



Persaingan Antar Organisasi

Fitria Amania

fitriaamania01@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dini Vientiany

dini1100000167@uinsu.ac.id

Fakultas Syariah dan Hukum , Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi penulis: fitriaamania01@gmail.com

ABSTRACT *Inter-organizational is a complex and dynamic relationship that occurs between two or more organizations that have different goals and characteristics. Relationships between organizations can take the form of cooperation, competition, or even conflict, all of which can affect organizational performance. Collaboration between organizations can increase profits and efficiency in coordinating, increasing knowledge, and solving problems together. Meanwhile, conflict between organizations can have a negative impact if it cannot be resolved properly. Conflict can lead to long discussions without finding an agreement and lack of organizational priorities, which can hamper organizational performance. For example, role conflict in an organization can have a negative effect on employee performance if it cannot be resolved properly. In some cases, conflict can be resolved by developing the conflict into a positive challenge. For example, role conflict in the PT Asuransi Kredit Indonesia (Persero) organization can have a positive impact if it can be resolved by increasing employee awareness and involvement in decision making. In this research, we will examine how inter-organizational relationships can influence organizational performance and how inter-organizational conflict can be resolved to improve organizational performance. We will also examine how collaboration between organizations can increase efficiency and profits in coordinating and solving problems together.*

Keywords: *Inter-organizational, Cooperation, Conflict, Organizational Performance.*

ABSTRAK Antar organisasi merupakan suatu hubungan yang kompleks dan dinamis yang terjadi antara dua atau lebih organisasi yang memiliki tujuan dan sifat yang berbeda-beda. Hubungan antar organisasi dapat berupa kerjasama, persaingan, atau bahkan konflik, yang semuanya dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Kerjasama antar organisasi dapat meningkatkan keuntungan dan efisiensi dalam melakukan koordinasi, meningkatkan pengetahuan, dan memecahkan masalah bersama. Sementara itu, konflik antar organisasi dapat berdampak negatif jika tidak dapat diatasi dengan baik. Konflik dapat menyebabkan diskusi yang panjang tanpa menemukan kata sepakat dan tidak adanya prioritas keorganisasian, sehingga dapat menghambat kinerja organisasi. Contohnya, konflik peran dalam organisasi dapat berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan jika tidak dapat diatasi dengan baik. Dalam beberapa kasus, konflik dapat diatasi dengan cara mengembangkan konflik menjadi tantangan yang positif. Contohnya, konflik peran dalam organisasi PT Asuransi Kredit Indonesia (Persero) dapat berdampak positif jika dapat diatasi dengan cara meningkatkan kesadaran dan keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, kita akan meneliti bagaimana hubungan antar organisasi dapat mempengaruhi kinerja organisasi dan bagaimana konflik antar organisasi dapat diatasi untuk meningkatkan kinerja organisasi. Kita juga akan meneliti bagaimana kerjasama antar organisasi dapat meningkatkan efisiensi dan keuntungan dalam melakukan koordinasi dan memecahkan masalah bersama.

Kata Kunci: antar organisasi, kerjasama, konflik, kinerja organisasi.

PENDAHULUAN

Dalam banyak organisasi, seperti yang kita ketahui, persaingan pada level individu secara aktif dirangsang dan diberi insentif. Ini biasanya dilakukan melalui perangkat manajemen kinerja seperti penetapan target individu (“MbO”, “kuota”, “tujuan”), insentif individu yang dikaitkan dengan target ini (“bonus”, “premium”), dan

“penilaian” kinerja individu . Sering kali, teknik seperti “umpan balik” dan “pembinaan” juga dimasukkan ke dalam campuran. Kita mungkin menyebutnya jenis persaingan perintah-dan-kendali , yang secara lebih spesifik merupakan bentuk pengarahan, individualisasi yang menimbulkan rasa takut , atau persaingan yang didorong dari atas ke bawah .

Persaingan antar perusahaan maupun organisasi di era globalisasi Semakin tinggi dan tajam, menyebabkan dunia usaha menjadi sangat kompetitif, Iklim bisnis yang selalu berubah dan tidak pasti. Hal tersebut menuntut upaya Dan strategi perusahaan untuk bersikap lebih responsif agar sanggup bertahan Dan terus berkembang. Mendukung upaya tersebut, maka diperlukan adanya Perbaikan individu. Proses perbaikan dimulai dari semua aspek khususnya Sumber daya manusia. Sumber daya manusia harus menjadi pribadi-pribadi yang Mau belajar dan bekerja keras dengan penuh semangat, sehingga berpotensi Untuk berkembang dengan maksimal.

