



.....  
**PROSPEK TINGKAT PENJUALAN TAHU PASCA GEMPA PULAU LOMBOK (STUDI KASUS PADA UD "BAJANG" DI KOTA MATARAM)**

Oleh

**I Gusti Ayu Oka Netrawati<sup>1)</sup> & I Gusti Putu Bagus Suastina<sup>2)</sup>**

<sup>1,2</sup>Dosen dpk pada STIE ' 45 Mataram

Email : [igaokanetrawati2017@gmail.com](mailto:igaokanetrawati2017@gmail.com)

**Abstrak**

Pasca gempa Pulau Lombok Tahun 2018, berdampak terhadap tingkat penjualan tahu pada perajin-perajin yang ada di Kota Mataram. Pangan tersebut merupakan makanan yang bergizi, rasanya enak, digemari masyarakat dan harga terjangkau sehingga menjadi pilihan bagi masyarakat NTB. Pemasarannya sampai ke luar daerah seperti Bali, bahkan ke Jepang. Penjualan pasca gempa semakin tinggi, studi kasus pada UD "Bajang". Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui prospek tingkat penjualan tahu. Penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif. Alat analisisnya dengan model Time Serie Least Squares untuk meramalkan penjualan yang akan datang berdasarkan data historis perusahaan. Hasil analisis diperoleh bahwa 4 bulan pasca gempa, tingkat penjualan di ramalkan yaitu bulan ke 5 sampai dengan bulan ke 8 sebesar : 77 cetak/hari ; 80 cetak/hari ; 82 cetak/hari ; 84 cetak/hari. Kesimpulan yang diperoleh bahwa prospek tingkat penjualan tahu pasca gempa Pulau Lombok ( studi kasus pada UD "Bajang" , Di Kota Mataram adalah baik, karena permintaan pasar terus meningkat .Kepada manajemen perusahaan diharapkan kualitas produk tetap dijaga sebagai makanan sehat. Dukungan Pemerintah, instansi terkait dapat memberikan kebijakan agar harga bahan baku dan harga jual produk stabil serta mengawasi penjaminan mutu..

**Kata Kunci : Produk ,Tren & Ramalan.**

**PENDAHUALUAN**

Peran manajemen menjadi penting dalam pengelolaan baik itu di bidang produksi, pemasaran, sumber daya manusia maupun keuangan. Manajemen pemasaran merupakan suatu fungsi manajemen yang penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pemasaran dapat berarti suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak (Kotler & Keller, 2009) Dikutip oleh Buchari Alma manajemen penjualan adalah khusus merencanakan, mengarahkan dan

mngawasi penjual pada sebuah perusahaan. maka dari itu penjualan sebenarnya merupakan bagian daripada pemasaran. Penjualan yaitu satu bagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan. Penjualan tanpa pemasaran tidak akan dapat berdiri sendiri karena harus diduung oleh strategi pemasaran agar tercapai efektifitas dan efisiensi dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Efektifitas memaksimalkan hasil yang hendak dicapai yang telah ditetapkan lebih dahulu sedangkan efisiensi adalah meminimalkan pengeluaran atau biaya yang digunakan untuk mencapai hal tersebut. Pengelolaan pemasaran sangat pegang peran daam kegiatan manajemen seperti manusia adalah jantungnya perusahaan sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan pemasaran adalah merupakan sandaran pada konsep yang meliputi kebutuhan, keinginan dan permintaan. Oleh karena itu pemasaran dapat diartikan pertemuan suatu usaha untuk memuaskan



