

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 1.1 Logo SLC Marketing, Inc



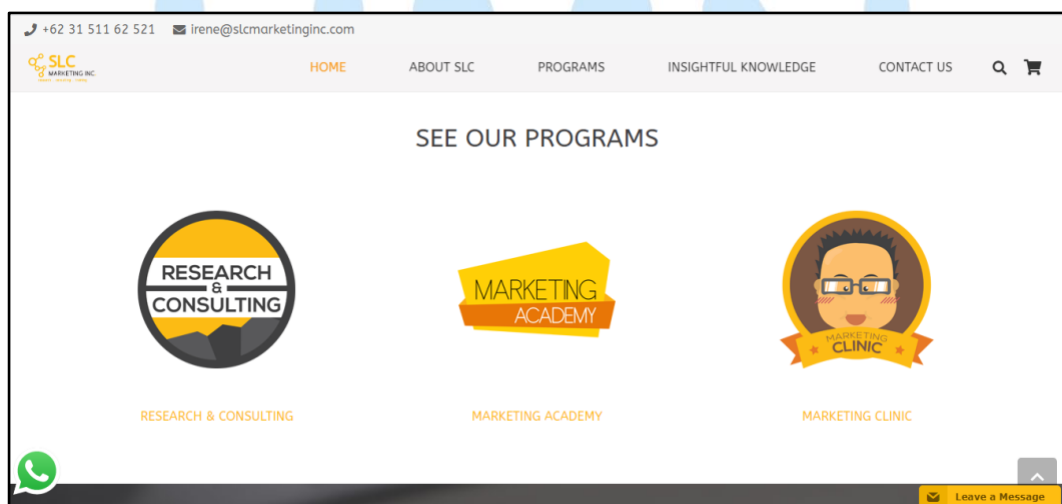
Gambar 2. 2 Pendiri SLC Marketing, Inc

SLC Marketing, Inc berdiri pada tanggal 25 Maret 2013 yang didirikan oleh Dr. Sandy Wahyudi (DSW). SLC Marketing, Inc adalah singkatan dari Sandy Learning Center Marketing, Incorporate. SLC Marketing, Inc berdiri dengan konsep

bahwa tidak ada satupun perusahaan yang dapat sukses dengan mengandalkan kemampuannya sendiri. Setiap perusahaan harus memiliki jaringan yang kuat terhadap *stakeholder* yang terkait dengannya. Oleh sebab itu, SLC Marketing, Inc. berupaya menciptakan *platform* yang memperkuat hubungan seluruh *stakeholder* dari berbagai industri, serta memberikan kualitas terbaik untuk setiap perusahaan yang membutuhkan *service* SLC Marketing, Inc.

SLC Marketing, Inc mempunyai filosofi bahwa tugas *consulting firm* disamping memberikan layanan terbaik kepada perusahaan klien terlebih harus menciptakan *connection* kuat yang diperlukan klien agar perusahaan semakin berkembang. SLC Marketing, Inc memiliki upaya untuk menjalin hubungan kuat antara 5C yang ada, yaitu *Company, Customer, Collaboration, Capital, dan Campus*. Dengan memberikan *empowering* pada tiap elemen The 5Cs secara konsisten, maka kami percaya bahwa *connecting* antar elemen akan semakin kuat, sehingga perusahaan klien dapat berdaya saing tinggi.

Dengan filosofi ini kami yakin bahwa perusahaan klien dapat lebih mengenal pelanggannya, memiliki *partner* yang loyal, mendapat kepercayaan lebih untuk sumber pendanaan, dan menjadi tempat yang paling dicari oleh *fresh graduate* terbaik yang ingin berkarier sebagai profesional.