Tingkat persaingan sendiri sangatlah ketat dari berbagai jenis bidang, tak terkecuali dalam bisnis. Contohnya, persaingan antara perusahaan teknologi khususnya dalam software seperti Bill Gates dan Steve Jobs. Tak dipungkiri bahwa dari persaingan ini, telah membawa tingkat pencapaian yang sangat tinggi, dari individu dan organisasi di seluruh industri. Perlu diketahui bahwa antara persaingan dan kompetisi memiliki makna yang berbeda, meski dalam konteks arti sama. Namun dengan persaingan akan membuat motivator para pesaing bisnis menjadi kuat. Seperti yang dinelaskan oleh Gavin Kilduff, seorang profesor di NYU Stern School of Business.

Berdasarkan penelitiannya selama bertahun-tahun, Kilduff menunjukkan bahwa persaingan biasanya berkembang saat pesaing memiliki dimensi serupa (di usia, demografis, dll.). Mereka bersaing satu sama lain dan keahlian mereka disesuaikan secara seimbang. Secara intuitif, masuk akal jika mereka berusaha mengalahkan pesaingnya untuk berada di tingkat atas. Bahkan dengan siapa mereka memiliki rekam jejak yang panjang, akan meningkatkan usaha dan kinerja sehingga meraih kemenangan. Tidak diragukan lagi, persaingan adalah alat yang bisa digunakan untuk meningkatkan usaha dan kinerja.

Kilduff menemukan, terdapat dua hal dalam meraih kemenangan dalam persaingan, yaitu dibiarkan tidak terkendali dan berkembang dalam kondisi yang tidak menguntungkan, bisa menjadi motivator yang fleksibel. Kesuksesan diukur semata-mata oleh bagaimana kita menumpuk melawan satu pesaing tunggal. Ia juga menemukan bahwa peserta yang diminta untuk memikirkan saingan pribadi sebelum melakukan tugas, jauh lebih mungkin untuk meningkatkan kinerja aktual mereka daripada peserta yang hanya diminta untuk memikirkan pesaing. “Ketika berhadapan langsung dengan pesaing, motivasi dapat dengan mudah dilepaskan dari apa yang dipertaruhkan, karena mengalahkan lawan itu membawa nilai psikologis bagi dirinya sendiri terlepas dari ukuran hadiahnya. Itu bisa berbahaya, dimana ia hanya fokus pada satu saingan dengan mengorbankan bisnis yang lebih besar. Itu membuat kita rentan terhadap ancaman persaingan lain yang mungkin baru muncul,” ungkap Kilduff. Kilduff menyarankan, untuk individu dan organisasi sebagai pelaku bisnis, agar melakukan beberapa hal ini, dengan memanfaatkan persaingan untuk meningkatkan motivasi.

KAJIAN LITERATUR

Definisi Persaingan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia persaingan adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif. Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan strategik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan. Dalam persaingan kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat produk yang mirip.

Bentuk Bentuk Persaingan

Dalam persaingan tentunya terdapat beberapa bentuk persaingan adapun diantaranya sebagai berikut:

1. Persaingan ekonomi

Persaingan ekonomi yakni persaingan yang timbul karena terbatasnya benda pemuas kebutuhan jika dibandingkan dengan laju pertumbuhan manusia.

2. Persaingan Kebudayaan

Persaingan kebudayaan adalah persaingan yang timbul ketika suatu kebudayaan tertentu berusaha masuk dan menggantikan kebudayaan yang telah ada sebelumnya.

3. Persaingan Kedudukan dan Peranan

Yang dimaksud dengan persaingan kedudukan dan peranan yakni persaingan yang timbul ketika beberapa orang atau kelompok yang berusaha mengejar kedudukan dan peran yang tinggi dari sebelumnya, agar dihargai oleh masyarakat.

4. Persaingan Ras

Persaingan ras yakni persaingan yang timbul karena perbedaan warna kulit, bentuk tubuh, corak rambut, dan sebagainya.

Dampak Persaingan

Tentunya dalam persaingan terdapat beberapa dampak yang akan terjadi adapun diantaranya sebagai berikut:

1. Apabila persaingan dilakukan secara jujur, seseorang dapat mengembangkan rasa sosial dalam dirinya. Sebab hampir tidak mungkin seseorang bersaing satu sama lain, jika tidak mengenal lawannya dengan baik.
2. Persaingan akan mendorong orang untuk bekerja keras supaya dapat memberikan andil bagi pembangunan masyarakat. Dengan ini, individu akan mengalami kemajuan.
3. Selama persaingan dilakukan secara jujur, solidaritas kelompok tidak akan goyah. Karena di dalam kelompok tidak akan ada perasaan iri satu sama lain.
4. Persaingan juga dapat menyebabkan orang-orang yang kalah dalam persaingan dikesampingkan di dalam masyarakat, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh masyarakat. Dampak seperti inilah yang tentunya harus dihindari.

Fungsi Persaingan

Selain definisi, dampak, tentu terdapat fungsi yang penting untuk dapat dapat dipahami, diantaranya sebagai berikut:

1. Dapat menyalurkan keinginan-keinginan individu atau kelompok yang bersifat kompetitif.

2. Sebagai jalan di mana keinginan, kepentingan serta nilai-nilai yang pada suatu masa menjadi pusat perhatian, tersalurkan dengan baik oleh mereka yang sedang bersaing.
3. Merupakan alat untuk mengadakan seleksi atau dasar sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi persaingan antar organisasi dan bagaimana persaingan tersebut mempengaruhi kinerja organisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian observasi dan riset.

HASIL PEMBAHASAN

Persaingan bisnis modern membawa dampak pada perubahan fokus persaingan dari persaingan antar perusahaan secara mandiri kearah persaingan antar jejaring bisnis seperti Supply Chain (rantai pasokan). Kondisi ini memunculkan era kompetisi antar jejaring bisnis, dimana peran perusahaan manufaktur telah berubah dari memasok perusahaan domestik menjadi pasar internasional melalui perusahaan lokal (Rudberg dan Olhager, 2003). Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasokan memerlukan koordinasi dan integrasi baik didalam maupun diantara perusahaan untuk mencapai manajemen rantai pasokan yang efektif, kualitas pelayanan, dan keuntungan perusahaan.

Pentingnya pencapaian manajemen rantai pasokan yang efektif memerlukan kebijakan strategis untuk mencapai tujuan manajemen rantai pasokan yang efektif, tetapi pada kenyataannya tingkat kepedulian perusahaan maupun akademisi terhadap kebijakan strategis khususnya tentang isu manajemen rantai pasokan masih sangat rendah. Bukti nyata yang mendukung pendapat tersebut adalah fakta sulitnya mencari literatur yang terkait dengan isu manajemen rantai pasokan di Indonesia. Kesenjangan dalam studi manajemen rantai pasokan di Indonesia mendorong minat peneliti untuk meneliti pengaruh implementasi praktik-praktik manajemen rantai pasokan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Melalui studi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi praktisi dalam proses pengambilan keputusan terkait dengan praktik-praktik manajemen rantai pasokan untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan daya saing perusahaan dalam rantai pasokan.

Persaingan menjadi suatu kondisi yang perlu diperhatikan oleh setiap organisasi, maka organisasi harus memiliki strategi yang dapat dijadikan sebagai senjata dalam

memenangkan persaingan yang ada. Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan arah strategi organisasi yang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan keuntungan (profit) relatif tinggi (Ferdinand, 2003). Jadi maksudnya adalah selain organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan di dalam lingkungan bisnis, organisasi juga menggunakan keunggulan kompetitif sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan kinerja organisasi yang diinginkan. Kinerja perusahaan (Organizational Performance) merupakan hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan sebuah organisasi yang kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil atau output yang diharapkan (Jahanshahi, et al., 2012). Agar organisasi mampu bersaing dan memiliki kinerja organisasi yang baik maka dapat didukung dengan mengimplementasikan Supply Chain management. Supply Chain management adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisiensikan integrasi supplier, manufaktur, gudang, dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Menurut (Christopher, 1998) Supply Chain management adalah jaringan organisasi yang melibatkan hubungan upstream dan downstream dalam proses dan aktivitas yang berbeda yang member nilai dalam bentuk produk dan jasa pada konsumen.

Teori dan praktik pada manajemen rantai pasokan telah banyak diterapkan pada perusahaan – perusahaan. Menurut Heyzer dan Render (2005), Penerapan Supply Chain management (SCM) yang mengikuti konsep SCM yang benar dapat memberikan dampak peningkatan keunggulan kompetitif terhadap produk maupun pada sistem rantai pasokan yang dibangun perusahaan tersebut. Lebih lanjut Heyzer dan Render (2005) menyatakan bahwa, Perusahaan perlu mempertimbangkan masalah rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan di desain untuk mendukung manajemen operasi (Heyzer and Render, 2005). Hal tersebut didukung oleh pendapat Chopra and Meindl (2007) bahwa, Desain Supply Chain, perencanaan, dan

keputusan operasi memberikan peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi.

Berdasarkan penelitiannya selama bertahun-tahun, Kilduff menunjukkan bahwa persaingan biasanya berkembang saat pesaing memiliki dimensi serupa (di usia, demografis, dll.).

Mereka bersaing satu sama lain dan keahlian mereka disesuaikan secara seimbang. Secara intuitif, masuk akal jika mereka berusaha mengalahkan pesaingnya untuk berada di tingkat atas. Bahkan dengan siapa mereka memiliki rekam jejak yang panjang, akan meningkatkan usaha dan kinerja sehingga meraih kemenangan.

Tidak diragukan lagi, persaingan adalah alat yang bisa digunakan untuk meningkatkan usaha dan kinerja. Kilduff menemukan, terdapat dua hal dalam meraih kemenangan dalam persaingan, yaitu dibiarkan tidak terkendali dan berkembang dalam kondisi yang tidak menguntungkan, bisa menjadi motivator yang fleksibel. Kesuksesan diukur semata-mata oleh bagaimana kita menumpuk melawan satu pesaing tunggal.

Ia juga menemukan bahwa peserta yang diminta untuk memikirkan saingan pribadi sebelum melakukan tugas, jauh lebih mungkin untuk meningkatkan kinerja aktual mereka daripada peserta yang hanya diminta untuk memikirkan pesaing.

“Ketika berhadapan langsung dengan pesaing, motivasi dapat dengan mudah dilepaskan dari apa yang dipertaruhkan, karena mengalahkan lawan itu membawa nilai psikologis bagi dirinya sendiri terlepas dari ukuran hadiahnya. Itu bisa berbahaya, dimana ia hanya fokus pada satu saingan dengan mengorbankan bisnis yang lebih besar. Itu membuat kita rentan terhadap ancaman persaingan lain yang mungkin baru muncul,” ungkap Kilduff. Kilduff menyarankan, untuk individu dan organisasi sebagai pelaku bisnis, agar melakukan beberapa hal ini, dengan memanfaatkan persaingan untuk meningkatkan motivasi.

1. Pertimbangkan tugas yang ada.

Rivalitas atau persaingan adalah motivator yang besar untuk pelaku bisnis berusaha lebih keras, situasi di mana hubungan antara usaha dan kinerja sangat kuat. Misalnya, persaingan diantara pelaku bisnis terutama di antara teman, dapat menjadi dorongan besar di bidang kesehatan dan kebugaran pribadi, atau kegiatan lain yang memerlukan usaha dan dedikasi, seperti belajar untuk ujian. “Kami semakin banyak mengetahui bahwa

memiliki seseorang yang sedikit bersaing dengan Anda, bisa menjadi motivasi yang sangat kuat,” kata Kilduff.

2. Jangan membiarkan persaingan berkembang tanpa terkendali

Dalam salah satu studi Kilduff, dia memiliki subjek menghadapi lawan-lawan yang disimulasikan untuk menyelesaikan kontes mengetik. Studi ini dirancang agar masing-masing peserta memenangkan dua dari empat kontes, namun separuh kelompok menghadapi lawan yang sama setiap saat dan menang atau kalah dengan selisih yang sempit; Kemenangan dan kerugian kecil lawan yang sama mendorong perasaan persaingan di antara peserta, yang kemudian melaporkan skor yang lebih tinggi pada skala Machiavellianisme. Tidak ada uang yang dipertaruhkan di sini, jadi bayangkan potensi pergeseran kepribadian seseorang, saat uang dan prestise nyata ada di depan kita.

Selain Kilduff juga mempelajari efek samping pesaing di lapangan sepak bola. Dengan menganalisis permainan antara tim sepak bola profesional Italia, dia menemukan bahwa pertandingan yang dimainkan antara saingan di kota menghasilkan jumlah kartu merah dan kuning yang jauh lebih tinggi. Kemudian indikator perilaku etis olahraga yang cukup bagus karena, kartu biasanya diberikan untuk penanganan atau upaya berbahaya. untuk menipu wasit dengan menyelam.

Tampaknya persaingan yang tidak diatur itu tidak hanya memicu kecurangan dan kebohongan; Ini juga menimbulkan tindakan berisiko. Mendorong persaingan yang ketat antara karyawan yang memiliki “kelonggaran untuk terlibat dalam perilaku berisiko atau tidak etis, berjudi yang berbahaya atau mengurangi jumlah,”. Ini adalah resep untuk perilaku tidak etis, Kilduff memperingatkan.

3. Dorong persaingan organisasi.

Sementara persaingan antara karyawan perorangan dapat menjadi motivator yang efektif, sementara persaingan juga dapat menjadi bumerang, meningkatnya ketegangan dan godaan untuk menipu atau berbaring di tempat kerja.

