersediaan stok yang tidak memadai seperti kekurangan stok obat atau alat kesehatan yang dicari konsumen dikarenakan situasi pembatasan kegiatan serta manajemen inventaris yang kurang optimal. Penurunan penjualan pada apotek selain dikarenakan pandemi covid 2019 dan kurangnya kebutuhan pelayanan produk jasa dan barang adapun adapun hal lain yang mempengaruhi dalam apotek.

Penurunan penjualan pada tahun 2023 juga disebabkan strategi pemasaran yang lemah seperti kurangnya promosi dan program diskon serta minimnya inovasi seperti layanan pesan antar atau online, harga yang tidak kompetitif dan harga produk yang lebih mahal dibandingkan pesaing. Hal ini sangat mempengaruhi penurunan kepercayaan pelanggan terhadap manajemen waktu dalam proses pelayanan sekaligus mengenai penanganan keluhan waktu yang diketahui saat melakukan pengamatan yang mana sebagian besar staf tidak memberikan tanggapan atau respon baik terhadap berbagai keluhan pelanggan mengenai waktu pelayanan.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal Apotek Winola Medika merujuk pada berbagai kondisi, kejadian atau faktor yang berasal dari luar organisasi yang dapat mempengaruhi dan operasional. Faktor eksternal ini berada diluar kendali langsung apotek namun dapat berdampak besar terhadap strategi bisnis, penjualan dan operasional. Mengenai faktor eksternal dalam mempengaruhi penurunan penjualan pada Apotek Winola Medika dapat ketahui berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang diuraikan. Ditahun 2020 Apotek Winola menghadapi pandemi Covid-19 yang berdampak besar terhadap pelayanan produk terhadap pelanggan, semua kegiatan disektor kesehatan, pembatasan sosial , lockdown dan ketidak pastian ekonomi dapat menyebabkan penurunan jumlah kunjungan di apotek. Sedangkan untuk tahun 2023 penurunan penjualan di apotek dikarenakan persaingan yang meningkat.

Faktor eksternal yang diketahui pada tahun 2023 mengenai penurunan daya beli seperti masker. Pembelian masker ini paling banyak pada tahun 2022 dikarenakan Covid-19 semua pelanggan diwajibkan memakai masker dimanapun berada sedangkan ditahun 2023 situasi ataupun kondisi kembali normal sehingga kebutuhan daya beli pelanggan terhadap masker menurun dan di kota Maumere juga ada beberapa usaha yang sama, ini sangat berpengaruh pada daya saing untuk mendapatkan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengamatan juga menemukan ada beberapa pasien yang tidak lagi membeli di Apotek Winola Medika dikarenakan produk yang dibutuhkan tidak ada sehingga lebih memilih produk online yang harganya murah diakses dimanapun pelanggan berada dan memenuhi kebutuhan pelanggan, ini merupakan salah satu faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap penjualan di Apotek Winola.

Strategi Pemasaran Dapat Diimplementasikan Untuk Meningkatkan Penjualan Di Apotek Winola Medika

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan memperoleh hasil bahwa faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh Apotek Winola Medika sangat mempengaruhi pendapatan penjualan di Apotek. Untuk menyelesaikan permasalahan internal dan eksternal ini ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mengembalikan peningkatan penjualan Apotek Winola Medika diantaranya:

1. Strategi Pemasaran Internal

Analisis strategi dilingkungan internal membutuhkan pengumpulan, asimilasi dan evaluasi tentang pelayanan Apotek. Analisis strategi ini berguna untuk mengetahui aspek kekuatan dan kelemahan faktor-faktor penentu keberhasilan. Berdasarkan hasil analisis kelemahan dari faktor internal ini dapat diberikan kekuatan untuk meningkatkan pendapatan Apotek Winola Medika yaitu:

- a. Mengoptimalkan manajemen stok obat di apotek misalkan dengan menggunakan sistem manajemen stok berbasis teknologi (*software inventori manajemen*) untuk melacak ketersediaan produk secara real dan menganalisis data penjualan untuk menentukan pola permintaan sehingga stok obat yang pelanggan selalu tersedia.

