

**STRATEGI PENGEMBANGAN UKM PABRIK TEMPE DI
KOTA CIMAHI (JAWA BARAT)
(STUDI KASUS DI PABRIK TEMPE PAK KUSNANTO)**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

ALFIAN ANDI FATULAH

NRP : 133010092



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
2018**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UKM PABRIK TEMPE DI
KOTA CIMAHI (JAWA BARAT)
(STUDI KASUS DI PABRIK TEMPE PAK KUSNANTO)**

Oleh

Alfian Andi Fatullah

NRP : 133010092

Menyetujui

Tim Pembimbing

Tanggal Juli 2018

Pembimbing

Penelaah

(Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM.,MBA)

(Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Ir. Toto Ramadhan, MT)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
Bab I Pendahuluan	
I.1. Latar Belakang Masalah	I-1
I.2. Perumusan Masalah	I-4
I.3. Tujuan Penelitian	I-4
I.4. Manfaat Penelitian	I-5
I.5. Pembatasan	I-5
I.6. Lokasi	I-6
I.7. Sistematika Penulisan	I-6
Bab II Landasan Teori	
II.1. <i>Business Plan</i>	II-1
II.2. Isi <i>Business Plan</i>	II-3
II.3. Manajemen Strategi	II-4
II.4. Manfaat Manajemen Strategi	II-5
II.5. Konsep Strategi	II-5
II.5.1. Menetapkan Tujuan-tujuan Jangka Panjang	II-6
II.5.2. Hirarki Strategi	II-6
II.5.3. Level Strategi	II-6
II.6. Jenis-jenis Strategi	II-7
II.7. Analisis <i>SWOT</i>	II-15
II.7.1. Analisa Lingkungan Internal	II-17
II.7.2. Analisa Lingkungan Eksternal	II-20
II.8. Aspek Pemasaran	II-22

II.8.2	Proses Desain Organisasi	II-27
II.8.3	Analisis Keuangan atau <i>Financial</i>	II-27
II.8.4	Teknik Pengangkatan yang Aman	II-28
II.8.5	Metoda Internal Rate Of Return.....	II-28
II.8.6	Metode Net Present Value	II-29
II.8.7	Metode <i>Break Even Point</i> (BEP)	II-29
II.8.8	Metode Payback Periode.....	II-30
II.8.9	Metode probability indeks	II-30

Bab III Usulan Pemecahan Masalah

III.1.	Metode Pemecahan Masalah	III-1
III.2.	Tahapan Pemecahan Masalah.....	III-1
III.3.	Metode Pengumpulan Data.....	III-1
III.4.	Metode Pengolahan Data	III-2
III.4.1.	Pendahuluan	III-2
III.4.2.	Landasan Teori.....	III-2
III.4.3.	Penyusunan Strategi Bisnis	III-3
III.4.3.1.	Analisa Aspek Internal	III-3
III.4.3.2.	Analisa Aspek Eksternal.....	III-4
III.4.3.3.	Analisa SWOT.....	III-4
III.5	Penyusunan Pengembangan Bisnis	III-4
III.5.1	Analisa Pemasaran	III-4
III.5.2	Analisa Produksi atau Rencana Operasi	III-5
III.5.3	Analisa Manajemen dan Organisasi.....	III-5
III.5.4	Analisa Keuangan atau Finansial.....	III-6
III.6	Analisa dan Pembahasan	III-6
III.7	Kesimpulan dan Saran.....	III-6
III.8	<i>Flow Chart</i> Pemecahan Masalah.....	III-7
III.9	Gambar <i>Flowchart</i> Pemecahan Masalah.....	III-8

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

IV.1	Pengumpulan Data	IV-1
IV.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	IV-1
IV.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	IV-1
IV.1.3	Lokasi Pabrik Tempe Pak Kusnanto	IV-2
IV.2	Faktor – Faktor Internal Pabrik Tempe Pak Kusnanto.....	IV-2

