

Peran manajemen strategi dalam mewujudkan visi dan misi Bank Permata

Muhammad Ilham Putra Rahmadana

Program studi perbankan syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
email: 220503110091@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

manajemen strategi; visi; misi; analisis SWOT; Bank Permata

Keywords:

strategic management; vision; mission; SWOT analysis; Permata Bank

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen strategis dalam mewujudkan visi dan misi Bank Permata, serta mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) yang mempengaruhi kinerja bank. Visi Bank Permata yaitu menjadi penyedia jasa keuangan terkemuka dan profesional yang memiliki hubungan erat dengan nasabah menunjukkan komitmen bank dalam menciptakan hubungan jangka panjang yang berlandaskan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Misi bank lebih fokus pada pengelolaan bisnis yang cermat dan berkelanjutan, serta memberikan solusi keuangan sesuai kebutuhan nasabah. Melalui analisis

SWOT, ditemukan bahwa Bank Permata memiliki reputasi yang kuat, jaringan yang luas, dan komitmen terhadap inovasi digital, namun masih menghadapi tantangan dalam pangsa pasar dan rasio kredit bermasalah (NPL). Peluang besar terdapat pada perkembangan perbankan digital dan pasar UKM, sedangkan ancaman datang dari ketatnya persaingan di industri dan perkembangan fintech. Dengan pengelolaan strategis yang cermat, Bank Permata dapat mengatasi tantangan tersebut dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyse the role of strategic management in realising Bank Permata's vision and mission, as well as to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) that affect the bank's performance. Bank Permata's vision of becoming a leading and professional financial services provider with close relationships with customers demonstrates the bank's commitment to creating long-term relationships based on trust and customer satisfaction. The bank's mission focuses more on prudent and sustainable business management, as well as providing financial solutions according to customer needs. Through SWOT analysis, it was found that Bank Permata has a strong reputation, extensive network, and commitment to digital innovation, but still faces challenges in market share and NPL ratio. Major opportunities exist in the development of digital banking and the SME market, while threats come from intense competition in the industry and the development of fintech. With careful strategic management, Bank Permata can overcome these challenges and achieve sustainable growth.

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini, sistem di seluruh perusahaan hamper semuanya serba digital. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat juga semakin meningkat. Pada era ini dibutuhkan manajemen strategi yang tepat agar perusahaan tetap eksis bersaing mengikuti perkembangan zaman ini. Untuk dapat bersaing, beberapa ahli manajemen



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

strategis dan kebijakan telah mendorong pengaruh praktik manajemen strategis pada Perusahaan pertunjukan (Kausar, et al., 2022). Manajemen strategis memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu organisasi, termasuk Bank Permata, dalam mewujudkan visi dan misinya. Sebagai lembaga keuangan yang beroperasi dalam lingkungan yang kompetitif dan dinamis, Bank Permata dituntut untuk mampu beradaptasi dan merespon berbagai perubahan pasar, teknologi dan peraturan. Dalam konteks ini, manajemen strategis berfungsi sebagai pedoman utama untuk mengarahkan seluruh aktivitas bank agar sejalan dengan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai.

Visi dan misi perusahaan kelas dunia, visi Perusahaan yang sukses bukan hanya sekedar konsep dan filosofi, tetapi juga ide-ide yang dipikirkan dengan matang yang membantu mereka mewujudkannya bahkan melampaui apa yang ingin mereka capai (Hamdan, 2001). Visi Bank Permata menggambarkan cita-cita masa depan yang ingin diwujudkan, sedangkan misi mencerminkan langkah dan komitmen yang diambil untuk mencapai visi tersebut. Manajemen strategis membantu memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil, baik di tingkat operasional maupun kebijakan, sejalan dengan visi dan misi. Dengan perencanaan yang matang, analisis yang cermat terhadap lingkungan eksternal dan internal, serta implementasi yang efektif, Bank Permata dapat lebih mudah mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, manajemen strategis juga membantu pengelolaan sumber daya secara optimal, baik sumber daya manusia, finansial, maupun teknologi, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, penerapan manajemen strategis yang tepat merupakan elemen penting bagi Bank Permata dalam mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan.

Dalam dunia perbankan yang semakin berorientasi pada kebutuhan nasabah, manajemen strategis juga memegang peranan penting untuk memastikan Bank Permata mampu memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan, baik nasabah, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat. Melalui strategi yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, dan pengembangan hubungan yang lebih personal dengan nasabah, Bank Permata dapat membangun kepercayaan dan loyalitas yang lebih kuat, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis berkelanjutan. Penentuan visi dan misi akan menjadi latar belakangnya alasan utama mengapa suatu langkah strategis dipilih oleh perusahaan (Kusmulyono & Endaryono, 2018). Oleh karena itu, peran manajemen strategis dalam mewujudkan visi dan misi Bank Permata tidak dapat dianggap remeh. Melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terkoordinasi dan evaluasi yang berkesinambungan, Bank Permata dapat terus tumbuh dan berkembang di tengah dinamika industri perbankan, dengan tetap menjaga relevansinya di mata nasabah dan pemangku kepentingan lainnya.

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengulas secara mendalam bagaimana Peran Manajemen Strategi dalam Mewujudkan Visi dan Misi Bank Permata. Pembahasan dari artikel ini meliputi analisis visi bank permata, analisis matriks misi dari bank permata, dan analisis strategi swot bank permata.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan menggunakan pendekatan survei literatur atau tinjauan pustaka. Penulis menemukan beberapa artikel dan jurnal relevan yang membahas tentang Peran Manajemen Strategi dalam Mewujudkan Visi dan Misi Bank Permata. Karena penelitian, pembahasan dan daftar pustaka saja tidak cukup, kami memberikan penjelasan dan kesimpulan dari analisis jurnal dan artikel yang dipilih penulis sebagai referensi.

Pembahasan

Visi dari Bank Permata

Kata visi berasal dari bahasa Inggris Vision yang berarti penglihatan, melihat, melihat, bermimpi atau gambaran. Secara etimologis bisa juga merupakan pandangan yang disertai pemikiran mendalam dan jernih yang menjangkau jauh ke masa depan. Visi berarti kemampuan melihat hakikat permasalahan. Visi adalah suatu cita-cita, cita-cita, angan-angan, impian dan cita-cita yang ingin dicapai di masa depan yang dirumuskan secara sederhana, singkat, padat dan jelas, namun mengandung makna yang luas, jauh dan utuh (Pramitha, 2017).

Berikut ini adalah visi dari Bank Permata:

“Menjadi penyedia jasa keuangan yang terkemuka dan profesional, yang memiliki hubungan erat dengan nasabah dan secara konsisten memberikan pengalaman interaksi yang terbaik bagi nasabah”.

Analisis Visi dari Bank Permata

Visi dari Bank Permata yang berbunyi “Menjadi penyedia jasa keuangan yang terkemuka dan profesional, yang memiliki hubungan erat dengan nasabah dan secara konsisten memberikan pengalaman interaksi yang terbaik bagi nasabah” mempunyai arti yang sangat mendalam. Visi dari Bank Permata tersebut mencerminkan keinginan dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh Bank Permata. Berikut merupakan analisis arti visi dari Bank Permata:

1) Menjadi penyedia jasa keuangan yang terkemuka dan profesional

Frase diatas mencerminkan tujuan Bank Permata untuk menjadi lembaga besar dan dikenal luas di industri keuangan. Secara filosofis, “terkemuka” berarti ingin mencapai posisi kepemimpinan, diakui atas inovasi, kualitas layanan, dan reputasi unggul. Hal ini juga menunjukkan komitmen terhadap profesionalisme, dimana bank tidak hanya mengupayakan kesuksesan komersial tetapi juga berpegang pada standar etika dan integritas yang tinggi dalam setiap aspek operasionalnya. Profesionalisme ini mencerminkan kepatuhan terhadap peraturan, transparansi pengelolaan, serta kualitas produk dan layanan.

2) Memiliki hubungan erat dengan nasabah

Frase diatas menekankan pentingnya hubungan pribadi dan mendalam antara bank dan nasabah. Secara filosofis, hal ini menunjukkan Bank Permata tidak hanya

memandang nasabah sebagai pihak yang dilayani, namun sebagai mitra jangka panjang. Hubungan yang erat mencerminkan kepercayaan dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah, yang memungkinkan bank memberikan solusi keuangan yang lebih relevan dan tepat sasaran. Hal ini juga menunjukkan pendekatan humanis terhadap bisnis, di mana interaksi dengan pelanggan didasarkan pada kepedulian, kepedulian, dan keinginan untuk membantu mereka mencapai tujuan keuangan mereka.

3) Secara konsisten memberikan pengalaman interaksi yang terbaik bagi nasabah

Konsistensi dalam memberikan pengalaman interaksi terbaik menggambarkan komitmen bank terhadap kualitas layanan yang berkelanjutan. Secara filosofis, hal ini mencerminkan tekad untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi dalam setiap interaksi, baik secara langsung maupun melalui saluran digital. “Pengalaman interaksi terbaik” artinya Bank Permata tidak hanya fokus pada aspek transaksional saja, namun juga memperhatikan kepuasan, kenyamanan dan kemudahan nasabah. Hal ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya pengalaman pengguna sebagai faktor kunci dalam membangun loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Filosofinya adalah bank tidak hanya berusaha memenuhi ekspektasi nasabah, namun juga berupaya untuk selalu melebihi ekspektasinya.

Misi dari Bank Permata

Pernyataan misi mencerminkan deskripsi produk atau layanan yang ditawarkan. Misi yang bagus harus secara jelas menunjukkan apa yang ingin dicapai oleh organisasi dan bidang kegiatan utama yang ingin dicapai oleh organisasi. Misi juga secara eksplisit memuat apa yang harus dilakukan untuk mencapainya dan mengundang partisipasi masyarakat dalam pengembangan bidang utama organisasi. Dari sini dapat kita tekankan bahwa misi harus dirumuskan secara jelas, menunjukkan arah apa yang harus dilakukan walaupun masih bersifat umum. Misi tersebut masih perlu diterjemahkan ke dalam bentuk operasional dalam bentuk program kerja, baik jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang (Patmawati, 2023).

Berikut merupakan misi dari Bank Permata: “Menjalankan usaha dengan berhati-hati dan berkesinambungan untuk mendapatkan hasil yang optimal Menyediakan produk dan jasa keuangan yang memberikan solusi atas kebutuhan keuangan nasabah dengan menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme Mempekerjakan karyawan dengan membekali pelatihanpelatihan serta memberikan penghargaan atas prestasi kerja Melayani seluruh lapisan masyarakat dengan mempertahankan standar kualitas yang tinggi serta berusaha menjadi panutan dalam pelaksanaan tata kelola usaha yang baik”.

Analisis Matrik Misi Bank Permata

- 1) Nama Perusahaan: Bank Permata Tbk
- 2) Pelanggan: Terdapat dalam kalimat “memberikan solusi atas kebutuhan keuangan nasabah”, dari kalimat tersebut menunjukkan terhadap adanya pelanggan berupa nasabah
- 3) Produk/Jasa: Terdapat dalam kalimat “Menyediakan produk dan jasa keuangan...”, dari kalimat tersebut menunjukkan terhadap adanya produk/jasa berupa layanan.

- 4) Pasar: Terdapat dalam kalimat “Melayani seluruh lapisan masyarakat...”, dari kalimat tersebut menunjukkan terhadap Bank Permata menjangkau seluruh lapisan pasar masyarakat.
- 5) Teknologi: Terdapat dalam kalimat “Mempekerjakan karyawan dengan membekali pelatihan-pelatihan”, dari kalimat tersebut menunjukkan bahwa Bank Permata membekali pelatihan para karyawannya guna bersaing di era digital teknologi yang semakin berkembang.
- 6) Profitabilitas: Terdapat dalam kalimat “Menjalankan usaha dengan berhati-hati dan berkesinambungan untuk mendapatkan hasil yang optimal”, dari kalimat tersebut menggambarkan tentang tujuan untuk menambah dan mengembangkan profitabilitas untuk meraih hasil yang lebih optimal.
- 7) Filosofi: Mempertahankan standar kualitas yang tinggi serta berusaha menjadi panutan dalam pelaksanaan tata kelola usaha yang baik.
- 8) Konsep diri: Terdapat pada hampir semua misi Bank Permata, dimana dalam Misi tersebut menunjukkan padakonsep yang akan dibangun oleh Bank Permata itu sendiri.
- 9) Citra diri: Terdapat dalam kalimat “menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme”, kalimat tersebut menunjukkan bahwa Bank Permata selalu menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme dalam lingkup perbankan.
- 10) Karyawan: Terdapat dalam kalimat “Mempekerjakan karyawan dengan membekali pelatihan-pelatihan”, kalimat tersebut merujuk pada kinerja karyawan di Bank Permata Bank Mega Syariah.

Hasil dari matriks evaluasi pernyataan misi Bank Permata menyebutkan bahwa semua komponen matriks sudah terpenuhi, sehingga bisa dikatakan Bank Permata mempunyai misi yang sangat baik dalam menjalankan usahanya.