- b. Meningkatkan kualitas pelayanan seperti memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan profesional dengan memperbanyak interaksi edukasi kepada pelanggan mengenai penggunaan obat yang tepat dan sesuai
- c. Penyusaian harga dan promosi misalkan membandingkan harga produk dengan apotek pesaing untuk memastikan harga kompetitif dan memberikan diskon pada produk untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk tersebut.
- d. Digitalisasi layanan dengan mengembangkan layanan pesanan antar melalui aplikasi atau media sosial untuk memudahkan pelanggan dan untuk mengatasi dan mengupayakan pengembalian peningkatan penjualan.

Strategi yang dijelaskan ini merupakan suatu tawaran untuk pengembangan strategi misi Apotek Winola Medika dengan mengidentifikasi kekuatan dalam pelayanan berdasarkan strategi alternatif yang telah diuraikan. Penerapan strategi sangat penting dengan mendukung segala struktur apotek, mengubah arah kegiatan apotek dan pengembangan sistem informasi melalui platform media dan diakhiri dengan evaluasi strategi tujuan agar Apotek Winola Medika dapat mempertahankan atau mengembangkan kembali kedudukan dilingkungan masyarakat.

2. Strategi Pemasaran Eksternal

Untuk mengatasi penurunan penjualan pada tahun 2019 dan tahun 2023 Apotek Winola Medika, strategi eksternal yang efektif harus berfokus pada adaptasi terhadap perubahan tren pasar, persaingan yang semakin ketat, serta meningkatkan daya tarik apotek ditengah tantangan ekonomi. Berikut ada beberapa strategi eksternal yang dapat digunakan:

- a. Meningkatkan layanan digital

Strategi yang dapat dilakukan oleh Apotek Winola Medika dengan mengembangkan platform *e-commerce* apotek yang dapat memungkinkan obat pelanggan untuk membeli obat dan produk kesehatan secara online dengan menggunakan inovasi *Neon Box* dan media sosial (*Whatsapp*) opsi pengantaran atau pengambilan ditempat (*clic- add-collect*). Bekerja sama dengan mitra kesehatan untuk menyediakan layanan konsultasi dokter dan pengirim obat secara langsung, mempromosikan produk dan memberikan informasi kesehatan yang bermanfaat.

b. Diversifikasi produk dan layanan

Strategi yang dapat digunakan oleh Apotek Winola Medika dengan memperluas lini produk kesehatan seperti suplemen vitamin, produk-produk perawatan tubuh, obat-obatan herbal, dan alat kesehatan. Memperkenalkan layanan seperti konsultasi kesehatan langsung dengan apoteker atau penyuluhan kesehatan bagi masyarakat.

c. Mengoptimal layanan pengantar

Apotek Winola Medika dapat menjalankan strategi layanan pengantar obat kepada pelanggan yang memerlukan obat dirumah, terutama bagi konsumen yang tidak bisa ke apotek karena jarak atau keterbatasan fisik.

d. Tingkat promise dan pemasaran

Tingkat promise adalah komitmen yang diberikan Apotek pada pelanggannya, melibatkan nilai utama dan pengalaman yang dijanjikan, seperti menjanjikan kualitas produk, contohnya Apotek harus memastikan semua produk farmasi yang dijual asli, memiliki izin resmi, dan sesuai dengan standar kesehatan, Ketersediaan obat lengkap dan layanan cepat dan tepat.

e. Penyesuaian harga dan promosi untuk menghadapi persaingan

Apotek Winola Medika dapat menjalankan strategi dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui harga dan promosi yang ditawarkan oleh apotek pesaing.