Gambar 2.3 Program – Program SLC Marketing, Inc  
Sumber: SLC Marketing, Inc (2022)

Dalam mengembangkan jangkauan bisnisnya, SLC Marketing, Inc tidak hanya berdiam diri, namun membuat tiga program unggulan, yakni *research &*

*consulting, marketing academy, dan marketing clinic. Research & consulting* adalah sebuah program yang menghadirkan pendampingan pada perusahaan yang ingin melakukan inovasi dalam mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, dikarenakan semakin lamanya perusahaan berdiri akan semakin *over-confidence* dan hasilnya tidak sepadan dengan pengorbanan maka membutuhkan konsultasi lebih lanjut. Selanjutnya, *marketing academy* merupakan bentuk pelatihan dari SLC Marketing, Inc untuk meningkatkan kompetensi karyawan perusahaan mulai dari pelatihan *marketing & sales, service & loyalty*, sampai dengan *leadership & management*. Kemudian terakhir adalah *marketing clinic* merupakan usaha yang dilakukan untuk membuat bisnis terus bertumbuh dengan maksimal, saat menjalani sebuah bisnis biasanya pebisnis menemui hambatan dan kehilangan arah dari strategi yang sudah direncanakan sejak awal, maka disini divisi *marketing clinic* hadir untuk memberi solusi.

Perkembangan SLC Marketing, Inc sendiri juga didukung dengan adanya lisensi dan sertifikat internasional yang diperoleh yaitu *American marketing association (AM)* dan *The Chartered Institute of Marketing (CIM)*. Selain itu juga kurang lebih lima puluh perusahaan dari berbagai sektor yang telah memberi kepercayaannya kepada SLC Marketing, Inc untuk memberikan solusinya sehingga SLC Marketing, Inc semakin berkembang. Kemudian melakukan kerja sama dengan beberapa klien seperti Connectpedia, Qontak, iSeller, dan Suzana Radio sebagai *media partner*.



Gambar 2.4 Lisensi dan Sertifikat SLC Marketing, Inc  
Sumber: SLC Marketing, Inc (2022)

### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Pengalaman dan perjalanan yang panjang dihadapi oleh SLC Marketing, Inc bukanlah hal mudah, maka sejak awal perusahaan ini terbentuk sudah memiliki tekad yang kuat untuk diwujudkan bersama melalui visi dan misi yang telah dimiliki oleh perusahaan.

#### 2.1.1.1 Visi

Menjadi “*One Stop Marketing Solution Firm*” yang terbaik, tercepat, inovatif dan paling kredibel di seluruh Indonesia.

#### 2.1.1.2 Misi

- 1) Menciptakan *networking platform* yang kuat dan dinamis untuk segala jenis industri terhadap seluruh stakeholder terkait.
- 2) Bekerjasama dengan *Associate Consultant* yang kompeten di bidangnya & mampu memberikan *service excellence* bagi setiap klien maupun proyek yang ditanganinya.

### 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi khususnya *management team* yang dimiliki SLC Marketing, Inc secara garis besar dibagi menjadi dua bagian, yakni *Internal Auditor & Control* dan *Corporate Secretary*. *Internal Auditor & Control* terdiri dari Gregorius Satrio sebagai *Manager* sekaligus *Supervisor* dan Christiena Anggreani sebagai *Finance Manager*. Sedangkan pada *Corporate Secretary* terdiri dari Alpi sebagai *Operational Manager* dan Aisyah sebagai *Principal & Human Resource Manager*.

Secara garis besar, SLC Marketing, Inc memiliki beberapa tim didalamnya, yaitu:

#### 1) *Marketing*

a) *Supervisor* memiliki tugas sebagai berikut:

- Pemegang rahasia penting pimpinan yang berkaitan dengan perusahaan.