IV.2.1	Kondisi Pemasaran.....	IV-2
IV.2.2	Kondisi Produksi.....	IV-3
IV.2.3	Kondisi Sumber Daya Manusia (SDM).....	IV-4
IV.2.4	Kondisi Laporan Keuangan	IV-4
IV.3	Faktor –Faktor Eksternal Perusahaan.....	IV-4
IV.3.1	Faktor Ekonomi	IV-4
IV.3.2	Faktor Politik	IV-5
IV.3.3	Faktor Pemerintah.....	IV-5
IV.3.4	Faktor Teknologi.....	IV-5
IV.4	Pengolahan Data.....	IV-6
IV.4.1	Analisis Lingkungan Internal.....	IV-6
IV.4.1.1.	Identifikasi Lingkungan Internal Perusahaan	IV-6
IV.4.2	Analisis Lingkungan Eksternal	IV-10
IV.4.2.1.	Identifikasi Lingkungan eksternal Perusahaan	IV-10
IV.4.3	Analisis Matrik SWOT	IV-13
IV.4.4	Analisis Keuangan	IV-19
IV.4.4.1	Proyeksi Harga Pokok Produksi	IV-20
IV.4.4.2	Proyeksi Neraca (Balance Sheet).....	IV-21
IV.4.4.3	Asumsi	IV-21
IV.4.4.4	Proyeksi Laba Rugi (Income Statement)	IV-22
IV.4.4.5	Proyeksi Cash Flow	IV-22
IV.4.4.6	Proyeksi BEP (Break Even Point)	IV-23
IV.4.4.7	Proyeksi Payback Period	IV-23
IV.4.5	Perhitungan IRR (<i>Internal Rate of Return</i>)	IV-24

Bab V Analisa dan Pembahasan

V.1	Analisa dan Pembahasan	V-1
V.1.1	Penyusunan Strategis Bisnis	V-1
V.1.1.1	Analisa Lingkungan Internal.....	V-1
V.1.1.2	Analisa Lingkungan Eksternal	V-2
V.1.1.3	Analisa SWOT	V-2
V.1.2	Penyusunan Strategi Pengembangan Bisnis	V-5
V.1.2.1	Analisa Pemasaran	V-5
V.1.2.2	Analisa Produksi dan Rencana Operasi	V-9
V.1.2.3	Analisa Organisasi dan Manajemen.....	V-12

V.1.2.4 Analisa Keuangan atau Finansial	V-12
---	------

Bab VI Kesimpulan dan Saran

VI.1. Kesimpulan	VI-1
VI.2. Saran	VI-3

DAFTAR PUSTAKA



STRATEGI PENGEMBANGAN UKM PABRIK TEMPE DI KOTA CIMAHU (JAWA BARAT) (STUDI KASUS DI PABRIK TEMPE PAK KUSNANTO)

ALFIAN ANDI FATULLAH

NRP : 133010092

ABSTRAK

Pabrik Tempe Pak Kusnanto merupakan sebuah industry pembuatan tempe yang berada di Kota Cimahi. Pabrik Tempe Pak Kusnanto merupakan salah satu pemasok tempe di Kota Cimahi. Untuk mengembangkan Pabrik Tempe Pak Kusnanto perlu dilakukan perencanaan bisnis yang baik dan perencanaan finansial yang terstruktur untuk kemajuan Pabrik Tempe Pak Kusnanto yang dilihat dari factor internal maupun factor eksternal dari perusahaan pesaing. Dengan adanya rencana bisnis yang baik dan tepat dapat membantu Pabrik Tempe Pak Kusnanto agar lebih berkembang dan untuk kemajuan Pabrik.

Hal yang dilakukan dalam melakukan strategi pengembangan bisnis (Business Plan) adalah dengan menganalisis faktor-faktor internal maupun faktor eksternal, kedua faktor ini akan diolah sebagai sumber data dalam pengolahan analisis SWOT yang selanjutnya didapat hasil berupa pemilihan strategi bisnis yang paling tepat dan logis dengan situasi yang sedang terjadi saat ini di lingkungan perusahaan.

Setelah mendapatkan strategi fungsional untuk pengembangan bisnis selanjutnya penelitian dilanjutkan dengan mengolah data aspek finansial perusahaan, ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan bisnis yang akan dilakukan apakah menguntungkan atau merugikan bagi perusahaan, pengolahan aspek finansial dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok produksi yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian investasi dalam rangka pengembangan bisnis tersebut.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Business Plan, Analisis SWOT, Financial

STRATEGI PENGEMBANGAN UKM PABRIK TEMPE DI KOTA CIMAHU (JAWA BARAT) (STUDI KASUS DI PABRIK TEMPE PAK KUSNANTO)

ALFIAN ANDI FATULLAH

NRP : 133010092

ABSTRACT

Mr. Kusnanto's Tempe Factory is a tempe-making industry located in Cimahi City. The Tempe Factory Mr. Kusnanto is one of the suppliers of tempe in Cimahi City. To develop Mr. Kusnanto's Tempe Factory, it is necessary to conduct good business planning and structured financial planning for the progress of Mr. Kusnanto's Tempe Factory which is seen from internal factors and external factors from competing companies. With a good and appropriate business plan, it can help Mr. Kusnanto's Tempe Factory to be more developed and for the progress of the Plant.

The thing that is done in doing business development strategies (Business Plan) is by analyzing internal factors and external factors, these two factors will be processed as a data source in processing SWOT analysis which then results in the selection of the most appropriate and logical business strategy with the situation what is happening now in the company environment.

After obtaining a functional strategy for further business development the research is carried out by processing data on the company's financial aspects, this aims to determine the feasibility of business development that will be carried out whether profitable or detrimental to the company, financial aspects processing is carried out using the cost of production method which is then followed by testing investment in the framework of developing the business.

Keywords: Marketing Management, Business Plan, SWOT Analysis, Financial

Bab I Pendahuluan

I.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, perekonomian Indonesia semakin membaik. Hal ini didorong oleh perkembangan bisnis yang sangat pesat di Indonesia terutama di Kota Cimahi yang sedang berkembang perekonomiannya. Perkembangan bisnis ini dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan baik bidang teknologi, sistem informasi, komunikasi maupun bidang ilmu manajemen, dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan berbagai kemudahan disegala bidang membuat masyarakat tertarik untuk memulai sebuah bisnis baik yang menghasilkan barang maupun jasa. Perencanaan dalam memulai sebuah bisnis mutlak diperlukan karena dari perencanaan inilah dapat diketahui bagaimana perkembangan bisnis di tahun yang akan datang. Bisnis Pabrik Tempe merupakan bisnis yang sangat menarik dan menjanjikan. Selain harganya yang murah tempe juga memiliki nilai gizi yang baik dan tidak kalah dengan gizi dari daging yang harganya sangat mahal. Tempe juga sangat diminati oleh orang Indonesia karena tempe merupakan olahan khas dari Indonesia yang sudah terbukti memiliki nilai gizi yang baik dan disukai oleh semua golongan dan terjangkau.

Pabrik Tempe Pak Kusnanto merupakan salah satu industri pembuatan tempe rumahan di Kota Cimahi yang sudah beroperasi selama kurang lebih 20 tahun. Usaha yang bergerak dalam bidang industri pembuatan tempe ini mengalami peningkatan permintaan karena masyarakat menjadikan tempe sebagai pengganti protein. Karena harga daging yang melonjak tinggi menjadikan tempe sebagai pengganti daging yang harganya jauh lebih terjangkau dan menjadi lauk pauk yang wajib karena memiliki kandungan gizi yang lebih baik daripada daging dan harganya yang jauh lebih terjangkau bagi masyarakat.

Oleh karena itu perusahaan perlu menyusun strategi yang dapat mencakup semua aspek dari usaha tersebut. Mulai dari aspek organisasi, proses produksi, pemasaran dan sampai pada aspek keuangan dan finansial. Untuk mencapai strategi yang diinginkan perlu dilakukan analisis terhadap usaha tersebut agar dapat menyusun suatu strategi yang baik. Hal ini untuk menjaga kualitas dari produk dan

dapat menjadikan usaha ini semakin maju dan berkembang pesat dengan membuat studi kelayakan dari rencana yang akan dibuat.

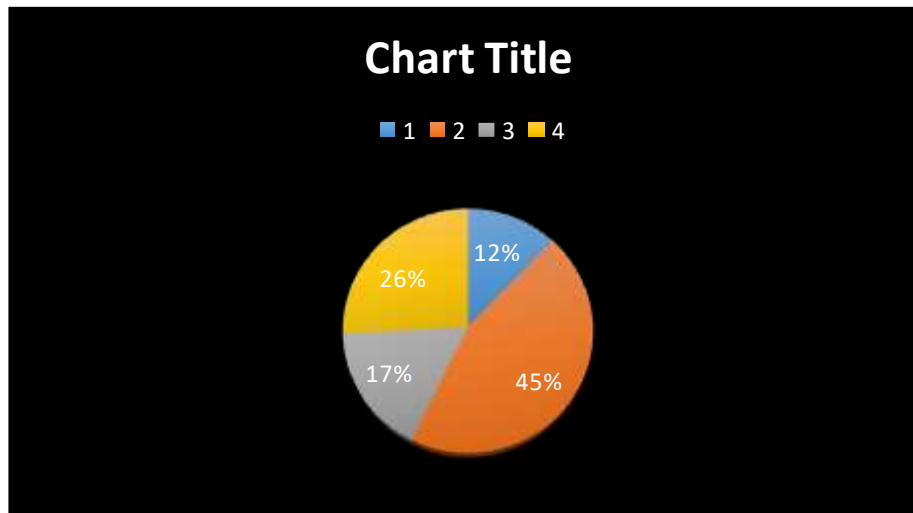
Hal yang dilakukan dalam melakukan strategi pengembangan bisnis adalah dengan menganalisis faktor-faktor internal maupun faktor eksternal, kedua faktor ini akan diolah sebagai sumber data dalam pengolahan analisis SWOT yang selanjutnya didapat hasil berupa pemilihan strategi bisnis yang paling tepat dan logis dengan situasi yang sedang terjadi saat ini di lingkungan perusahaan.

Setelah mendapatkan strategi fungsional untuk pengembangan bisnis selanjutnya penelitian dilanjutkan dengan mengolah data aspek finansial perusahaan, ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan bisnis yang akan dilakukan apakah menguntungkan atau merugikan bagi perusahaan, pengolahan aspek finansial dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok produksi yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian investasi dalam rangka pengembangan bisnis tersebut

Adapun data beberapa perusahaan tempe yang ada di Kota Cimahi sebagai berikut:

Tabel I. 1 Rekapitulasi Data Industri Tempe Kecamatan Cimahi Tengah (KOTA CIMAHI)

REKAPITULASI DATA INDUSTRI TEMPE KECAMATAN CIMAHI TENGAH (KOTA CIMAHI)							
NO	NAMA IKM	ENIS PRODUK	ALAMAT	TARGET MARKET	INVESTASI	OMSET	PROFIT
1	Wawan Diwan	Tempe	Gunung Batu Cidamar rt.03/0 Pasir Kaliki	Lokal	64.800.000	54.000.000	10.800.000
2	Eko	Tempe	Jl.KH.Uzman Dhomiri no.02 rt.07/18 Padasuka Cimteng 40256	Pasar Antri	240.000.000	200.000.000	40.000.000
3	Subakhi	Tempe	Leuwigoong 43 rt.02/05 Karang mekar	Pasar Dimensi Marga Asih	90.000.000	75.000.000	15.000.000
4	Kusnanto	Tempe	Jl. Margaluyu No.22 A, Cimahi, Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40525	Setempat	150.000.000	115.000.000	35.000.000



Gambar I. 1 Diagram Lingkaran *Market Share*

Untuk posisi dalam pasar Pabrik Tempe Pak Kusnanto menempati posisi ke-2 dengan pangsa pasar sebesar 26%, 4 pabrik tempe ini merupakan perusahaan yang menjadi pesaing teberat Pabrik Tempe Pak Kusnanto, data diambil pada tahun 2014 berikut perhitungannya:

- Pangsa Pasar

-Pangsa pasar Pabrik Tempe Pak Kusnanto = 26%

$$= \frac{\text{Penjualan Tempe Pabrik Pak Kusnanto}}{\text{Total Penjualan Perusahaan Sejenis}}$$

$$= \frac{115.000.000}{444.000.000}$$

$$= 0,259009 = 26\%$$

-Pangsa pasar Pabrik Tempe Pak Subakhi = 17%

$$= \frac{\text{Penjualan Tempe Pabrik Pak Subhaki}}{\text{Total Penjualan Perusahaan Sejenis}}$$

$$= \frac{75.000.000}{444.000.000}$$

$$= 0,168919 = 17\%$$

-Pangsa pasar Pabrik Tempe Pak Eko = 45%

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Penjualan Tempe Pabrik Pak Eko}}{\text{Total Penjualan Perusahaan Sejenis}} \\ &= \frac{200.000.000}{444.000.000} \\ &= 0,45045 = 45\% \end{aligned}$$

-Pangsa pasar Pabrik Tempe Pak Wawan = 12%

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Penjualan Tempe Pabrik Pak Wawan}}{\text{Total Penjualan Perusahaan Sejenis}} \\ &= \frac{54.000.000}{444.000.000} \\ &= 0,121622 = 12\% \end{aligned}$$

I.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan melalui observasi, diskusi, wawancara dengan pihak perusahaan. Dengan tujuan untuk dapat mampu mengembangkan usaha dan meminimalisir risiko yang mungkin terjadi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar dapat mengarah pada perbaikan

- a. Bagaimana menyusun suatu rencana pengembangan bisnis yang tepat untuk mengembangkan perusahaan dan bertahan dari persaingan industri yang semakin ketat.

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari studi kasus ini yaitu :

1. Untuk menyusun sebuah strategi pengembangan bisnis yang tepat di Pabrik Tempe Pak Kusnanto
2. Memberikan analisis dan rekomendasi terhadap Pabrik Tempe Pak Kusnanto untuk kemajuan perusahaan

I.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori dan memperdalam pengetahuan terutama yang berkaitan dengan strategi bisnis yang pernah didapatkan semasa kuliah di Universitas Pasundan

2. Bagi Pembaca

Laporan ini dapat dijadikan sebagai penambahan wawasan dan dapat menjadi referensi atau acuan penelitian bagi penulis selanjutnya

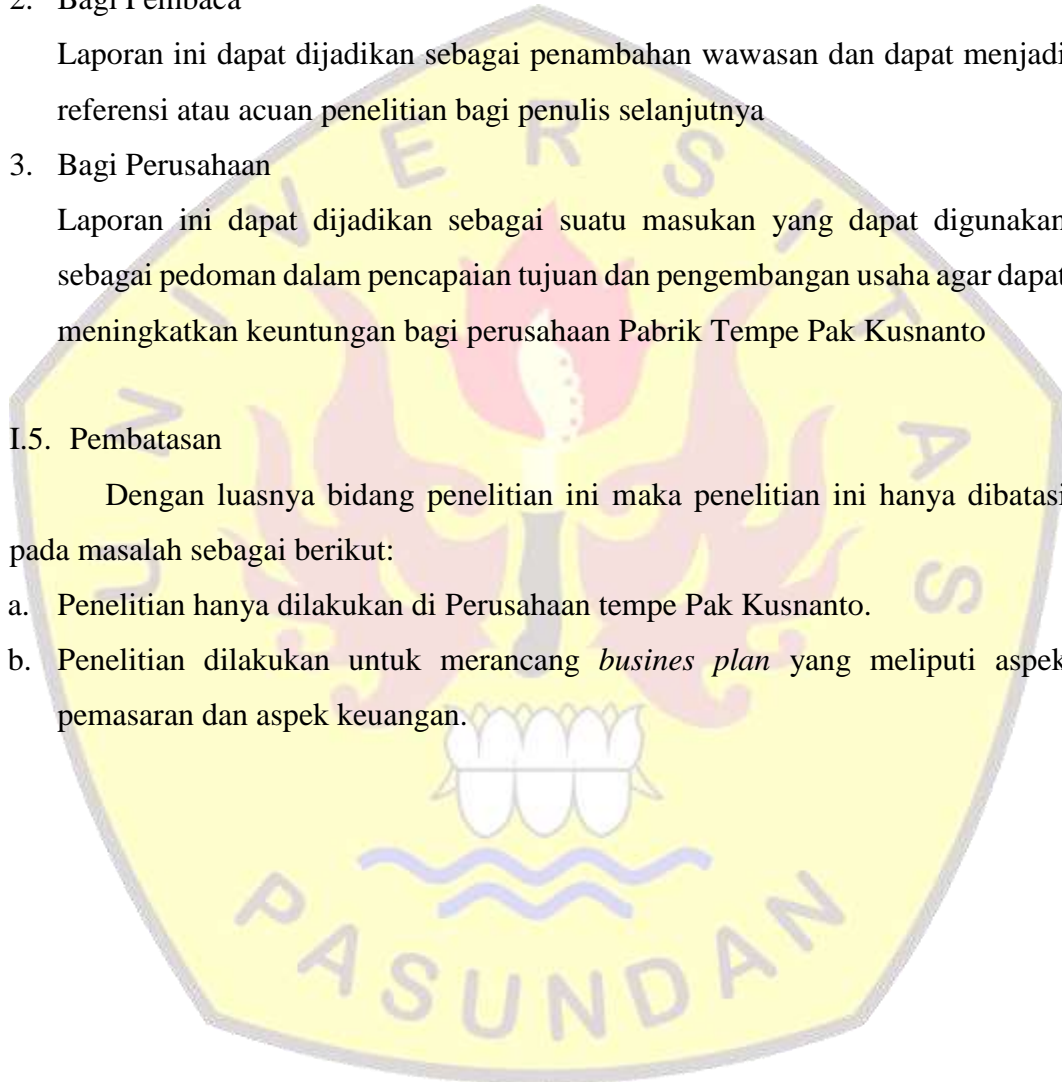
3. Bagi Perusahaan

Laporan ini dapat dijadikan sebagai suatu masukan yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pencapaian tujuan dan pengembangan usaha agar dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan Pabrik Tempe Pak Kusnanto

I.5. Pembatasan

Dengan luasnya bidang penelitian ini maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya dilakukan di Perusahaan tempe Pak Kusnanto.
- b. Penelitian dilakukan untuk merancang *business plan* yang meliputi aspek pemasaran dan aspek keuangan.



I.6. Lokasi

Jl. Margaluyu No.22 A, Cimahi, Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40525



Gambar I. 2 Lokasi Pabrik Tempe

I.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dipilihnya topik pembahasan mengenai penyusunan *Business Plan*, kemudian dilanjutkan pemaparan perumusan masalah agar masalah menjadi lebih fokus kemudian diuraikan secara garis besar tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat pemecahan masalah, pembatasan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dikemukakan teori-teori yang mendukung dan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, yang berguna sebagai referensi dalam pemecahan masalah. Pada bab ini juga terdapat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sehingga pembahasan dalam pengerjaan laporan Tugas Akhir ini tidak keluar dari apa yang telah menjadi

landasan teori yang sudah ada. Disini dijelaskan mengenai pengertian *Business Plan*, konsep lingkungan bisnis, aspek pemasaran, bauran pemasaran, hingga perencanaan ruangan perusahaan.

BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH

Pada bab ini dibahas prinsip-prinsip dan tahapan sistematis pemecahan masalah. Pada bab ini juga dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai tujuan dari permasalahan yang dibahas dan berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan. Disini dijelaskan mengenai aspek-aspek yang akan diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat diketahui apakah bisnis yang akan dijalankan akan berjalan baik atau mungkin sebaiknya tidak dilanjutkan. Dan langkah-langkah pemecahan masalahnya dimulai dari analisis pasar, lalu strategi pemasaran, matrik SWOT, dan aspek finansial. Dan setelah itu adalah *Flowchart* yang akan menjelaskan aliran proses dari awal pembuatan laporan Tugas Akhir ini hingga selesai.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data-data yang dibutuhkan dan pengolahan data berdasarkan penyusunan strategi pengembangan bisnis. Pada Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini. Diawali dengan penjelasan Pabrik tempe Pak kusnanto secara garis besar, lalu lokasi perusahaan, hingga ke pengolahan data berdasarkan langkah pemecahan masalah yang telah dibuat.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisa dan hasil pengolahan data yang diperoleh yang selanjutnya dilakukan pembahasan dari hasil analisis tersebut dari data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan, dianalisa mengenai pengolahan data yang telah dibuat pada Bab sebelumnya, sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil analisis dan pembahasan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang dirumuskan. Sedangkan saran dikemukakan apabila terdapat hal-hal baru yang nantinya dapat dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ali, Utsman. 2014. *Pengertian dan fungsi pemasaran*. Diakses dalam <http://www.pengertianpakar.com/2014/12/pengertian-dan-fungsi-pemasaran.html> pada 26 September 2017
 2. Ayu, Irrine. 2015. *Analisa Swot*. Diakses dalam http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/modulrencanastrategis/materi4_ana_lisisswot.pdf pada 25 September 2017 pada 25 September 2017., Gunadarma , Learning. 2014.
 3. Damayanti. Suci. *Pengertian marketing mix*. Diakses dalam <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-marketing-mix-definisi.html> pada 26 September 2017.
 4. David, Fred R., and David, Forest R., 2015. *Strategic Management: Concepts and Cases A Competitive Advantage Approach, Global Edition 15*. Pearson Educational Limited. Edinburgh gate, Haelow England.
 5. Haryanto. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 6 Nomor 1, April 2009 hal 1-20*.
 6. Kusumawati. Ida. 2012. *Rencana pendirian pusat kebugaran dan kecantikan*. Tesis. Universitas Indonesia
 7. Yodhia. 2012. *Contoh Isi Dari Business plan*. Diakses dalam <http://rajapresentasi.com/2012/05/contoh-isi-dari-business-plan-perencanaan-bisnis/> pada 22 September 2017.
 8. Rangkuti, Freddy. , 2006. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
 9. Rangkuti. 2016. *Analisa swot sebagai alat strategi*. Diakses dalam <https://arulmtp.wordpress.com/2008/08/03/analisa-swot-sebagai-alat-perumusan-strategi/> pada 25 September 2017.
 10. Supriyatno. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 6 Nomor 1, April 2009 hal 1 – 11*.
- Ningsih, W. 2010. *Pemasaran dan manajemen pemasaran dalam* <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3155/Bab%202.pdf?sequence=7> pada 26 September 2017