Dengan menerapkan strategi-strategi eksternal yang telah diuraikan ini Apotek Winola Medika dapat beradaptasi dengan tren pasar yang berubah, memperluas jangkauan pelanggan dan nilai kompetitif dipasar yang semakin dinamis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa implementasi penetapan strategi dalam peningkatan penjualan pada Apotek Winola Medika Jl. Wairklau, Kel. Kota Uneng, Kec. Alok Kab. Sikka:

1. Penerapan strategi dalam peningkatan penjualan pada Apotek Winola disetiap tahun secara tidak konsisten dan tidak seimbang dalam memperoleh pendapatan ataupun laba bersih dikarenakan faktor internal dan faktor eksternalnya yang berpengaruh terhadap hasil pendapatan penjualan pada Apotek Winola Medika
2. Apotek Winola Medika berada pada fase yang mana fokus pada mempertahankan kualitas produk pelayanan barang dan jasa untuk dengan memperkuat strategi melalui manajemen strategi yang terpadu berdasarkan visi, misi dan tujuan, penerapan, kolaborasi dan evaluasi didasari faktor-faktor yang mempengaruhi tumbuh kembangnya untuk bisa memberikan peluang daya saing dalam mempertahankan secara konsisten pendapat yang meningkat disetiap tahunnya.

SARAN

Saran Praktis

1. Untuk seluruh staf Apotek Winola Medika dalam menjalankan pelayanan jasa dan barang harus lebih memperhatikan perkembangan penjualan dan penguatan melalui tahapan evaluasi perkembangan strategi penjualan melalui inovasi yang lebih beragam agar dapat diketahui oleh keseluruhan masyarakat ditingkat lokal maupun pada skala nasional ataupun internasional.
2. Untuk meningkatkan penjualan Apotek Winola Medika dapat melakukan pengendalian harga pokok produksi dengan cara melakukan analisis mendalam terhadap struktur biaya untuk mengidentifikasi area dimana biaya dapat dikurangi, negosiasikan harga bahan baku dengan pemasok, pertimbangkan alternative bahan yang lebih murah, dan optimalkan proses distribusi untuk meningkatkan efisiensi.
3. Untuk penetapan harga jual pada Apotek Winola Medika perlu evaluasi kembali strategi harga dan tentukan apakah harga jual perlu disesuaikan, pertimbangkan untuk menaikkan harga secara bertahap terutama jika produk memiliki kualitas tinggi. Komunikasikan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan.
4. Untuk promosi dan diskon perlu ditinjau kembali kebijakan promosi dan diskon untuk memastikan bahwa tidak merugikan perusahaan. Fokus pada promosi yang lebih strategis, seperti penawaran bundling, dan batasi diskon pada produk tertentu atau waktu tertentu untuk mencegah penurunan harga yang terlalu dalam.

Saran Akademis

- a. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini disarankan sebagai sumber informasi dan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan disiplin ilmu manajemen penetapan strategi untuk meningkatkan penjualan serta sebagai masukan dan tambahan referensi bagi para pembaca khususnya dalam ilmu manajemen strategi.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan melakukan penetapan strategi yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto. (2011). Analisis Penjualan PT. Suka Fajar LTD dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Mitsubishi di Riau (Studi khusus Minibus). In *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.
- Alfreda, A. A., & Goo, E. E. K. (2024). Analisis Biaya Operasional Dan Simpanan Dalam Memaksimalkan Sisa Hasil Usaha Pada KSP Kopdit Tuke Jung Nele. *AKUNTANSI* 45, 5(1), 30-43.
- Amran, A. A. (2023). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan di Apotik Laobra Farma*. Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis.
- Aquinaldo, T. N., Ghetta, A. P. K., & Juru, P. (2024). Analisis Konsistensi Perencanaan Dan Penganggaran Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pemerintah Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3810-3814.
- Astutik, W. S., & Dwi, K. P. (2019). *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada perusahaan Unilever Tbk th 2015-2019)*. 14(3), 2085–2094. <https://doi.org/10.1134/s0320972519100129>
- Bunga, F. M., Obon, W., & Meylano, N. H. (2024). The Effect of Emotional Branding and Experiential Marketing on Chosik (Chocolate Sikka) Purchasing Decisions in Sikka Regency. *International Journal of Research in Social Science and Humanities (IJRSS)* ISSN: 2582-6220, DOI: 10.47505/IJRSS, 5(8), 61-75.
- Bure, M. R., Wisang, I. V., & Juru, P. (2024). Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Pengembangan Karir Dan Motifasi Kerja, Studi Kasus Pada Kantor Badan Perencanaan, Penelitian Dan Pengembangan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 6600-6606.
- Buu, A. L., Dekrita, Y. A., & Rangga, Y. D. P. (2024). Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 156-167.
- Chuesta, R. N. B., Sanga, K. P., & Ghetta, A. P. (2024). Peran Agency Theory Terkait Manajemen Risiko Kredit dalam Upaya Meminimalisir Kredit Bermasalah pada KSP Kopdit Obor Mas Kanca Pasar Alok. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1354-1359.
- Da Rato, E. Y., Dekrita, Y. A., & Aek, K. R. (2024). Analisis Perencanaan Laba Dengan Penerapan Titik Impas Pada Perumda Air Wair Pu'an Kabupaten Sikka. *Jurnal Akuntansi dan*