- Melakukan penyaringan terhadap informasi dan sebagai sumber informasi bagi pimpinan dan menjalankan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya
  - Menjadi perantara antara pihak-pihak yang ingin berhubungan dengan pimpinan.
  - Menjadi mediator pimpinan dengan para Manager, Supervisor, dan Staff.
  - Memberikan ide-ide sebagai alternatif pemikiran Business Development Director.
  - Mencatat segala kegiatan atau hal yang didiskusikan oleh pimpinan yang berguna untuk informasi selanjutnya.
  - Mengatur jadwal acara pimpinan dan memprioritaskan hal-hal yang penting terlebih dahulu.
  - Menganalisis masalah perusahaan klien dan memberi solusi bagi masalah tersebut.
  - Membuat laporan proyek dengan klien-klien dari SLC Marketing, Inc.
  - Melakukan presentasi dan mengatur jadwal dengan klien.
  - Bertugas untuk menjadi promotor perusahaan dan menjalankan tugas untuk menangani masing-masing klien.
  - Sebagai sales untuk menjual jasa-jasa SLC Marketing, Inc.
  - Mencari calon klien baru, baik di acara webinar Connectpedia yang diadakan, maupun di networking event lain, serta network yang telah dimiliki sendiri.
  - Menulis *whitepaper* (artikel) sesuai expertise masing-masing.
- b) *Digital Officer* memiliki tugas sebagai berikut:
- Membuat *design graphic production*.
  - Mengelola dan mengembangkan sosial media perusahaan, yaitu Facebook dan Instagram.

- Membuat rencana kerja mengenai konten yang akan dibuat selama satu bulan untuk bulan berikutnya.

c) *Brand Designer* memiliki tugas sebagai berikut:

- Membuat video production.
- Mengelola dan mengembangkan social media perusahaan, yaitu YouTube dan TikTok.
- Membuat rencana kerja mengenai konten yang akan dibuat selama satu bulan untuk bulan berikutnya.

2) *Finance*

a) *Accounting & Budgeting* memiliki tugas sebagai berikut:

- Mengambil keputusan yang berkaitan dengan pembelanjaan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan, laporan dan pembiayaan perusahaan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol arus kas perusahaan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol anggaran perusahaan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol pengembangan sistem dan prosedur keuangan perusahaan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol analisis keuangan.
- Merencanakan, mengatur dan mengontrol untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

b) *Taxation* memiliki tugas sebagai berikut:

- Menghitung pajak yang harus dibayarkan perusahaan dalam periode tertentu.
- Membayar dan melapor pajak perusahaan secara tepat waktu.
- Membuat perencanaan pajak perusahaan.

3) *Operational*

a) *Office Leader* memiliki tugas sebagai berikut:

- Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlakunya kontrak kerja.

b) *Project Coordinator* memiliki tugas sebagai berikut:

- Membantu menyelesaikan dokumen proyek.
- Membantu memecahkan masalah dalam kegiatan proyek.
- Membantu tim *Business Analyst* dalam berkomunikasi dengan pemegang saham proyek.
- Membantu menyiapkan laporan kegiatan proyek.
- Membuat dokumen inisiasi proyek.
- Mengumpulkan data status proyek.

c) *Admin Officer* memiliki tugas sebagai berikut:

- Menyusun laporan keuangan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.
- Mengelola uang kas, mulai dari membuka rekening, menentukan setoran, mengatur kas, menangani pembayaran atas kewajiban dan membuat catatan transaksi kas.
- Mengelola kredit dengan mengatur tagihan-tagihan.
- Melakukan pembayaran iuran telkom, listrik, air, dan internet.
- Bekerja sama dalam menyusun kebijakan administrasi keuangan dengan bagian lain yang terkait sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- Mengatur keluar masuknya uang kas SLC Marketing, Inc.
- Melakukan proses *invoice* untuk pembayaran ke SLC Marketing, Inc.

d) *Client Officer* memiliki tugas sebagai berikut:

- Menjalin hubungan baik dengan semua pihak (internal & eksternal) perusahaan
- Melakukan *follow up* klien yg mengambil jasa partner serta melakukan *follow up* terhadap peserta *event*.
- Mengelola *database* perusahaan sesuai tempat & fungsinya.
- Menjadi team leader dalam pelaksanaan *event* (sebelum - saat - sesudah).
- Bertanggung jawab atas alat komunikasi perusahaan (WhatsApp, Web Chat, dan lain-lain).
- Telemarketing dengan peserta seminar seputar kegiatan terkait perkumpulan untuk para pebisnis.
- Menjalin kerjasama ataupun kolaborasi dengan sponsor, *partner*, dan sebagainya.

