PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN PERUSAHAAN PERCETAKAN ALPUCARD DENGAN MENGGUNAKAN TEORI CORPORATE LIFE CYCLE DARI ICHAK ADIZEZ

FORMULATION OF STRATEGY FOR USING ALPUCARD PRINTING COMPANY USING THE THEORY OF CORPORATE LIFE CYCLE FROM ICHAK ADIZES

M Sharfan Iqbal[1],Ir.Dodie Tricahyono,M.M., Ph.d.[2],Ir Tri Djatmiko,M.M.[3]
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom
sharfaniqbal@gmail.com[1], dodie.tricahyono@yahoo.co.id[2], tri570720@yahoo.co.id[3]

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Perumusan strategi pengembangan perusahaan percetakan alpucard dengan menggunakan teori corporate life cycle dari ichak adizes " Pada era moderen ini banyak perusahaan yang gugur di awal berdirinya usaha mereka karena para pengusaha ini tidak dapat merumuskan strategi yang tepat pada perusahaan mereka dalam menghadapi masalah yang sedang atau yang akan dihadapi. Masalah ini dapat diatasi dengan menggunakan teori *Corporate Life Cycle* atau siklus hidup perusahaan dari Ichak Aizes. Dalam siklus perusahaan, sebuah perusahaan dapat mengetahui masalah-masalah apa saja yang sedang dan akan dihadapi oleh perusahaan tersebut dimasa yang akan datang. Dalam penggunan metode *Coeporate Life Cycle* ini, diperlukan analisis 4 faktor yaitu *Purposeful, Administration, Entrepreneur,* dan *Integrator*. Keempat faktor itu perlu diteliti karena dapat membantu perusahaan Dalam menentukan ada di fase manakah suatu perusahaan tersebut dalam *Corporate Life Cycle*. Posisi suatu perusahaan dalam *Corporate Life Cycle* dapat di ketahui dengan melakukan analisisa 4 faktor, yaitu *Purposeful* (Faktor P), *Administration* (Faktor A), *Entrepreneur* (Faktor E), *dan Integrate* (Faktor I). Dengan melakukannya analisis 4 faktor tersebut kita dapat mengetahui perusahaan tersebut sedang berada difase mana dalam *Corporate Life Cycle* dan mengetahui masalah apa yang sedang dihadapi oleh perusahaan tersebut serta strategi apa yang cocok untuk mengatasinya. Objek penelitian dalam Karya tulis ini merupakan sebuah percetakan yang bernama Alpucard. Setalah dilakukan analisis terhadap percetakan Alpucard, dapat diketahui Alpucard berda di fase *Go-go* (PaEi) karena memiliki beberapa masalah seperti *meeting* yang tidak produktif, terlalu fokus dalam penjualan. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk perusahaan dalam fase saat ini adalah penambahan kontrol dalam perusahaan, pemilihan orang yang tepat untuk diletakkan dalam *job desk*, memiliki batasan dalam pengambilan resiko.

Kata Kunci: *Corporate Life Cycle, PAEI,* Strategi

ABSTRACK

This thesis is entitled "The formulation of the development strategy of the alpucard printing company using the corporate life cycle theory of Ichak Adizes" In this modern era many companies have died at the beginning of their businesses because these entrepreneurs cannot formulate the right strategy for their companies in dealing with problems are or will be faced. This problem can be overcome by using the theory of Corporate Life Cycle or the company's life cycle from Ichak

Aizes. In the company cycle, a company can find out what problems are and will be faced by the company in the future. In using the Coeporate Life Cycle method, 4 factor analysis is needed: Purposeful, Administration, Entrepreneur, and Integrator. These four factors need to be examined because they can help the company in determining which phase a company is in the Corporate Life Cycle. The position of a company in the Corporate Life Cycle can be known by analyzing 4 factors, namely Purposeful (Factor P), Administration (Factor A), Entrepreneur (Factor E), and Integrate (Factor I). By doing this 4-factor analysis we can find out which company is in the phase of the Corporate Life Cycle and know what problems are being faced by the company and what strategies are suitable for overcoming it. The object of research in this paper is a printing press named Alpucard. After an analysis of Alpucard printing, Alpucard can be found in the Go-go (PaEi) phase because it has several problems such as unproductive meetings, too focused on sales. Therefore, the right strategy for the company in the current phase is the addition of controls in the company, the selection of the right people to be placed on the job desk, has limits on risk taking.