Alih-alih memberi nasihat kepada pengusaha untuk saling mengadu rekan satu sama lain, Kilduff merekomendasikan untuk mendorong persaingan di tingkat organisasi. Bagi sebagian besar bisnis, mengidentifikasi pesaing dan kemudian berfokus untuk mengungguli mereka dapat meningkatkan motivasi dan identifikasi di dalam organisasi.

Dalam penelitian terbaru Kilduff, yang belum dipublikasikan, dia menemukan bahwa universitas-universitas AS yang terlibat dalam persaingan jangka panjang (Harvard vs. Yale, USC vs UCLA) mendapatkan keuntungan dari peningkatan penjualan barang dagangan, serta proporsi alumni yang lebih tinggi. yang menyumbang ke sekolah, bahkan setelah menguasai faktor-faktor seperti pangkat akademis dan atletik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penulisan ini dapat disimpulkan bahwa persaingan dunia bisnis di era globalisasi ini semakin tinggi, salah satunya dipicu oleh perkembangan teknologi yang pesat. Persaingan yang ketat dalam bisnis mengakibatkan perusahaan dituntut untuk lebih inovatif, mengerti serta memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh konsumen. Pelaku usaha juga perlu mengetahui perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja bisnis.

Majemen konflik merupakan faktor lingkungan yang berfungsi sebagai katalisator ataupun mediator bagi karakteristik- karakteristik individu untuk muncul, berinteraksi dan menghasilkan suatu kinerja. Konflik dalam suatu organisasi atau dalam hubungan antar kelompok adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, malah dalam batas-batas tertentu justru akan sangat bermanfaat bagi penciptaan perilaku organisasi yang efektif (Deutsch, 2000). Pertikaian dalam hidup datang silih berganti, pertikaian dan tekanan adalah hal yang biasa ketika sesuatu yang benar-benar kompleks dan rumit, seperti individual dan kelompok-kelompok kecil yang berada dalam suatu organisasi formal. Konflik dalam pengertian yang sangat luas dapat dikatakan sebagai segala macam bentuk hubungan antar-manusia yang bersifat berlawanan (antagonistik), dapat terlihat secara jelas dan dapat pula tersembunyi. Segala bentuk pertikaian yang terjadi dalam organisasi, baik antara individu dengan individu lainnya, antara individu dengan kelompok, antara kelompok dengan kelompok maupun antara kelompok dengan organisasi atau mungkin pula antara perorangan dengan organisasi secara keseluruhan.

Manajemen konflik yang berhasil berarti memelihara suatu tingkat konflik yang optimal bagi kelangsungan hidup dan efektivitas organisasi. Tingkat konflik dapat dinaikkan atau dikurangi dengan mengubah kondisi-kondisi yang mendahului yang membawa pada

konflik. Pihak-pihak yang terlibat dalam suatu konflik dapat memberikan tanggapan dalam banyak cara, meliputi : penarikan diri, penghalusan (smoothing), bujukan atau persuasi, paksaan, tawar-menawar, serta pemecahan masalah bersama. Kecocokan setiap pendekatan dan konsekuensi-konsekuensinya terhadap penyelesaian konflik tergantung pada sifat konfliknya. Jika pihak-pihak yang terlibat konflik tidak dapat menyelesaikan suatu konflik yang merusak diri mereka sendiri, maka mereka dapat dibantu oleh pihak ketiga. Bentuk-bentuk campuran tangan pihak ke tiga meliputi : arbitrase, mediasi dan konsultasi proses.

Bekerjasama khususnya di lingkungan pekerjaan perusahaan, motivasi berprestasi dan manajemen konflik sangat diperlukan untuk menghasilkan tim yang kuat, tangguh dan mampu menghadapi permasalahan dan menuntaskan tugas yang diemban. Hal tersebut akan semakin baik jika ditunjang dengan komitmen tiap karyawan terhadap perusahaan. Selain itu, peneliti ingin membuktikan apakah benar bahwa motivasi berprestasi dan manajemen konflik secara individu mempunyai hubungan yang erat dengan komitmen organisasi. Peneliti juga ingin membuktikan apakah memang benar para karyawan memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrams, S. 1999. *Physics A Window An Our World Student Learning Guide*. Prentice-Hall: Englewood.
- Dalimunte, Syarial Fahmy. *Manajemen Konflik Dalam Organisasi*.
- Oliver, A. (2022). Strategi Market Positioning: Apa Itu, Jenis-Jenis, Cara Kerja, dan Manfaat. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/market-positioning/#.ZBZ7aMJByUk> Financial Performance.
- Purwanto, Agus Joko & Elu, Wilfridus J. (2017). *Inovasi dan Perubahan Organisasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.