

**PENYUSUNAN *BUSINESS PLAN* PRODUK *VANITY*  
*MIRROR***

**TUGAS AKHIR**

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

**Oleh :  
FIKRY  
NRP : 133010125**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
2019**

**PENYUSUNAN *BUSINESS PLAN* PRODUK *VANITY MIRROR***

Oleh

**FIKRY**  
**NRP : 133010125**

Menyetujui  
Tim Pembimbing

Tanggal      Februari 2019

Pembimbing

Penelaah

---

Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM., MBA

---

Ir. Moh. Syarwani, MT

Mengetahui,

Ketua Program Studi

---

Ir. Toto Ramadhan, MT

# **PENYUSUNAN BUSINESS PLAN PRODUK VANITY MIRROR**

FIKRY  
NRP : 133010125

## **ABSTRAK**

*BEAUTY MIRROR* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, yang berinovasi untuk membuat sebuah produk yang dapat membantu para pengguna make up dengan sebuah cermin yang dilengkapi seangkaian lampu yang dapat membantu memantulkan bayangan wajah dengan pencahayaan yang dapat diatur sesuai keinginan penggunanya, karena banyak pengguna make up kesulitan saat ber make up dikarenakan cahaya dalam ruangan kurang memadai.

Dengan peluang yang ada maka perlu adanya rencana bisnis yang baik sehingga perusahaan *BEAUTY MIRROR* dapat berinovasi membuat sebuah produk yang diharapkan konsumen, maka dibuatlah sebuah rencana bisnis untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan baik dalam perkembangan industri kecantikan, serta mempunyai rencana keuangan yang baik agar dapat memproyeksikan modal yang ada dengan baik. Untuk sumber daya manusia yang ada juga harus ditingkatkan serta teknologi yang digunakan. Selain itu faktor – faktor lain yang ada juga harus diantisipasi seperti pesaing, inflasi, serta kebijakan pemerintah yang dapat membantu usaha – usaha kecil. Untuk dapat menyelesaikan persoalan itu semua maka perlu adanya rencana bisnis yang baik dan tersusun agar dapat bersaing dipasaran dan menjadi perusahaan yang maju.

*Kata kunci : Rencana Bisnis, Rencana Keuangan*

# **PENYUSUNAN *BUSINESS PLAN* PRODUK VANITY MIRROR**

FIKRY  
NRP : 133010125

## ***ABSTRACT***

*BEAUTY MIRROR is a company engaged in manufacturing, which innovates to create a product that can help users make up with a mirror equipped with a series of lights that can help reflect facial shadows with adjustable lighting as desired by users, because many users make trouble when making make up due to inadequate light in the room.*

*With the opportunities available, it is necessary to have a good business plan so that the BEAUTY MIRROR company can innovate to make a product that consumers expect, then a business plan is made to find out the actions that must be taken in the development of the beauty industry, and have a good financial plan to project capital is good. For existing human resources must also be improved and technology used. In addition, other factors that exist must also be anticipated such as competitors, inflation, and government policies that can help small businesses. To be able to solve all the problems, it is necessary to have a good and structured business plan in order to compete in the market and become an advanced company.*

*Keywords: Business Plan, Financial Plan*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
Bab I Pendahuluan.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Perumusan Masalah.....	I-3
I.3 Tujuan Penelitian.....	I-4
I.4 Metode Penelitian.....	I-4
I.5 Asumsi dan Pembatasan.....	I-5
I.6 Lokasi.....	I-5
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-5
Bab II Landasan Teori.....	II-1
II.1.....Pengertian <i>Business Plan</i>	II-1
II.2..... <i>Isi Business Plan</i>	II-3
II.2.1 Ringkasan Eksekutif.....	II-4
II.2.2 Uraian Umum Usaha.....	II-4
II.3.....Penyusunan Strategi Bisnis	II-6
II.3.1 Analisa Lingkungan Internal.....	II-6
II.3.2 Analisa Lingkungan Eksternal.....	II-9
II.3.3 Analisis SWOT.....	II-11

II.4.....	Aspek Pemasaran	II-12
II.4.1 Sistem Pemasaran.....		II-16
II.5.....	Aspek Produksi atau Rencana Operasi	II-17
II.6.....	Aspek Manajemen dan Organisasi	II-18
II.6.1 Proses Desain Organisasi.....		II-20
II.6.2 Dimensi – Dimensi Dasar Struktur Organisasi.....		II-20
II.7.....	Analisa Keuangan atau Financial	II-23
II.7.1 Penilaian Investasi.....		II-24
II.7.2 Metode <i>Return On Investment</i> (ROI).....		II-25
II.7.3 Metode <i>Internal Rate Return</i> (IRR).....		II-25
II.7.4 Metode <i>Net Present Value</i> (NPV).....		II-26
II.7.5 Metode <i>Break Event Point</i> (BEP).....		II-27
II.7.6 Metode <i>Payback Periode</i> (PP).....		II-27
II.7.7 Metode <i>Probability Indeks</i> (PI).....		II-28
II.7.8 Minimum Attractive Rate Of Return (MARR) .....		II-28
Bab III Usulan Pemecahan Masalah.....		III-1
III.1.....	Metode Pemecahan Masalah	III-1
III.2.....	Langkah - langkah Pemecahan Masalah	III-2
III.3.....	Metode Pengumpulan Data	III-3
III.4 Metode Pengolahan Data.....		III-4
III.4.1 Pendahuluan.....		III-4
III.4.2 Tinjauan Pustaka.....		III-4
III.4.3 Penyusunan Strategi Bisnis.....		III-4
III.4.3.1 Analisa Lingkungan Internal .....		III-5
III.4.3.2 Analisa Lingkungan Eksternal.....		III-5

III.4.3.3	Analisis SWOT.....	III-5
III.4.4	Penyusunan Pengembangan <i>Business Plan</i> .....	III-6
III.4.4.1	Analisa Pemasaran.....	III-6
III.4.4.2	Analisa Produksi atau Rencana Operasi.....	III-6
III.4.4.3	Analisa Manajemen dan Organisasi.....	III-7
III.4.4.4	Analisa Keuangan atau <i>Financial</i> .....	III-7
III.5	Analisa dan Pembahasan.....	III-8
III.6	Kesimpulan dan Saran.....	III-9
III.7	<i>FlowChart</i> Penyelesaian Masalah.....	III-9
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	IV-1
IV.1.....	Pengumpulan Data	IV-1
IV.1.1	Gambaran Perusahaan .....	IV-1
IV.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	IV-2
IV.1.3	Lokasi Perusahaan.....	IV-2
IV.1.4	Aspek Pasar.....	IV-3
IV.1.4.1	Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	IV-3
IV.1.4.2	Segmentasi Pasar.....	IV-4
IV.1.4.3	Target Pasar.....	IV-5
IV.1.4.4	Target Usaha.....	IV-5
IV.1.5	Strategi Bisnis.....	IV-5
IV.1.5.1	Analisis SWOT.....	IV-6
IV.2.....	Pengolahan Data	IV-8
IV.2.1	Lembar Pengamatan Produk.....	IV-8
IV.2.2	Daftar Spesifikasi Produk.....	IV-8
IV.2.2.1	Daftar Material.....	IV-8
IV.2.2.2	Daftar Komponen.....	IV-9
IV.2.3	Lembar Spesifikasi Produk Rancangan.....	IV-9
IV.2.4	Rancangan Produk <i>Vanity Mirror</i> .....	IV-11
IV.2.4.1	Rancangan Bagian Badan.....	IV-11
IV.2.4.2	Rancangan Bagian Lampu.....	IV-12

IV.2.4.3	Rancangan Bagian Cermin.....	IV-12
IV.2.4.4	Rancangan Bagian Penutup Belakang.....	IV-13
IV.2.4.5	Rancangan Bagian Alas.....	IV-13
IV.2.4.6	Rancangan Bagian Pengoprasian.....	IV-14
IV.2.4.7	Rancangan Akhir.....	IV-15
IV.2.5	Jalur kelistrikan Produk <i>Vanity Mirror</i> .....	IV-16
IV.2.6	Analisa Perbandingan Produk dari Kompetitor.....	IV-17
IV.2.6.1	Analisa Kelebihan BEAUTY MIRROR Terhadap Kompetitor	IV-17
IV.2.6.2	Analisa Kelebihan Kompetitor Terhadap BEAUTY MIRROR	IV-19
IV.2.7	Rencana Keuangan.....	IV-20
IV.2.7.1	Proyeksi Harga Pokok Produksi.....	IV-20
IV.2.7.2	Proyeksi Neraca ( <i>Balance Sheet</i> ).....	IV-21
IV.2.7.3	Asumsi.....	IV-22
IV.2.7.4	Proyeksi Laba Rugi ( <i>Income Statement</i> ).....	IV-22
IV.2.7.5	Proyeksi <i>Cash Flow</i> .....	IV-23
IV.2.7.6	Proyeksi <i>Cash BEP</i> .....	IV-24
IV.2.7.7	Proyeksi <i>Payback Period</i> .....	IV-25
IV.2.7.8	Perhitungan IRR.....	IV-25
IV.2.7.9	Panentuan MARR.....	IV-25
IV.2.8	Pengukuran dan Pengelola Resiko.....	IV-26
Bab V Analisis dan Pembahasan.....		V-1
V.1.....		Analisa dan Pembahasan
.....		V-1
V.1.1	Penyusunan Strategi Bisnis.....	V-1
V.1.1.1	Analisis SWOT.....	V-2
V.1.1.2	Analisa Pemasaran.....	V-4
V.1.1.3	Analisa Produk Rancangan.....	V-6
V.1.1.4	Analisa Keuangan.....	V-8
V.1.1.5	Analisa Resiko.....	V-11
Bab VI Kesimpulan dan Saran.....		VI-1
VI.1.....		Kesimpulan
.....		VI-1