Kata Kunci: *Corporate Life Cycle, PAEI, Strategy*

---

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini sudah tidak dapat kita pungkiri lagi bahwa kemajuan ekonomi yang terjadi saat ini, kalau dilihat akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha usaha baru, khususnya usaha mikro kecil. Mereka beranggapan hanya usaha inilah yang dapat mereka lakukan untung menopang kebutuhan sehari-hari mereka yang dari hari ke hari pengeluaran mereka sebagai mahasiswa semakin besar, terutama bagi mahasiswa yang merantau dari luar Jawa atau luar Bandung. Kebanyakan mereka melakukan usaha baru mereka secara asal-asalan, tanpa banyak pertimbangan dan perencanaan sebelum memulai suatu usaha. Sehingga tidak heran bila banyak diantaranya yang seperti pepatah berkat, hidup segan matipun tak mau, hanya asal bisa bertahan saja.

Kegiatan berusaha memiliki tujuan atau saran untuk memperoleh keuntungan atau laba dalam bentuk rupiah. Namun, laba bukanlah satu satunya tujuan dalam berusaha, akan tetapi masih terdapat tujuan-tujuan lainnya yang dapat dicapai oleh seorang wirausaha. Contoh tujuan yang dapat kita capai dalam mendirikan usaha yaitu, mengurangi pengangguran atau membuka lapangan kerja, membantu masyarakat sekitarnya, dan membantu meningkatkan pendapatan pemerintah melalui pajak.

Teori *Corporate life cycle* atau Siklus Hidup Organisasi yang membahas tentang tahapan-tahapan yang dilalui oleh setiap organisasi atau perusahaan, juga membahas masalah apa yang

tengah dihadapi pada fase tertentu. Siklus hidup organisasi merupakan *Tools* terbaik yang dapat digunakan dalam mengindikasikan sebuah status organisasi pada saat ini, dengan cara mempelajari kebiasaan organisasi dan berkontribusi terhadap pengembangan dalam berbagai strategi, keuangan, pemasaran, dan lain lain, serta dapat menyimpulkan dengan menggunakan metode PAEI dari Ichak Adizez

Menerapkan teori *Corporate Life Cylce* ini, dibutuhkan sebuah perusahan atau UMKM yang masih belum diketahui ada dimana usaha mereka saat ini. Usaha yang belum jelas fase mana yang sedang dialami saat ini akan memudahkan pembaca dalam mengetahui hal-hal apa saja yang harus dianalisis untuk menggunakan teori *Corporate Life Cycle* dalam menganalisis masalah pada perusahaan tersebut. Usaha yang dipilih harus memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan data dan pencarian informasi, atau dalam arti lain mudah untuk melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam usaha tersebut.

Bisnis jasa Alpucard adalah salah satu bisnis yang berjalan di bidang jasa di kota Bandung yang terletak di JL.Moch Toha no. 380. Bisnis percetakan dan design Alpucard ini termasuk salah satu bisnis yang sukses dalam bidangnya, terbukti dari banyaknya pelanggan/pengunjung yang datang, ditambah omset yang bertambah setiap tahunnya, serta lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau dan diakses bahkan dengan harga yang relatif murah. Dari apa yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka penulis dapat melakukan penelitian dan memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pada usaha Alpucard pada fase manakah sekarang percetakan tersebut dalam *Corporate life cycle* Ichak Adizes serta akan mencoba menganalisis untuk mengetahui dan memprediksi masalah apa yang akan dihadapi Alpucard pada fase tersebut menggunakan teori *Corporate Life Cycle* terkait dengan PAEI, dan memberikan solusi beserta cara dalam menghadapi masalah yang sedang dan akan dihadapi oleh alpucard sendiri

2. Tinjauan pustaka

2.1 Strategi

Definisi strategi menurut Kenneth R. Andrews dalam Buchari Alma (2016:201) berpendapat bahwa strategi merupakan pola keputusan dalam perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan sasaran.

Menurut chandler dalam nilasari (2014:2) mendefinisikan strategi sebagai sasaran dan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan maupun organisasi, dan alokasi sumber daya dalam pencapaian tujuan tersebut.

Sedangkan menurut Porter dalam Nilasari, (2014:3) Strategi adalah pembuatan sebuah posisi yang unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan berbagai aktivitas.