kebutuhan pembelian dan penjual. Dikutip oleh Nandan ,dkk , dari Kotler & Keller ,Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran penetapan harga, promosi , serta penyaluran gagasan , barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya adalah meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.Berkaitan dengan pemasaran maka dalam manajemen pertama-tama tersebut harus membuat penganggaran penjualan disamping anggaran biaya dan lain-lain. Berdasarkan data historis dan variabel-variabel lain yang mempengaruhi permintaan.Dengan demikian anggaran ni harus berdasarkan ramalan penjualan. Kegunaannya adalah untuk membuat anggaran biaya, anggaran laba dan anggaran investasi.Perubahan volume penjualan yang sangat signifikan akan mempengaruhi investasi modal kerja dan aktiva tetap. Karena berkaitan dengan kapasitas alat yang dipergunakan dalam pengolahan pangan .Dengan meramalkan tingkat penjualan agar di pedomani dalam anggaran penjualan sebagai pedoman kerja , koordinasi kerja, evaluasi bagi divisi pemasaran dan sebagai pedoman untuk membuat anggaran biaya. Sehingga ada dasar bagi manajemen dalam memproduksi produk dengan dasar dari ramalan tingkat penjualan.

Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah salah satu Provinsi yang terletak di kepulauan Nusa Tenggara . Dua pulau besar yang membentuk Provinsi NTB adalah pulau Lombok dan Pulau Sumbawa.dam juga memiliki sekitar 260 pulau-pulau kecil.Jumlah penduduk sebanyak 5.155,440 jiwa Rata-rata setiap hari penduduk membutuhkan tahu 1 biji per hari , artinya bahwa permintaan setiap hari akan meningkat. Penelitian ini dilakukan pada sebuah usaha yang memproduksi Tahu merupakan makanan yang mengandung protein nabati yaitu bahan baku kedelai .Tahu adalah makanan yang enak dan sedrhana , bergizi tinggi dan termasuk makanan yang rendah kalori (70 kkal), kolesterol (0%) dan

sodium (1 %), Tahu merupakan makanan yang digemari masyarakat dan dan harga terjangkau. Usaha tahu merupakan bisnis yang termasuk usaha mikro sangat menjanjikan Dukungan dan apresiasi dari pihak pemerintah usaha pengolahan pangan berupa tahu sangt tinggi .Terbukti dengan seringnya diadakan pendidikan dan pelatihan bagi para pelaku usaha kecil menengah tahu di kelurahan Abian Tubuh kecamatan Sandubaya Kota Mataram.Menginga permintaan masyarakat di Kota Mataram khususnya dan seluruh pulau Lombok bahkan untuk oleh-oleh keluar daerah, sehingga prospek penjualan tahu sangat baik, Mengingat sempat terpuruknya perekonomian pada saat terjadi gempa yang mengguncang pulau Lombok akhir bulan juli sampai dengan awal bln oktober 2018. Tahu menjadi makanan tervaporite karena harganya tidak berubah atau tetap. . Walaupun masyarakat rasa takut mencekam tetapi perajin tetap untuk dapat memenuhi konsumen sebagai salah satu makanan yang bergizi ,sangat menjanjikan prospeknya. Karena harga bahan baku masih terjangkau dan mudah di dapatkan.

Usaha mikro di era globalisasi akan tergerus oleh para pesaing apabila tidak melakukan strategi bauran pemasaran akan dapat mengalami kebangkrutan, Stretegi pemasaran yang dilakukan UD Bajang adalah dari sisi marketing mix sudah dengan cepat mengikuti perkembangan zaman. Dari sisi produk , tahunya enak dan bergizi dan berkualitas tanpa bahan pengawet. Melakukan promosi melalui media masa yaitu Koran. Sedangkan dari saluran distribusi , penjualan dengan langsung ke konsumen dan juga melauai pengecer.Dan bisa dilakukanpesan antar untuk memudahkan dan memberikan layanan yang lebih baik terhadap konsumen.harga sangat terjangkau untuk masyarakat kelas menengah kebawah bahkan termasuk masyarakat yang kurang mampu.Walaupun harga bahan baku meningkat diusahakan dalam penetapan harga UD Bajang tetap memberikan harga yang biasa dengan kemasan yang agak tipis. Sehingga manajemen pemasaran yang dilakukan dapat dicapai dengan baik yaitu efektif dan efisien. Disamping profit oriented



tetapa dipikirkan social oriented untuk dapat tetap bisa hidup dan berkembang. Untuk itu usaha itu akan mengerti dan sadar bahwa mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan yang harus dikelola secara baik agar di masa yang akan datang penjualan tahu bisa terus meningkat dan berprospek tinggi. Tidak hanya penjualan yang tinggi akan tetapi jg mendapatkan keuntungan tinggi. Akan tetapi ingin mendapatkan rasio keuntungan yang baik.

Dengan keterbatasan dari tenaga, waktu dan biaya serta kemampuan peneliti. Maka penelitian ini sebatas menganalisis prospek tingkat penjualan pasca gempa, apakah prospeknya di masa yang akan datang tingkat penjualannya meningkat atau menurun. Metode yang digunakan adalah metode time series yaitu metode ramalan yang mengkaitkandengan variabel waktu dan meramalkan dalam jangka waktu pendek. Dan metode ini untuk perencanaan anggaran penjualan atau produksi. (Kasmir,dkk.:2012;64) Data pendahuluan yang diperoleh dari perajin bahwa setiap hari adalah rata-rata 50 cetak sebelum terjadi gempa pulau Lombok. Ketika terjadi gempa, permintaan tahu setiap hari selalu bertambah. Bahkan sampai 60 cetak per hari. Penerapan dari analisis prospek penjualan tahu pasca gempa, diharapkan dapat membantu perajin tahu dalam membuat pangan tersebut tidak berlebihan atau kekurangan sehingga akan dapat merugi. Akibat dari permintaan pasar yang semakin bertambah namun karena pangan ini cepat rusak sehingga harus berhati-hati perajin dalam memproduksi yang berlebihan. Untuk itu metode ramalan penjualan sekiranya dapat membantu perajin menjadikan pertimbangan dalam menetapkan tambahan produksi setiap hari. Risiko pasar sangat berpeluang sekiranya berlebihan dalam memproduksi (over product), apalagi makanan tersebut yang tidak tahan lama. Risiko pasar merupakan kondisi yang dialami oleh suatu perusahaan yang disebabkan oleh perubahan dan situasi pasar di luar dan kendali perusahaan. (Irham Fahmi;2013:69) Kondisi dan situasi pasar dengan berbagai stabilitas dan instabilitasnya mampu memberikan pengaruh pada kontinuitas

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

dan profit perusahaan. Tidak akan terlepas dari pengelolaan manajemen keuangan. Karena semakin meningkatnya harga bahan baku. Prinsip hati-hati usaha ini harus benar-benar dikelola secara efektif dan efisien. Manajemen konvensional harus cepat ditinggalkan sehingga pengelolaan usaha harus secara profesional. Mengingat persaingan yang sangat ketat dan kemajuan teknologi. Berdasarkan dari hal tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti: PROSPEK Tingkat Penjualan Tahu Pasca Gempa Pulau Lombok (Studi Kasus Pada Ud "Bajang" Di Kota Mataram)

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah riset Deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lain. Riset hanya menganalisis variabel secara mandiri. (Suliyanto :2009 :9) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui prospek tingkat penjualan Tahu dengan metode ramalan penjualan. Berdasarkan teori akan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan perajin dalam memproduksi barang, agar tidak berlebihan ataupun kekurangan dari pemenuhan permintaan. Khususnya UD "Bajang", Di Kota Mataram dan perajin tahu pada umumnya.

Lokasi Penelitian yaitu pada UD "Bajang", jalan Prabu Rangka Sari No 153, Abian Tubuh kelurahan Cakra Selatan kecamatan Sandubaya, Kota Mataram. Pemilik dan sekaligus pengelola bapak SAFII. Waktu penelitian pada hari Senin, tanggal 19 Nopember.2018, jam 08.00 WITA. Surat tugas dari Ketua STIE 45 Mataram, no .021/STIE 45/XI/2018 per tanggal 2 Nopember 2018. Jumlah tenaga kerja 5 orang sebagai tenaga kerja langsung dan 2 orang tenaga penjual dan 1 sebagai pengelola atau manajer.

Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan documenter yaitu dengan mendapat data dari hasil intervie dan tatap muka. Data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan data penelitian untuk menganalisis prospek tingkat penjualan. Data tentang tingkat penjualan



selama 4 bulan dari bulan Agustus 2018 sampai dengan Nopember 2018.

Jenis dan sumber data. Jenis data yang diperoleh adalah data kuantitatif dan kualitatif berupa angka-angka dan penjelasan seperti angka tingkat penjualan dalam unit dan penjelasan tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh perajin. Sedangkan sumber datanya adalah data primer yaitu data yang langsung dari obyek penelitian. Dan juga data skunder adalah berupa data dari kajian pustaka dan media massa serta instansi terkait.

Prosedur analisis yang dipergunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis Medel Time Serie Least Squares (*Darsono,dkk ; 2010 : 20*)

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y_n = a + bX$$

Dimana ;

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan :

$Y_n$  = Ramalan Penjualan

$Y$  = Penjualan ( unit )

$n$  = Jumlah

$X$  = Waktu

## HASIL DAN PEMBAGHASAN

### 1. Deskripsi data

Dari hasil pengumpulan data dapat disajikan data yang dibutuhkan untuk analisis. Sebelum itu maa perlu diketahui proses produksi dari pembuatan tahu.

- Bahan baku kedelai di jemur agar kering di bawh terik matahari selama 1 hari, kedelai dipecah 2 sehingga kulitnya lepas. Setelah itu isi kedelai direndam lebih kurang 1 ½ jam, paling cepat 1 jam, lalu dibersihkan dengan air dingin. Bahan tersebut digiling engan mesin penggiling sampai halus kurang lebih 5 menit dengan kedelai 3 kg untuk 1 cetak. Bahan dituangkan dalam wajan untuk direbus sambil diaduk-adk sampai lebih kurang 15 menit – 20 menit. Dipindahkan ketempat penyaring untuk disaring dengan kain penyaring, sehingga keluar air susu kedelai dan ampas di buang. Setelah itu adonan dicampur dengan ai sari garam dan

dibiarkan kurang lebih 10 menit . Setelah menggumpal dituangkan ke tempat cetakan siap di pres.( detik) dalam waktu kuang lebih 5 menit. Setelah itu tahu di rebus kembali selama 5 menit. Dan siap dijual.

- Data tingkat enjualan dapat di sajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Tingkat Penjualan Tahu Per Hari Pasca Gempa Pulau Lombok Tahun 2018 Pada UD BAJANG Di Kota Mataram

| No | Bulan  | Rata-rata Penjualn per hari |
|----|--|-----------------------------|
| 1. | Minggu 4 bulan Juli 50 cetak<br>Minggu 1 bulan Agustus 55 cetak<br>Minggu 2 bulan Agustus 55 cetak<br>Minggu 3 bulan Agustus 60 cetak          | 55 Cetak                    |
| 2. | Minggu 4 bulan Agustus 60 cetak<br>Minggu 1 bualn September 60 cetak<br>Minggu 2 bulan September 65 cetak<br>Minggu 3 bulan September 65 cetak | 63 Cetak                    |
| 3. | Minggu 4 bulan September 67 cetak<br>Minggu 1 bulan Oktober 68 cetak<br>Minggu 2 bulan Oktober 70 cetak<br>Minggu 3 bulan Oktober 70 cetak     | 69 cetak                    |
| 4. | Minggu 4 bulan Oktober 70 cetak<br>Minggu 1 bulan Nopember 70 cetak<br>Minggu 2 bulan Nopember 70 cetak<br>Minggu 3 bulan Noember 70 cetak     | 70 cetak                    |

Sumber data Primer diolah

Berdasarkan pada tabel 1 maka dapat dilihat dari 4 bulan pasca gempa setiap bulannya dari bulan akhir bulan Juli sampai dengan minggu ke 3 bulan nopember 2018 ,terjadi peningkatan permintaan tahu atau tingkat penjualan meningkat dari bulan ke 1 sebesar 55 cetak, bulan ke 2 adalah sebesar 63 cetak dan bulen ke 3 adalah sebesar 69 cetak dan bulan ke 4 adalah



sebesar 70 cetak. Data tersebut di atas adalah rata-rata per hari. Data ini akan dianalisis untuk memperoleh ramalan tingkat penjualan di bulan-bulan selanjutnya. Untuk diketahui semakin baik atau kurang prospek tingkat penjualan tahu di masa yang akan datang.

## 2. Analisis data

Berdasarkan dari data tabel 1 maka dapat di analisis tentang prospek tingkat penjualan tahu pada UDB “Bajang”, di Kota Mataram. Untuk itu maka dapat disajikan tabel pembantu perhitungannya dengan Mode; Time Serie Least Square. Untuk itu dapat disajikan berikut ini :

Tabel 2 . Perhitungan Model Time Serie Least Squares

| Bulan | Sales (Y)/hari | Bulan (X) | XY    | X <sup>2</sup> |
|-------|----------------|-----------|-------|----------------|
| 1     | 55             | -3        | - 165 | 9              |
| 2     | 63             | -1        | - 63  | 1              |
| 3     | 69             | +1        | 69    | 1              |
| 4     | 70             | +3        | 210   | 9              |
| Total | 257            |           | 51    | 20             |
| 5     |                |           | +5    |                |

Sumber data primer diolah

Berdasarkan dari tabel 2 di atas maka dapat disajikan perhitungannya :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{257}{4}$$

$$= 64,25$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{51}{20}$$

$$= 2,55$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 64,25 + 2,55 X$$

Berdasarkan dari perhitungan Model Time Serie least Square untuk menghitung prospek tingkat penjualan maka diperoleh persamaan sebagai berikut :  $Y = 64,25 + 2,55 X$ .

Dari persamaan di atas maka dapat diketahui prospek penjualan untuk 4 bulan mendatang yaitu dari minggu ke 4 bulan Nopember s 2018 sampai dengan minggu ke 3 bulan maret 2019 dan rata-

rata ramalan penjualan per hari dalam bulan – bulan mendatang sebagai berikut :

$$Y_5 = 64,25 + 2,55 ( 5 )$$

$$= 64,25 + 12,75 = 77 \text{ cetak/hari}$$

$$Y_6 = 64,25 + 2,55 ( 6 )$$

$$= 64,25 + 15,30 = 79,55 =$$

80 cetak/hari

$$Y_7 = 64,25 + 2,55 ( 7 )$$

$$= 64,25 + 17,85 = 82,10 = 82$$

cetak/hari

$$Y_8 = 64,25 + 2,55 ( 8 )$$

$$= 64,25 + 20,40 = 84,26 = 82$$

cetak/hari

Dari perhitungan di atas dapat disajikan pada tabel 3 berikut ini :

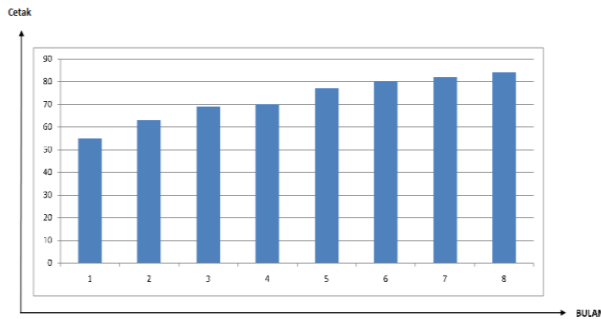
Tabel 3. Ramalan Tingkat Penjualan Tahu Per Hari UD “ Bajang “ Di Kota Mataram

| Bulan ke | Penjualan /cetak/hari | Keterangan  |
|----------|-----------------------|---|
| 5        | 77                    | Minggu ke 4 bulan Nopember 2018 s/d minggu ke 3 bulan Desember 2018 |
| 6        | 80                    | Minggu ke 4 bulan Desember 2018 s/d minggu ke 3 bulan Januari 2019  |
| 7        | 82                    | Minggu ke 4 bulan Januari 2019 s/d minggu ke 3 bulan Februari 2019  |
| 8        | 84                    | Minggu ke 4 bulan Februari 2019 s/d minggu ke 3 bulan Maret 2019    |

Sumber data primer diolah

Berdasarkan dari tabel 1 data tingkat penjualan pasca gempa pulau Lombok dan tabel 3 maka dapat disajikan dari prospek tingkat penjualan tahu untuk 4 bulan mendatang pada gambar 1 berikut ini

Gambar 1: Tren Tingkat Penjualan Tahu Pasca Gempa dan Ramalan Tingkat Penjualan Per Hari Pada UD “Bajang” Di Kota Mataram



### 3. Interpretasi Data

Berdasarkan dari analisis data maka dapat dilihat hasilnya bahwa ramalan tingkat penjualan tahu per hari adalah sebesar :  $Y = 64,25 + 2,55 X$ . Dengan persamaan ini maka dapat diramalkan untuk bulan ke 5 sebesar 77 cetak/hari ; bulan ke 6 adalah sebesar 80 cetak/hari ; bulan ke 7 adalah sebesar 82 cetak/hari dan bulan ke 8 adalah sebesar 84 cetak/hari. Dasar dari hasil analisis adalah jumlah permintaan tahu berdasarkan data historis pasca gempa , 4 bulan yang lalu adalah meningkat. Ini disebabkan karena tahu merupakan makanan yang mempunyai gizi yang tinggi, enak rasanya , di sukai oleh masyarakat dan harganya terjangkau. Dari ramalan tersebut ,maka prospek tingkat penjualan tahu pasca gempa Pulau Lombok pada UD “Bajang”, Di Kota Mataram., baik.

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Dari hasil interpretasi data maka dapat disimpulkan bahwa prospek tingkat penjualan tahu pasca gempa pulau Lombok studi kasus pada UD “Bajang “ , Di Kota Mataram adalah baik. Berdasarkan dari persamaan  $Y = 64,25 + 2,55 X$  ,sehingga dapat di ramalkan tingkat penjualannya rata-rata per hari adalah meningkat, yaitu dari bulan ke 5 sampai dengan bulan ke 8 adalah sebagai berikut : 77 cetak/hari ; 80 cetak/hari ; 82 cetak/ hari; dan 84 ceta/hari..

#### Saran

Diharapkan kepada manajemen perusahaan dalam hal ini UD “Bajang “, khususnya dan perajin tahu pada umumnya , agar tahu tetap menjadi makanan sehat dan kestabilan harga jual tetap dijaga , didukung oleh kebijakan Pemerintah daerah NTB dan instansi terkait

dalam menstabilkan harga bahan baku dan juda diberikan diklat-diklat tentang standar penjaminan mutu sehingga dapat dijaga kualitas produknya oleh perajin-perajin.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buchari Alma, H., Prof., Dr., Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, 2016, Penerbit Alfabeta, Bandung
- [2] Darsono P, SE,SF,MA,MM, & Ari Purwanti , M.Ak , 2010, Penganggaran Perusahaan, Penerbit Mitra Wacana Mitra , Jakarta
- [3] I Gusti Ayu Oka Netrawati & I Gusti Putu Bagus Suastina, 2018, *Analisis Metode Garis merah Dalam Rangka Pengendalian Persediaan Pada Usaha Tahu UD “Bajang ‘ Di Kota Mataram.*
- [4] Irham Fahmi, SE,M.Si, 2013 , Manajemen Risiko, Teori, Kasus, dan Solusi , Penerbit Alfabeta, Bandung
- [5] Kasmir, DR,SE,MM dan Jakfar, SE,MM., 2012, Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi, Penerbit PRENADAMEDIA GROUP, Jakarta
- [6] Nandan Limakrisna, H., Dr, Ir, MM.Com & Wilhelmus Hary Susilo, Dr, Ir, Mm., IAI , 2012, Manajemen Pemasaran , Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis , Penerbit Mitra Wacana Medika, Jakarta
- [7] Suliyanto, SE, M.S1, 2009, Metode Riset Bisnis, Penerbit ANDI, Yogyakarta