Analisis Strategi SWOT pada Bank Permata

Rumusan strategi yang baik mempunyai langkah-langkah yang meliputi pemahaman visi dan misi, mengenali situasi eksternal yang dapat memberikan peluang atau ancaman bagi organisasi, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang yang diinginkan, menciptakan beberapa kemungkinan pilihan strategis, dan terakhir memilih strategi yang paling cocok untuk diterapkan (Jenni & Murhadi, 2024). SWOT merupakan singkatan dari strength dan weakness lingkungan internal serta opportunity lingkungan eksternal dalam threat yang dihadapi oleh dua bisnis. Dalam konteks Bank Permata, analisis SWOT dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai posisi bank dalam industri perbankan dan membantu dalam mengembangkan strategi pertumbuhan dan peningkatan kinerja (Permata, 2020). Berikut analisa SWOT Bank Permata,

Strenghts (Kekuatan)

1. Reputasi dan Kredibilitas

Mempersiapkan langkah-langkah sistematis memerlukan kepemimpinan yang dapat dipercaya (kredibel) (Indrawati et al., 2019). Bank Permata telah membangun reputasi sebagai bank yang kredibel di Indonesia dengan sejarah yang kuat dalam menyediakan layanan perbankan untuk berbagai segmen, baik ritel maupun korporasi. Reputasi ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan investor.

2. Jaringan Cabang dan Infrastruktur

Bank Permata memiliki jaringan cabang yang luas dan akses layanan digital yang kuat. Hal ini memberikan keuntungan dalam menjangkau lebih banyak nasabah, baik di perkotaan maupun pedesaan, serta mendukung pengembangan layanan perbankan digital.

3. Komitmen Terhadap Inovasi Digital

Bank Permata telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman nasabah melalui layanan mobile banking dan internet banking. Inisiatif digital ini membantu Bank Permata tetap relevan di era digital, dimana nasabah menginginkan akses layanan perbankan yang cepat dan mudah.

Weakness (Kelemahan)

1. Pangsa Pasar Relatif Kecil

Dibandingkan beberapa bank besar lain di Indonesia seperti Bank Mandiri, BCA, atau BNI, pangsa pasar Bank Permata masih terbilang kecil. Hal ini membatasi potensi pertumbuhan bank dalam skala nasional.

2. Tingkat Ketergantungan pada Segmen Pasar Tertentu

Bank Permata memiliki ketergantungan yang cukup tinggi terhadap segmen pasar tertentu, khususnya segmen korporasi besar. Hal ini dapat menjadi risiko apabila kondisi perekonomian melemah atau terdapat perubahan kebijakan yang mempengaruhi segmen ini.

3. Permasalahan Non Performing Loan (NPL)

Meski pembenahan terus dilakukan, Bank Permata masih menghadapi permasalahan tingginya rasio kredit bermasalah (NPL). NPL yang tinggi dapat mempengaruhi profitabilitas dan citra suatu bank di mata investor dan nasabah.

Opportunity (Peluang)

1. Pertumbuhan Pasar Perbankan Digital

Seiring dengan semakin meningkatnya adopsi teknologi dan internet di Indonesia, terdapat peluang besar bagi Bank Permata untuk terus memperluas layanan perbankan digitalnya. Dengan memberikan solusi digital unggulan, bank dapat menjangkau lebih banyak nasabah, terutama generasi muda yang lebih nyaman menggunakan layanan online.

2. Perluasan Pasar Ritel dan UKM (Usaha Kecil dan Menengah)

Indonesia memiliki potensi besar di segmen ritel dan UKM, yang seringkali kurang terlayani oleh bank-bank besar. Bank Permata dapat memanfaatkan peluang ini dengan menyediakan produk keuangan yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan UKM.

3. Kemitraan dengan Fintech dan Pengembangan Ekosistem Keuangan

Tren kolaborasi dengan perusahaan fintech dapat membantu Bank Permata mengembangkan ekosistem keuangan yang lebih luas, baik dari sisi pembayaran, pinjaman mikro, dan manajemen investasi. Kolaborasi seperti ini dapat meningkatkan daya saing Bank Permata dalam menghadapi persaingan di era digital.

Threat (Ancaman)

1. Persaingan yang Ketat di Industri Perbankan

Bank Permata menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan bank-bank besar dalam negeri seperti Bank BRI, Bank BCA, dan Bank Mandiri, serta bank digital yang semakin berkembang. Persaingan ini dapat memberi tekanan pada margin keuntungan dan pangsa pasar.

2. Ancaman dari Perusahaan Fintech dan Bank Digital

Kehadiran perusahaan fintech dan bank digital yang semakin lincah dalam menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi menjadi ancaman serius bagi bank tradisional. Mereka dapat menawarkan layanan yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih mudah diakses.

3. Ketidakpastian Makro Ekonomi

Ketidakpastian perekonomian global dan domestik, termasuk fluktuasi nilai tukar, tingkat inflasi dan suku bunga, dapat mempengaruhi kemampuan Bank Permata dalam menjaga likuiditas dan stabilitas keuangannya.

Analisis SWOT Bank Permata menunjukkan bahwa bank ini memiliki kekuatan dalam hal reputasi, inovasi digital, dan dukungan investor yang kuat. Namun kelemahan dalam hal pangsa pasar yang relatif kecil dan permasalahan NPL masih menjadi tantangan. Peluang besar ada pada pengembangan layanan digital, perluasan pasar ritel dan UKM, serta kemitraan dengan fintech. Namun ancaman persaingan yang ketat, fintech dan perubahan peraturan harus diwaspadai dan diantisipasi melalui strategi manajemen risiko yang baik dan inovasi yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan terhadap visi, misi dan strategi SWOT Bank Permata dapat disimpulkan bahwa Bank Permata mempunyai landasan strategis yang kuat untuk terus berkembang dalam persaingan industri perbankan Indonesia yang kompetitif. Visi Bank Permata yang menekankan posisinya sebagai penyedia jasa keuangan terkemuka, profesional, serta hubungan dekat dengan nasabah menunjukkan orientasi yang jelas pada kualitas layanan dan inovasi berkelanjutan. Secara filosofis, visi ini menggarisbawahi komitmen bank untuk tidak hanya menjadi pemain utama di

industri, namun juga membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Analisis misi Bank Permata melalui matriks misi mengungkapkan fokus bank pada tiga elemen utama: peningkatan layanan, pengembangan teknologi digital, dan perluasan akses terhadap produk keuangan. Bank Permata terus berupaya memberikan solusi keuangan yang inovatif dan relevan bagi berbagai segmen nasabah, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM), serta memperkuat posisinya melalui penerapan teknologi modern dan layanan yang berorientasi pada nasabah.

Sedangkan melalui analisis SWOT ditemukan bahwa Bank Permata memiliki kekuatan dalam hal reputasi yang solid, dukungan teknologi digital, dan jaringan yang luas, terutama setelah diakuisisi oleh Bangkok Bank. Namun tantangan masih tetap ada, seperti persaingan yang ketat dengan bank-bank besar dan perusahaan fintech lainnya. Namun peluang di pasar perbankan digital dan sektor UKM memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi Bank Permata di masa depan.

Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang perkembangan pasar, serta mengatasi kelemahan dan ancaman melalui strategi yang tepat, Bank Permata berpotensi mencapai visinya menjadi penyedia jasa keuangan terkemuka di Indonesia. Penerapan manajemen strategis yang cermat akan menjadi kunci keberhasilan bank dalam mewujudkan visi dan misinya secara berkelanjutan di tengah dinamika perubahan industri perbankan.

Daftar Pustaka

- Hamdan, Y. (2001). Pernyataan visi dan misi perguruan tinggi. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 17(1), 90–103.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/34>
- Indrawati, S. M., Kuncoro, A., & Ikhsan, M. (2019). Reputasi dan kredibilitas sebagai upaya untuk mengatasi masalah koordinasi dan reformasi yang berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 19(2), 263–277.
<https://doi.org/10.21002/jepi.2019.16>
- Jenni, J., & Murhadi, W. R. (2024). Formulasi strategi OCBC dalam menghadapi daya saing perbankan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 396–413.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.9777>
- Kausar, A., Bakri, S. W., Sudirman, Fajriansyah, & Agusta, R. (2022). Dampak penerapan manajemen strategi terhadap perkembangan usaha mikro di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 20–32.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v5i1.45>
- Kusmulyono, M. S., & Endaryono, T. (2018). Kekuatan visi misi dalam memandu arah strategis UMKM Lebon. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat PKN STAN*, 01, 138–143.
<https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/download/362/252/1500>
- Patmawati, I., Ma'arif, M. N., Toyibah, E. H., & Rasmanah, C. (2023). Pentingnya visi, misi, dan tujuan sekolah. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(2), 182–187.
<https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i2.189>

- Permata, E. G., Rizki, M., Papilo, P., Silvia, S., & Zain, A. M. (2020). Analisa strategi pemasaran dengan metode BCG (Boston Consulting Group) dan SWOT. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 17(2), 92. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v17i2.12329>
- Pramitha, D. (2017). Urgensi perumusan visi, misi dan nilai-nilai pada lembaga pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Studi Pendidikan Islami*, 1(1), 45-52.