Menurut Mintzberg dalam Aulia, (2018:iii) menyatakan bahwa strategi dalam bukunya *Simply Managing: What Manager Do-And Can Do Better*, strategi merupakan :

1. Rencana: "bagaimana", cara untuk melangkah dari satu tempat ke tempat lain.
2. Pola aksi terus menerus: sebuah perusahaan yang terus menerus memasarkan produknya dengan harga yang sangat tinggi menggunakan strategi "*High End"*.
3. Posisi : sebuah refleksi dari keputusan yang telah diambil untuk memasarkan produk atau jasa tertentu ke dalam pasar tertentu.
4. Perspektif: merupakan sebuah penglihatan maupun arah yang diambil oleh perusahaan.

2.2 Corporate Life cycle

Menurut Adizez dalam Aulia(2018:iv), *Corporate Life Cycle* merupakan keadaan dari sebuah perusahaan yang mengalami fase-fase kehidupan layaknya mahkluk hidup. Sebuah perusahaan pasti akan mengalami suatu perjuangan ataupun kesulitan yang normal atauapun yang telah dialami oleh sekian banyak perusahaanlainnya yang akan terus timbul apabila sebuah perusahaan akan naik pda fase selanjutnya dalam siklus hidup perusahaan. Oleh sebab itu, *Corporate Life Cycle* atau dengan kata lain siklus hidup perusahaan merupakan sebuah alat yang bisa digunakan dalam melakukan diagnosa dari suatu organisasi atau perusahaan, yang dapat digunakan untuk pembuatan strategi.

2.3 Model Business Cycle (PAEI)

Model PAEI oleh. Ichak Adizes (1979) menjelaskan empat peran penting yang bersama-sama membentuk tim manajemen yang sukses. Adizes adalah salah satu pakar manajemen terkemuka di dunia. Model PAEI adalah akronim yang mewakili Purposeful, Administrator, Entrepreneur, dan Integrator (PAEI).

1. Purposeful

Purposeful diartikan kedalam Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai sengaja,penuh arti,yang bertujuan, dan dengan maksud tertentu. Fungsi utama seorang pemimpin ialah *purposeful*(P), dimana sebuah pemimpin akan membuat sebuah organisasi lebih efektif dalam jangka pendek. Dan menentukan apakah hal ini membuahkan untung dan tujuan apa yang harus dilakukan untuk kedepannya. Dalam hal ini dapat kita umpakan seperti 5 orang yang sedang mendaki gunung mereka bersama saling melewati jalan sempit, membuka jalan dll. Dalam hal tesebut belum dapat di tentukan siapa pemimpinnya, sehingga mereka harus dihadapi dengan sebuah masalah dahulu agar dapat menentukan siapa yang menjadi pemimpinnya dalam merencanakan, mengatur , memotivasi, dan mengendalikan dalam menyelesaikan masalah tersebut.

Cara suatu usaha dalam mengetahui (P) *role* nya dengan cara melihat segmentasi pasar mereka. Setalah itu, sebuah usaha harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang telah mereka targetkan, dan melakukan nya sesuai dengan apa yang diperkirakannya.

Menurut suprapto dalam aulia(2018:vii) berpendapat bahwa *purposeful* merupakan realisasi dari misi yang spesifik, yang memiliki kisaran waktu yang dapat dikatakan baik secara jangka pendek ataupun panjang.

2. Administrator

Administrator adalah sebuah proses pengelolaan dari sebuah perusahaan atau organisasi nirlaba dimana berguna untuk menjaga kestabilan dan pertumbuhan organisasi atau perusahaan. Administrasi dapat membantu sebuah usaha dalam mencapai efisiensinya. Administrasi juga merupakan suatu kegiata dimana berguna untuk mengatur usaha secara sistematis, dan memprogram suatu aktivitas yang ada pada suatu usaha agar dapat melakukan kegiatan yang tepat

pada waktunya dan dengan intensitas yang tepat. Oleh karena itu sebuah usaha harus bisa mengeluarkan uang seminimal mungkin untuk melakukan proses bisnisnya agar mendapatkan hasil yang semaksimal mungkin.

3. Entrepreneurial

Entrepreneurial apabila diartikan kedalam bahas indonesia memiliki arti sebagai wirausaha. Oleh karena itu, *Entrepreneurial* dapat digambarkan sebagai seseorang yang memiliki penghasilan dengan cara membuat suatu bisnis mereka senidiri dengan melihat dan memanfaatkan peluang yang ada dan juga mengambil resiko yang ada.