4) *Principal & Human Resource*

a) *Supervisor* memiliki tugas sebagai berikut:

- Mencari, menguji, dan menyeleksi calon karyawan menggunakan DISC, dan test logika karyawan.
- Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.
- Membuat sistem HR yang efektif dan efisien, misalnya dengan merevisi dan mempelajari SOP, *job description*, *training and development system*.
- Melakukan seleksi, promosi, mutasi dan *lay-off* pada karyawan yang dianggap perlu.
- Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

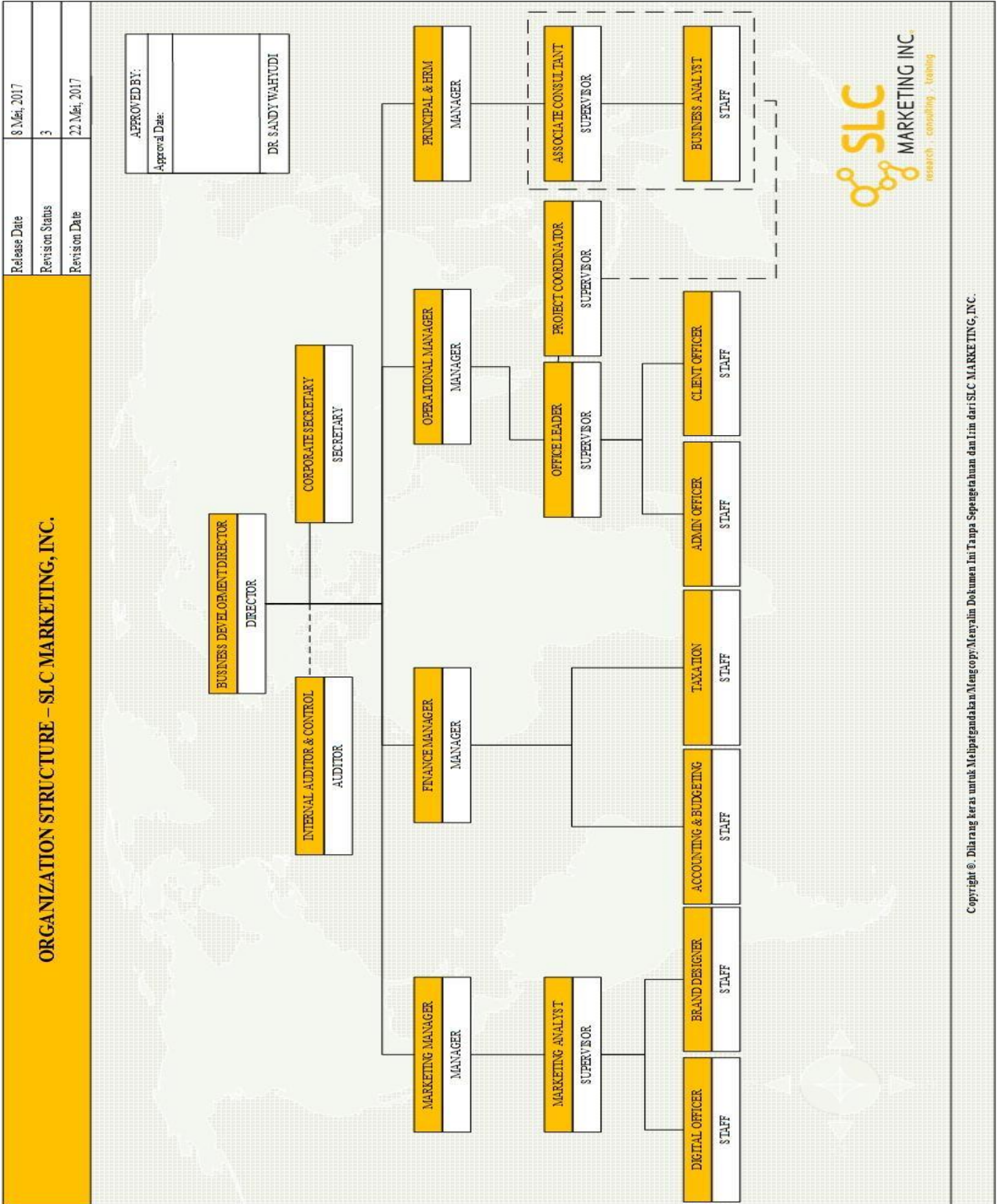


- Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlakunya kontrak kerja.