VI.2.....	Saran
.....	VI-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## **Bab I      Pendahuluan**

### **I.1   Latar Belakang Masalah**

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin modern memberikan pengaruh terhadap kegiatan ekonomi termasuk aktivitas bisnis pada suatu perusahaan, sehingga banyak terjadi persaingan yang kompetitif ditambah dengan adanya suatu perjanjian atau kerja sama di bidang Industri dan perdagangan yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan Negara lain telah menjadikan produk asing dapat dengan mudah masuk ke pasar dalam negeri ataupun sebaliknya yang menjadikan produk dalam negeri dapat dengan mudah masuk ke pasar luar negeri.

Persaingan yang terjadi bukan hanya terjadi pada Industri berskala besar tetapi dalam Industri skala menengah seperti UKM pun banyak terjadi persaingan yang sangat ketat dalam perkembangan ekonomi global. Indonesia sebagai kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, pada era sekarang Indonesia memprioritaskan pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Kemampuan

daya saing dan dinamisme UKM akan ditingkatkan dengan memfasilitas akses mereka terhadap informasi terkini, kondisi pasar, pengembangan sumber daya manusia dalam hal peningkatan kemampuan, keuangan, serta teknologi. Seperti yang dikutip pada situs Kementerian Perindustrian menurut Erwin yang juga pengusaha dari Bosowa Group Erwin Aksa mengemukakan bahwa peluang untuk memasarkan produk dalam negeri ke pasar yang lebih luas di Negara – Negara Asean akan terbuka lebar, salah satu produk yang saat ini banyak di pasarkan oleh luar dan dalam negeri adalah kosmetik atau *make up*.

Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis. Perihal atau tata cara menggunakan kosmetik disebut dengan tata rias atau *make up*. Manusia rasanya ingin semakin cantik. Tuntutan tersebut menciptakan sebuah industri tersendiri yang mampu bertahan walau diterjang krisis sekalipun. Ya, industri kecantikan atau kosmetik kian merona dari masa ke masa.

Kosmetik menjadi bisnis yang besar dengan nilai pasar global mencapai US\$ 500 miliar atau setara Rp 6.660 triliun. Proyeksi yang disampaikan Research & Markets itu juga menyebut bahwa pada tahun 2020, pasar kosmetik akan bernilai US\$ 675 miliar. artikel yang ditulis Global Business Guide menyatakan bahwa di Indonesia, pertumbuhan volume penjualan industri kosmetik didongkrak oleh permintaan yang meninggi dari kelas menengah. Populasi perempuan Indonesia sebagai pengguna kosmetik kini telah mencapai 126,8 juta orang. “Permintaan dari kelas menengah perempuan Indonesia yang cukup besar ini juga didorong dengan meningkatnya kesadaran segmen tertentu terhadap citra diri dan gaya berpakaian,” kutip salah satu kalimat dari artikel tersebut. Riset ini dibuat berdasarkan hasil analisa pada 2.442 struk belanja perempuan milenial dengan rentang usia 25 hingga 34 tahun yang diambil pada Januari hingga September 2016.

Dalam penggunaan kosmetik tidak lepas dari peran cermin yang sangat penting, cermin adalah permukaan yang licin dan dapat menciptakan pantulan bayangan benda dengan sempurna, fungsi cermin ini sebagai alat untuk melihat

proses ketika menggunakan kosmetik dan untuk melihat hasil akhir dari tata rias kosmetik yang sedang dilakukan pada wajah, cermin yang digunakan terkadang harus berukuran besar untuk melihat hasil keseluruhan dari proses tata rias kosmetik serta pencahayaan yang cukup agar warna dari kosmetik dapat terlihat. Cermin yang memiliki pencahayaan sendiri tanpa membutuhkan pencahayaan dari lampu ruangan atau dari cahaya matahari yaitu *vanity mirror*.

*Vanity mirror* atau cermin solek adalah cermin yang memiliki lampu di ketiga sisinya yaitu sisi atas, kiri dan kanan atau pun hanya dikedua sisi yaitu sisi kanan dan kiri, fungsi dari lampu itu sendiri yaitu sebagai sumber cahaya yang diarahkan kepada wajah sehingga memiliki pantulan wajah dengan pencahayaan yang cukup untuk melihat wajah dengan sangat jelas di cermin, jumlah lampu yang digunakan tergantung kebutuhannya, biasanya jumlah lampu tergantung dari panjang dan lebar cermin yang digunakan. Uang yang harus dipersiapkan untuk memiliki sebuah *vanity mirror* ini tidak lah sedikit, harga dari *vanity mirror* dipasaran bisa mencapai 1 juta hingga 5 juta rupiah tergantung dari bahan yang digunakan, ukuran dan jumlah lampu yang dibutuhkan. Biasanya *vanity mirror* banyak dijumpai di salon – salon atau ruang *makeup* artis. Banyak sekali wanita yang mengidam – idamkan *vanity mirror* bisa dimiliki sendiri, karena harganya yang tidak murah banyak sekali wanita yang kecewa karena tidak bisa memilikinya, diantaranya dari kalangan menengah kebawah.

Dari deskripsi diatas penulis berencana untuk membuat sebuah rencana bisnis atau *business plan* dalam pembuatan *vanity mirror*, karena dapat menjadi sebuah peluang usaha yang menguntungkan. Penulis berencana membuat sebuah *vanity mirror* dengan harga yang lebih murah tapi memiliki kualitas yang sama dengan *vanity mirror* yang memiliki harga 1 juta keatas. Dalam memanfaatkan peluang bisnis tersebut harus didukung dengan rencana bisnis atau *business plan* yang baik agar perusahaan dapat mengelola bisnis yang ada. Pengelolaan bisnis yang baik pun sangat diperlukan sebagai modal utama keberlangsungan hidup usaha terutama pengelolaan pada sektor – sektor yang penting pada usaha tersebut. Dengan demikian, produk yang dibuat akan mampu bersaing dengan produk – produk lain dipasaran.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Karena melihat dari sisi keuntungan yang menjanjikan, selain itu dengan adanya dukungan dari pemerintah terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM), mendorong penulis untuk melakukan perencanaan bisnis atau *business plan* yang tepat dan cermat. Dengan banyaknya persaingan yang kompetitif ditingkat Usaha Kecil Menengah (UKM), menuntut penulis harus mampu membuat rencana bisnis *business plan* yang baik untuk mampu bersaing dengan usaha – usaha lain. Dari Latar Belakang tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat *Vanity Mirror* dengan harga jual yang murah tapi tetap mempertahankan kualitas agar dapat bersaing dengan produk sejenis dipasaran.
2. Bagaimana menyusun rencana bisnis atau *business plan* yang tepat untuk bertahan dan tumbuh berkembang di tengah persaingan.
3. Bagaimana membuat strategi fungsional dengan melihat pada aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek operasional.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Dalam tujuan dari studi kasus ini adalah melakukan analisa yang dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengambil sebuah keputusan, yaitu :

1. Membuat *Vanity Mirror* dengan harga jual yang murah tapi tetap mempertahankan kualitas agar dapat bersaing dengan produk sejenis dipasaran.
2. Menyusun rencana bisnis atau *business plan* yang tepat untuk bertahan dan tumbuh berkembang di tengah persaingan.
3. Membuat strategi fungsional dengan melihat pada aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek operasional.

Selain tujuan, ada manfaat dalam melakukan penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penulis yang berguna untuk menyusun kebijaksanaan pengambilan keputusan dalam

pengembangan rencana bisnis atau *business plan* yang akan dijalankan guna menghadapi pesaing – pesaing.

2. Dapat mengetahui rencana bisnis atau *business plan* yang akan dijalankan guna meningkatkan keuntungan.

#### **I.4 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu :

1. Studi Lapangan  
Studi lapangan yaitu mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan melakukan pembuatan *vanity mirror* dan membuat suatu percobaan atau pengetesan teknologi serta mengumpulkan komponen yang diperlukan.
2. Studi Literatur  
Survey yang dilakukan terhadap data yang ada dengan menggunakan teori – teori yang telah berkembang dalam ilmu yang berkepentingan untuk memperoleh orientasi yang lebih luas dalam permasalahan yang dipilih.