Menurut Adizes (2015;24) berpendapat bahwa "*entrepreneurial* jika dilakukan dengan benar, maka sebuah usaha tersebut akan efektif dalam jangka panjang. Hal ini dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan, pada sebuah usaha seperti perencanaan ataupun memutuskan bukan apa yang harus dilakukan besok tapi apa yang harus dilakukan hari ini dengan mempertimbangkan apa yang akan kita harapkan dan inginkan terjadi besok. Kita harus kreatif untuk mengantisipasi masa depan, dan harus membayangkan seperti apa yang akan terjadi dimasa depan sehingga kita dapat mempersiapkan sebelumnya.

4. Integrator

Integrator adalah menyatukan orang-orang yang merupakan jantung tim atau dalam sebuah organisasi. Seorang pemimpin harus mampu menciptakan suasana harmoni dalam sebuah kelompok. Fokusnya adalah pada proses dan bukan pada hasil akhir. Integrator secara emosional cerdas dan empatik dan tahu bagaimana membangun kepercayaan dan rasa hormat dalam tim. Tujuan dari integrator adalah untuk menyelesaikan masalah. Integrator dapat memainkan peran penting dalam membangun budaya perusahaan kedepannya.

3. Metodologi penelitian

3.1 Karakteristik penelitian

Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian

NO	Karakteristik penelitian	Jenis penelitian

1	Berdasarkan metode	Kualitatif
2	Berdasarkan tujuan	Deskriptif
3	Berdasarkan tipe penyelidikan	Komparatif
4	Berdasarkan keterlibatan penelitian	Tidak Mengintervensi data
5	Berdasarkan unit analisis	Individual
6	Berdasarkan waktu pelaksaan	Cross section

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Faktor P (purpose)

Saat ini percetakan Alpucard telah memiliki tujuan perusahaan atau *purpose*, karena telah disebutkan pada visi dan misi perusahaan tersebut. Namun visi dan misi pada perusahaan harus didukung dengan hal-hal apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dari awal. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat mengetahui apa saja tujuan yang harus dijalankan oleh sebuah perusahaan.

Percetakan Alpucard telah memiliki target pasat yang dia tuju, dengan memilih pelanggan yang memiliki kesibukan tersendiri seperti kuliah, tetapi dalam kesibuk kuliah tersebut dia memiliki tanggung jawab didalam sebuah organisasi atau himpunan di kampus ataupun fakultas masing-masing untuk membuat ID-Card ataupun semacamnya yang membutuhkan jasa percetakan. Seperti hasil wawancara penulis dengan narasumber utama dalam transkrip wawancara berikut.

Setalah melakukan pengecekan ulang dengan hasil wawancara narasumber tambahan tersebut maka dapat dilakukan analisis menyeluruh terhadap faktor P (*purpose*) pada percetakan Alpucard. Untuk saat ini percetakan Alpucard sudah memiliki tujuan perusahaan yang jelas dan perusahaan juga sudah memilih segmentasi pasar yang tepat dan cocok dapat dibuktikan dari hasil wawancara antara owner dan konsumen sebagai narasumber tambahan. Perusahaan haruslah dapat memenuhi kebutuhan pasar yang telah dipilih agar dapat dinyatakan memenuhi kriteria P yang baik, dan

perusahaan harus memiliki langkah yang tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan perusahaan yang belum dapat terpenuhi.

Oleh sebab itu, Percetakan Alpucard telah memiliki P (*purpose*) yang besar dikarenakan Alpucard sudah memiliki tujuan yang tepat, segmentasi yang tepat, dan langkah-langkah yang tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar yang telah dipilih.

4.2 Analisis Faktor A (Administration)

Pada analisis berikut ini penulis akan menganalisis Faktor A (*Administration*) dimana pada faktor ini merupakan sebuah faktor yang akan membuat seluruh perusahaan akan berjalan secara efisien dalam jangka waktu yang singkat. Ke efisiensian perusahaan ini dapat dicapai dengan Administaris seperti rutinitas, sistematis yang baik. Dan juga sebuah perusahaan haruslah dapat melakukan sebuah tindakan yang prefentif dimana untuk membuat pencegahan terjadinya masalah dalam suatu perusahaan itu.