b) *Staff* memiliki tugas sebagai berikut:

- Mengelola *database* serta administrasi karyawan.
- Melakukan evaluasi kinerja.
- Membuat ekosistem kerja agar lebih kondusif.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.5 Struktur Organisasi Perusahaan

## 2.3 Kajian Pustaka

### 2.3.1 Manajemen

Secara etimologi kata manajemen diambil dari bahasa Prancis kuno, yaitu *management*, yang artinya adalah seni dalam mengatur dan melaksanakan. Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya perencanaan, pengoordinasian, pengorganisasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efisien dan efektif. Manajemen berfungsi untuk mengatur dan membuat tatanan terstruktur rapi. Manajemen mengatur yang belum teratur sehingga membentuk ketidakteraturan menjadi pola yang baru. (Dwiyana,2020)

Menurut George R. Terry (1997), Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang terdiri dari berbagai tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai target yang telah ditentukan melalui berbagai sumber daya alam maupun manusia.

Menurut John F. Mee (2021), Manajemen adalah seni untuk melakukan upaya minimal demi mengamankan kemakmuran dan kebahagiaan maksimum bagi pemilik usaha dan pegawai serta menyediakan layanan yang terbaik kepada masyarakat.

Menurut Ebert, R., & Griffin (2017), Manajemen adalah kegiatan yang dilakukan didalam perusahaan dan diawasi oleh atasan atau manajer perusahaan dalam melakukan perencanaan, mengatur, memimpin, serta mengendalikan sumber daya organisasi sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan.

Menurut Robbins, S. P., & Coulter (2019), Manajemen merupakan kegiatan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas kerja orang lain dengan tujuan supaya pekerjaannya terselesaikan dengan baik, efisien dan efektif. Pekerjaan tersebut dapat dikatakan pekerjaan yang efektif dan efisien jika mendapat pencapaian yang baik serta mendapatkan hasil yang maksimal.

Menurut Kinicki & William (2016), Manajemen merupakan proses pencapaian tujuan dari organisasi secara efektif dan efisien melalui beberapa orang yang merencanakan, mengatur, memimpin dan mengendalikan sumber daya organisasi.

Pengertian manajemen secara umum adalah sebuah proses saat seseorang dapat mengelola semua hal yang dikerjakan oleh individu atau dalam sebuah kelompok demi mencapai tujuan bersama dengan sumber daya yang tersedia. (Rifqi,2021)

### **2.3.2 Fungsi Manajemen**

Terdapat 5 (lima) fungsi manajemen menurut Henry Fayol (2015), yaitu:

1) **Perencanaan**

Perencanaan adalah proses untuk menentukan tujuan atau sasaran serta langkah-langkah strategis yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut.

2) **Pengorganisasian**

Pengorganisasian adalah proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya, dan pengaturan kegiatan terkoordinir untuk menerapkan rencana yang sudah dirancang sebelumnya.

3) **Pengarahan**

Pengarahan adalah proses untuk memupuk motivasi pada karyawan agar bekerja lebih giat dalam mencapai tujuan. Proses ini juga berupaya membimbing karyawan dalam melaksanakan rencana.

4) **Pengkoordinasian**

Pengkoordinasian adalah proses dalam menyatukan dan mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Fungsi ini bertujuan untuk mengamati atau mengawasi suatu pekerjaan agar berjalan sesuai dengan yang telah diarahkan pada fungsi pengarahannya sebelumnya.

#### 5) Pengendalian

Pengendalian adalah fungsi manajemen yang bertujuan untuk melihat kesesuaian antara kegiatan organisasi dengan rencana yang sudah dirancang sebelumnya.