Pajak, 25(2).

- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). Strategi Pemasaran. In M. A. Wardana (Ed.), *Infes Media* (Vol. 1, Nomor 0). CV Intelektual Manifes Media.
- Da Silva, Y. O., Temu, T. J., & Lamawitak, P. L. (2024). Knowledge Management-Based Efforts To Improve MSME Performance (Credit Union Intervention for MSME Actors in Sikka Regency). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 5(4), 429-434.
- Daud, A., Dj, A. A., Adianita, H., & Mado, Y. J. (2024). The Influence of Participative Leadership Style on Job Satisfaction with Organizational Citizenship Behavior as a Moderating Variable. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 2192-2200.
- Dekrita, Y. A., Afrianti, M., Della, M. F. C., Devance, M. R., Seka, G. F., Nunuhitu, P. C., ... & Bunga, M. A. V. (2024). Pentingnya Pengetahuan Dan Kesadaran Pajak Bagi Umkm Dalam Rangka Menciptakan Pembangunan Ekonomi Yang Berkelanjutan Di Desa Bangkoor, Kecamatan TaliburA. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 9942-9947.
- Dekrita, Yosefina A., and Emilianus E. K. Goo. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*. Eureka Media Aksara, 2024
- Dua, K. M. E., Goo, E. E. K., & Meylano, N. H. (2024). Peran Badan Anggaran dan Pengawasan dalam Pembahasan Sistem Perubahan Anggaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 30(2), 103-115.
- Elni, Y., Wellem, I., & Wulandari, C. A. (2024). Analisis Proses Pemberian Pinjaman Dalam Mitigasi Risiko Kredit Sebagai Solusi Kredit Macet Pada Ksp Kopdit Pintu Air. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3579-3585.
- Febronia, V., & Goo, E. E. K. (2024). Prosedur Pengajuan Dan Realisasi Kredit Pada KSP Kopdit Hiro Heling Cabang Utama. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 67-76.
- Florantino, A., Wellem, I., & Transilvanus, V. E. (2024). Efektifitas Perencanaan Penanganan dalam Upaya Percepatan Pengentasan Permukiman Kumuh. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 563-568.
- Florida, M. I., Rengga, A., & Luju, E. (2024). Analisis Anggaran Kas Dalam Meningkatkan Likuiditas Pada Ksp Kopdit Pintu Air Rotat Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4358-4368.
- Glueck dan Jauch. (2000). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta :Erlangga
- Goo, E. E. K. (2024). Pengaruh Total Assets Turn Over Terhadap Return On Assets Pada KSP Kopdit Pintu Air. *AKUNTANSI* 45, 5(1), 86-91.
- Hastuti, Y., Sanga, K. P., & Kurniawan, A. P. (2024). Implementasi Sistem Daperma (PT. Pandai) Pembayaran Klaim Asuransi dalam Pelunasan Hutang Anggota Meninggal Dunia pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1280-1290.
- Kurniawan, A. P., & Tonce, Y. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas di Showroom Kurnia Indah Maumere. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 432-444.
- Lorang, M. H. D., Obon, W., & Yulianti, M. (2024). Peran Badan Perencanaan Penelitian Dan Pengembangan (Bapelitbang) Dalam Perencanaan Pembangunan di Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3682-3686.

- Mado, Y. J., Irwansyah, R., Kasnowo, K., Irdhayanti, E., & Khairunnisa, K. (2024). The Influence of Organizational Culture on Service Quality with Compensation as a Moderate Variable. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 1638-1648.
- Maristela, T. N., Mitan, W., & Goo, E. E. K. (2024). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Usaha Penjahit Rumahan dengan Pendekatan Analisis SWOT: Studi Kasus pada Usaha Jahit Ibu Mersi di Desa Habi. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 20(2), 01-10.
- Meylano, Nunsio H., et al . 2024. Emotional Branding . Edited by Winarni, Dwi, Penerbit Eureka Media Aksara
- Meylano, N. H., Luju, E., & Husen, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Chosik Pada UPT Sikka Inovation Center di Maumere. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://jurnal.unibrah.ac.id/index.php/JIWP>, 7(1), 236–246. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5591034>
- Mukarom, D. H. Z. M. S., & Kusuma, M. W. (2015). *Manajemen Publik Relation* (B. A. Saebani (ed.)). Pustaka Setia bandung.
- Noeng, A. Y., & Nuwa, C. A. W. (2024). Pengaruh Quality of Work Life dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan KSP Kopdit Pintu Air Cabang Maumere. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 25(2).
- Nuwa, C. A. W., Luju, E., Wisang, I. V., & Fatima, T. A. (2023). Pengaruh pengelolaan dana desa terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa Ilin Medo Kecamatan Waiblama. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 705-713.
- Prilosadoso, B. H., Salampessy, M., Yahya, A. S., Afrizal, D., & Mado, Y. J. (2024). Socialization of Improving the Quality of Public Services Through Digital-Based Integrated Village Governance in Villages. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 1025-1030.
- Rino, R. Y., Dekrita, Y. A., & Da Silva, Y. (2024). Peningkatan Kapasitas Perencanaan Pada Badan Perencanaan dan Penelitian dan Pengembangan (Bapelitbang) dalam Upaya Penanggulangan Kemiskinan Ekstrem di Kabupaten Sikka. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5637-5652.
- Sanggu, Y. F. E., Wellem, I., & Tonce, Y. (2024). Peran Kelitbangan Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Desa Berbasis Kajian Di Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 4165-4169.
- Subu, F. K., Rengga, A., & Juru, P. (2024). Analisis Rasio Keuangan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Ksp Kopdit Pintu Air Tahun 2017–2021. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4230-4238.
- Sugo, Y. N., Kurniawan, A. P., & Muda, V. A. (2024). Peran BAPELITBANG dalam Upaya Peningkatan Penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Restoran Di Kabupaten Sikkap. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 345-354.
- Titin, T., Dilliana, S. M., Tonce, Y., Tanur, E. A., & Winarti, T. (2024). Increasing Village Community Knowledge Through Socialization of the waste Independent Village Program. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(2), 262-268.
- Valentino, G. R., Rengga, A., & Nuwa, C. A. W. (2024). Peran Bapelitbang Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Tinjau Dari Retribusi Parkir Daerah Di Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 4159-4164.
- Wela, P. R., Dekrita, Y. A., & Aek, K. R. (2024). Peran Badan Perencanaan Dan Penelitian Dan Pengembangan (Bapelitbang) Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sikka Melalui Retribusi Penjualan Produk Cokelat Sikka Pada Unit Pelaksana Teknis Sikka Innovation Centre. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3947-3951.

- Wisang, I. V., Transilvanus, V. E., & Mone, M. M. M. (2024). Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Inspektorat Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 82-88.
- Yacob, W., Dekrita, Y. A., & Mone, M. M. M. (2024). Peran Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Sikka Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3952-3957.