Dikarenakan masalah kehadiran, walaupun sebuah perusahaan memiliki langkah reaktif dan proaktif untuk mengahadapi masalah yang akan datang maupun yang telah datang pada perusahaan tersebut maka akan menyebabkan langkah-langkah yang dilakukan tidak akan berjalan dengan semestina. Hal ini disebabkan karena tidak lengkapnya divisi yang hadir ketika diakannya rapat. Oleh karena itu, percetakan Alpucard untuk sekarang memiliki nilai A (Administration) kecil (a).

4.3 Analisis Faktor E (Entrepreneurship)

Pada faktor ini (*entrepreneurship*) dimana sebuah perusahaan dapat dinilai dari seberapa berani perusahaan dalam mengambil resiko dengan tujuan mendapatkan keuntungan, dan tujuan dari jangka pendek maupun jangka panjang dalam perusahaan. Dikarenakan pada hal ini kerativitas saja tidak cukup, tetapi harus juga disertakan dengan beraninya sebuah perusahaan dalam pengambilan resiko.

Dari data-data yang telah didapatkan, penulis dapat membuat kesimpulan bahwa Alpucard memiliki Faktor E (*entrepreneur*) yang baik. Dikarenakan perusahaan dapat memilih resiko apa saja yang dapat mendatangkan keuntungan dengan tujuan diperusahaan, perusahaan juga telah menggunakan cara yang tepat dalam menjalankan resiko yang di ambil dengan dibuktikan dari

hasil penjualan Alpucard yang dimana setiap bulannya selalu meningkat. Oleh karena itu, percetakan Alpucard memiliki E (*entrepreneur*) yang bersar (E).

4.4 Analisis Faktor I (integration)

Integration atau integrasi dimana memiliki arti yaitu melakukan sebuah tindakan ketika ada sesuatu yang dimana tidak bersikap pasif didalam pihak manajemen haruslah turut bergabung secara aktif dan baik. Namun, sebelum sebuah perusahaan dapat berperan aktif dalam perusahaan orang yang dipilih dalam peran tersebut haruslah tepat, dan perusahaan haruslah dapat untuk mempertahankan ataupun memberikan motivasi kepada orang-orang yang telah di pilih tersebut, supaya orang-orang tersebut dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang dimiliki. Selain harus memiliki orang yang tepat perusahan jugalah harus memiliki sebuah aturan sendiri atau budaya sendiri yang mana dapat menjadikan aturan ataupun budaya tersebut sebagai acuan maupun patokan bagi perusahaan dalam melakukan sesuatu.

Pada akhirnya, sebuah percetakan Alpucard hanya mempunyai poin I kecil (i) dikarenakan beberapa hal yang ada di atas. Perusahan sudah memiliki aturan yang tepat tetapi masih fleksibel dalam menjalankannya, walau tidak dalam seluruh konteks. Oleh karena itu penulis dapat mengambil kesimpulan Percetakan Alpucard mengalami beberapa hal yang ada pada fase *Go-go* seperti pada Lampiran 3. Perusahan masih mementingkan penjualan dibandingkan mendapatkan profit, rapat bulanan yang dilakukan masih kurang produktif karena masih ada beberpa divisi yang tidak hadir dalam rapat bulanan tersebut. Namun, percetakan Alpucard sudah dapat memilih hal-hal apa saja yang akan dijadikan prioritas dengan cara menentukan kelebihan ataupun kekurangan apabila perusahaan ingin memutuskan sesuatu hal, meskipun masih terfokus kepada penjualan atau sales.

4.5 Analisis Strategi yang Tepat bagi PA pada Tahap Go-Go

Menurut Adizes (1998: 329) Setelah *Go-go* menetapkan proritas, pembagian tugas untuk menetapkan tujuan dan pedoman terperinci. Langkah selanjutnya adalah memfasilitasi implimentasi pabrik. *Go-go* harus terus menerus mengawasi bagaimana tugas baru ditambahkan dan membuat organisasi sadar ketika melanggar prioritasnya sendiri. Masalah *Go-go* cukup sulit untuk ditangani dan terapi selalu berada di ambang dijatuhkan karena orang-orang pada fase *Go-go* tidak menghargai / meluangkan waktu. Anggota organisasi terlalu sibuk dalam menghabiskan

waktu guna saling mengatur, sehingga mereka tidak melihat manfaat jangka pendek dari investasi waktu semacam itu.