### **2.3.3 Manajemen Kewirausahaan**

Menurut Robert C. Ronstadt (2021), Kewirausahaan adalah suatu proses yang dinamis untuk meningkatkan kesejahteraan. Kesejahteraan ini diciptakan oleh individu-individu yang bersedia mengambil risiko, atas kekayaan, waktu, dan/atau karier dalam menyediakan nilai sesuatu yang bernilai pada barang atau jasa.

Menurut Robert D. Hisrich (2020), Kewirausahaan merupakan suatu proses yang dinamis untuk menciptakan tambahan kekayaan yang dibuat oleh individu yang berani untuk mengambil resiko utama. Tentu saja dengan berbagai syarat di antaranya, syarat kewajaran, waktu serta komitmen karier ataupun penyedia nilai untuk berbagai barang dan jasa produk. Jasa produk yang diberikan tak selalu baru ataupun unik, akan tetapi nilai dari barang tersebut yang akan memberikan berbagai peluang bagi pelaku usaha.

Menurut Joko Untoro (2020), Kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya-upaya demi memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang atas dasar kemampuan dengan memanfaatkan segala potensi yang ada untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya ataupun orang lain.

Menurut Richard Cantillon (1775), Kewirausahaan adalah sebagai pekerjaan seorang pengusaha yang membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang beresiko atau ketidakpastian.

Manajemen kewirausahaan merupakan seluruh kekuatan perusahaan yang menjamin adanya keberhasilan dengan menggunakan proses kreatifitas dan inovasi sebagai alat pemberdayaan seluruh sumber

ekonomi untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa itu sendiri. (Utomo, Kurniawan P., et al,2021)

Manajemen kewirausahaan adalah pengorganisasian yang diterapkan melalui inovasi dan kreativitas agar selalu memiliki ide-ide baru dan unik di dalam pikirannya serta membuat sesuatu yang berbeda bahkan harus memiliki nilai yang berarti kemampuan menghadapi tantangan hidup dengan cara melihat peluang dari berbagai resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan serta pertumbuhan. (Uti,2021)

Jadi manajemen kewirausahaan bisa diartikan sebagai pemanfaatan potensi ekonomi kreatif, inovatif dan juga berisiko untuk mencapai manfaat yang berkontribusi pada keberhasilan program suatu lembaga. Oleh karena itu, kewirausahaan dapat digambarkan sebagai elemen pendidikan untuk memfasilitasi proses pendidikan bukan sebagai media untuk mendapat keuntungan yang tidak semestinya.

#### **2.3.4 Manfaat Manajemen Kewirausahaan**

Menurut Zimmerer (2008), terdapat 6 (enam) manfaat menjadi kewirausahaan, yaitu:

- 1) Peluang mengendalikan nasib sendiri, karena dengan menjadi kewirausahaan dapat memiliki kebebasan serta peluang bagi entrepreneur untuk mencapai suatu tujuan penting baginya.
- 2) Peluang melakukan perubahan. Semakin banyaknya kewirausahaan yang memulai bisnis yang menandakan bahwa mereka melihat peluang yang bisa membawa perubahan bahkan yang menurut mereka penting.
- 3) Peluang untuk mencapai potensi sepenuhnya karena batasan terhadap keberhasilan mereka ialah semua hal yang ditentukan oleh kreatifitas, antusias, dan visi mereka itu sendiri.
- 4) Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas. Meskipun uang bukan daya dorong utama bagi *entrepreneur*, keuntungan dari bisnis merupakan salah satu faktor motivasi yang penting untuk mendirikan perusahaan.

- 5) Peluang berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha karena kewirausahaan sangat menyukai adanya kepercayaan serta pengakuan yang diterima dari *customer* yang telah dilayani dengan setia.
- 6) Peluang melakukan sesuatu yang disukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya. Kebanyakan kewirausahaan yang berhasil lebih memilih bisnis, sebab mereka tertarik serta menyukai pekerjaan tersebut. Dan pekerjaan tersebut mereka lakukan sebagai hobi.

### **2.3.5 Peranan Manajemen Kewirausahaan**

Peranan manajemen dalam kewirausahaan adalah berperan penting dalam mengembangkan atau mencapai tujuan yang ingin dicapai perusahaan, yang tanpanya suatu manajemen, maka tujuan tersebut tidak akan bisa dicapai dengan baik dan perusahaan tidak dapat beroperasi seperti yang diharapkan.

Kewirausahaan berkaitan dengan lingkungan internal (keputusan taktis) suatu perusahaan, dan strategi wirausaha berkaitan dengan kesesuaian internal kegiatan perusahaan dan kegiatannya dengan lingkungan eksternal di mana perusahaan harus bersaing dengan keputusan strategis.

Kenyataannya dalam setiap proses, wirausahawan selalu mengombinasikan berbagai faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya, serta melakukan sebuah proses yang disebut sebagai *creative destruction* (pengrusakan yang kreatif) untuk menghasilkan suatu nilai tambah guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi, sehingga inti dari keterampilan wirausaha adalah kreativitas. Maka dari itulah, wirausaha adalah pelaku utama dalam pembangunan ekonomi yang fungsinya untuk melakukan inovasi atau kombinasi-kombinasi yang baru untuk sebuah inovasi hingga melakukan perbaikan produksi lainnya. Juga memiliki dorongan kekuatan dari dalam diri untuk memperoleh suatu tujuan, serta suka bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan dari orang lain. (Kurnia D.; Hasanah Y.; Airine Y.,2020)

### 2.3.6 Skill Manajemen Kewirausahaan

Dari pernyataan sebelumnya bisa dijadikan sebagai penyebab alasan seorang manajemen kewirausahaan harus menguasai *skill business development*, karena *skill* tersebut menjadi kunci utama kesuksesan pada suatu bisnis / perusahaan. *Business development* akan lebih banyak bekerja sama dengan bagian *Marketing*, *Sales*, dan juga *Business Analyst*. Karena menjadi manajemen kewirausahaan harus memiliki *skill-skill* sebagai berikut: (Indra Kusuma, 2021)

- 1) Merancang strategi bagi klien atau *customer* bisnis suatu perusahaan.
- 2) Melakukan riset kebutuhan klien atau *customer* untuk pengembangan produk atau jasa perusahaan.
- 3) Menghubungi klien-klien yang memiliki potensial ke depannya bagi perusahaan.
- 4) Melakukan manajemen yang baik pada sumber daya tim dan juga perusahaan agar dapat bekerja lebih efektif dan mengalami pertumbuhan bisnis.
- 5) Kemampuan dalam berkomunikasi baik terhadap calon *customer*, klien, tim, dan juga relasi bisnis agar tetap terjaga ke depannya.
- 6) Kemampuan dalam bernegosiasi terhadap calon klien yang berminat untuk bekerja sama dengan perusahaan.
- 7) Membuat serta mempresentasikan penawaran bisnis terhadap calon klien sesuai kebutuhan bisnisnya.
- 8) Mempunyai wawasan yang lebih banyak dalam hal *marketing*, karena seorang *business development* akan lebih sering mempromosikan produk atau jasa perusahaan.

Manajemen kewirausahaan akan berkaitan erat dengan *business development*, karena dua hal tersebut diharuskan untuk memiliki pemikiran yang kreatif dan juga inovatif terhadap produk atau jasa yang mereka kembangkan. Kreatif juga tidak hanya dalam mengembangkan



produk atau jasa melainkan juga berpikir kreatif dalam menyelesaikan masalah yang ada.

Dan juga manajemen kewirausahaan berkaitan dengan lingkungan internal (keputusan taktis) suatu perusahaan, dan strategi kewirausahaan berkaitan dengan kesesuaian internal kegiatan perusahaan dan kegiatannya dengan lingkungan eksternal di mana perusahaan harus bersaing dengan keputusan strategis yang akan digunakan.