#### **I.5 Asumsi dan Pembatasan**

Agar pembahasan tidak menyimpang sehingga tujuan dan penelitian Tugas Akhir ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan. Adapun batasan masalah dalam pembahasan laporan ini adalah :

1. Penelitian yang dilakukan untuk merancang rencana bisnis atau *business plan* yang meliputi aspek pemasaran, aspek operasional, dan aspek keuangan atau *financial*.
2. Gambaran pembuatan *vanity mirror* hanya menggunakan *softwar Solid Work*.
3. Wilayah pemasaran yang dibahas dalam aspek pasar adalah wilayah kota Bandung dan Cianjur.

Asumsi Penelitian dalam laporan ini sebagai berikut :

1. Data yang dilakukan dari hasil uji coba dilapangan dan wawancara serta kuisioner.
2. Konsumen dari serbagai kalangan.
3. Penyusunan *business plan* difokuskan pada aspek pemasaran, operasional, dan keuangan.

## **I.6 Lokasi**

Penelitian ini dilakukan di Cianjur yang bertempat di Jalan Siliwangi No. 30 kelurahan Sawah Gede, Kecamatan Cianjur 43212, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Agar dapat melakukan penelitian secara terperinci dan sistematis dengan maksud untuk mempermudah kearah penalaran masalah, maka penulis menyusun laporan penelitian *business plan* ini berdasarkan :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan serta memberikan gambaran mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dari pemecahan masalah, pembatasan dan asumsi dari masalah yang diteliti, serta lokasi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisikan teori – teori yang berikaitan dan mendukung dalam pembahasan masalah ini serta metode – metode yang akan dipergunakan didalam pengolahan data.

### **BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH**

Pada bab ini yang dilakukan oleh penulis adalah membuat tahapan – tahapan dalam pemecahan masalah dari awal hingga mendapatkan hasil atau bab ini berisikan tentang rencana pendekatan atau pemodelan masalah serta langkah – langkah yang dilakukan dalam pemecahan masalah dari awal hingga akhir, agar pembahasan dan pemecahan masalah ini terlaksana secara terstruktur dan terarah.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan data – data yang dibutuhkan dalam *business plan* yang digunakan sebagai bahan untuk kemudian diolah sesuai dengan tujuan dari pemecahan masalah atau sebagai bahan pertimbangan dalam menyelesaikan studi kelayakan yang telah dilakukan oleh penulis.

### **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH**

Berisikan analisa dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis dari hasil pengolahan data, dengan melakukan perbaikan – perbaikan serta melakukan pemecahan masalah yang ada.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan dan saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR PUSTAKA**

1. Pradipta. (2015). “*Arti dari Kata Vanity Mirror*”. [Online]. Tersedia : <http://referensi.org/arti-kata-vanity-mirror/> yang direkam pada 26 September 2015. [02 Feb 2018].
2. Dr. Soetomo Surabaya. (2010). “*Bussines Plan Menurut Robbins and Coutler, (2003:252)*”. [Online]. Tersedia : <http://repository.unitomo.ac.id/423/1/Analisis%20%20Potensi%20Pengembangan%20Ekonomi%20Masyarakat%20dan%20Perencanaan%20Usaha.pdf> yang direkam pada 1 April 2010. [02 Feb 2018].
3. Bobsusanto. (2015). “*Konsep Bisnis Menurut Stephen Harper (1991:50)*”. [Online]. Tersedia : <http://www.spengetahuan.com/2015/02/10-pengertian->

[bisnis-menurut-para-ahli-secara-lengkap.html](#) yang direkam pada 13 Februari 2015. [02 Feb 2018].

4. Sandy Abdullah. (2014). “*Strategi Bisnis Menurut Husein Umar, (2001:74)*”. [Online]. Tersedia : <http://www.vedcmalang.com/pppptkboemlg/index.php/menutama/edukasi/985-penyusunan-rencana-strategi> yang direkam pada 19 Februari 2014. [05 Feb 2018].
5. Doddy Kurnia. (2016. “*Penyusunan Business Plan Dalam Rangka Pengembangan Usaha Di Qwary Jeans*”. [Buku]. Tersedia : Perpustakaan Universitas Pasundan Fakultas Teknik yang dibuat pada September 2016. [10 Februari 2018].
6. Abdul Majid. (2008). “*Aspek Pemasaran Menurut Amrstrong dan Philip Kotler (2009;5)*”. [Online]. Tersedia : <https://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-konsep-definisi-pemasaran/> yang direkam pada 30 Junis 2008. [06 Feb 2018].
7. Materi Pelajar. (2010). “*Manajemen Operasi Heinzer dan Render (1999:4)*”. [Online]. Tersedia : <http://www.materipelajar.com/2017/04/manajemen-produksi-dan-operasional.html> yang direkam pada 3 Juli 2010. [20 Feb 2018].