Dalam mengatasi masalah yang terjadi pada fase ***Go-go*** yang telah penulis sebutkan diatas dan agar perusahaan dapat melanjutkan ke fase selanjutnya maka caranya yaitu :

1. P role : pergeseran mendasar dalam tujuan mendorong kinerja
2. A role : Menghilangkan langkah yang reaktif dan proaktif, . mendisiplinkan anggota dalam melakukan rapat agar informasi yang diberikan dapat diketahui oleh seluruh anggota
3. E role : Tidak berubah sama seperti Go-go karena rule E harus tetaplah besar.
4. I role : Tidak berubah sama seperti Go-go Karena Rule I harus tetap kecil. Mungkin hanya perlu mengatasi fleksibelitas dalam perusahaan.

5.Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Menurut adizez (1998:328-329) pada fase *Go-go* perusahaan membuat keputusan yang seharusnya tidak mereka buat, membuat komitmen yang seharusnya tidak pernah mereka buat, mereka terlibat dalam kegiatan yang tidak mereka kuasai.

Berdasarkan Pembahasan di atas maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa percetakan Alpucard dapat melakukan beberapa hal yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan. Solusi yang diberikan merupakan strategi yang dapat digunakan dalam mengatasi masalah yang sedang maupun yang akan dihadapi oleh perusahaan untuk naik ke fase selanjutnya dalam *Corporate Life Cycle*. Solusi yang diberikan yaitu. :

1. Penambahan pada kontrol peusahan dengan melakukan penambahan dalam struktur perusahaan tersebut. Perusahaan dapat melakukan cara ini dengan menambah divisi ataupun *staff* yang terdapat dalam perusahaan tersebut agar perusahaan dapat melanjutkan ke fase berikutnya.
2. Pemilihan orang yang tepat dari setiap divisi yang telah dibuat. Ketepatan orang yang dipilih akan sangat mempengaruhi terhadap pemberian kewajiban yang dilakukan oleh owner sendiri yang menjadikan poin ini harus dilakukan dengan serius, hati-hati dan dengan detail.

3. Mulai membatasi dalam pengambilan kesempatan yang memiliki resiko sekaligus karena dapat menjadikan perusahaan tersebut tidak dapat fokus terhadap pengambilan resiko.
4. Perusahaan haruslah membatasi dalam pengambilan keputusan, kontrol diri dari perusahaan dibutuhkan agar proyek yang dipilih dapat memiliki kekuatan dalam penyelesaian hal tersebut.
5. Melakukan rapat dan menghadirkan seluruh divisi yang ada agar informasi dapat tersampaikan secara rinci.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis dapat membuat saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide untuk pengembangan penelitian selanjutnya.
2. Diharapkan peneliti lain dapat melanjutkan penelitian ini dengan objek dan masalah yang berbeda.

Referensi

Adizes, Ichak Kalderon. (2014). Managing Corporate Lifecycles (Part II). Santa Barbara County, California, United States of America: Adizes Institute Publication.

Alma, Buchari (2016). “Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa”. Bandung : CV.Alfabeta

Arosyid, Harun. 2013 “ Implementasi Product Life Cycle (Tinjauan Maturity Product) Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk”. Malang: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Aulia, Muhammad Faiz. 2018 “Perumusan Strategi Perusahaan Menggunakan Teori *Corporate Life Cycle* Pada UKM District Artem Di Bandung”. Bandung : Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom.

Ekawati, Dian. 2019 “Pengaruh Life Cycle Terhadap Earning Management Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol (Studi Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017”. Bandar Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univversitas Lampung.

Fitrianingsih, Rizky. 2018 “Analisis Daur Hidup (*Product Life Cycle*) Bihun Tapioka di Provinsi Lampung”. Bandar Lampung: Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.

Husain, Nerissa Arvina. 2014 "*Corporate Repositinoning Pt Elnusa Tbk dari Oil and Gas Service Company Ke Energy Service Company*". Banten: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Nilasari,s. (2014). "Manajemen Strategi Itu Gambapang : Untuk Pemula & Orang Awam". Cipayung : Dunia Cerdas

Panjaitan Dertaida (2020) "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Digital Payment OVO Di Kota Bandung)". Bandung: fakultas administrasi bisnis, universitas telkom.Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabe