ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *SWOT ANALYSIS* PADA DEALER MINERVA MOTOR KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Disusun Oleh:

PRAMUDYA HERLAMBANG
NPM: 11.1.02.02.0068

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

PRAMUDYA HERLAMBANG

NPM : 11.1.02.02.0068

Judul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN SWOT ANALYSIS PADA DEALER MINERVA MOTOR KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitian Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Ekonomi Manajemen

FE UNP Kediri

Pada Tanggal : 26 April 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Ema Nurzainul Hakimah, S.E.,M.M.
2. Penguji I : Dr. Subagyo,M.M
3. Penguji II : Dr. Sri Aliami

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M
NIDN 0717066601

Skripsi oleh :

PRAMUDYA HERLAMBANG

NPM : 11.1.02.02.0068

Judul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *SWOT ANALYSIS* PADA DEALER MINERVA MOTOR KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Ekonomi Manajemen

FE UNP Kediri

Tanggal, 26 April 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami	**Ema Nurzainul Hakimah, S.E.,M.M.**

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *SWOT ANALYSIS* PADA DEALER MINERVA MOTOR KEDIRI

Pramudya Herlambang
11.1.02.02.0068
FE-MANAJEMEN
Pramudyaherlambang@gmail.com
NAMA DOSEN PEMBIMBING 1 DAN 2
UN PGRI KEDIRI

Abstrak

Pramudya Herlambang Penerapan Analisis Strategi Pemasaran Dengan SWOT Analysis Pada Dealer Minerva Motor Kediri Tahun 2016, Skripsi, Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran SWOT Analysis, marketing mix, dan hasil identifikasi penelitian.

Penelitian ini dilatar belakangi hasil dan pengalaman peneliti, bahwa untuk menganalisis penjualan Minerva Motor Kediri harus menggunakan Strategi pemasaran didalamnya, yaitu dengan Strategi SWOT Analysis dan ditambah dengan Marketing Mix P7.

Permasalahan peneliti ini adalah (1) Bagaimana penerapan SWOT Analysis pada Minerva Motor Kediri? (2) Bagaimana hasil dari identifikasi Minerva Motor Kediri dengan menggunakan SWOT Analysis?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pemasaran dengan *SWOT Analysis* pada Minerva Motor Kediri. Rancangan penelitian yang digunakan yaitu *Marketing Mix* (P7). Tingkat keberhasilan dapat dilihat dengan mengamati peningkatan yang diperoleh jika menggunakan strategi tersebut setidaknya dari analisa penelitian tersebut bisa menambah volume penjualan. Untuk menganalisa pemasaran Minerva Motor Kediri konsep yang dianggap efektif adalah dengan menggunakan konsep *Marketing Mix* P7.

Dari hasil identifikasi menunjukkan bahwa faktor-faktor *Opportunity* nilai skornya 1.83 dan faktor *Threat* 0.97. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, *Strength*: 1.45, *Weakness*: 1.35, *Opportunity*: 1.83 dan *Threa*t 0,97. Maka diketahui nilai *Strength* diatas nilai *weakness* selisih (+) 0.10 dan nilai *Opportunity* diatas nilai *threat* selisih (+) 0.86.

I. IATAR BELAKANG

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan.

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran (Devid, 2013 : 1). Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran di antaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran disuatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah jaman dimana produsen memaksakan kehendaknya terhadap produsen.

Minerva Motor Kediri merupakan sebuah dealer resmi sepeda motor Minerva selain menjadi dealer resmi Minerva, Minerva Motor Kediri memberikan pelayanan lain seperti showroom, bengkel, servis dan menyediakan suku cadang bagi sepeda motor Minerva. Adanya perubahan lingkungan dan minat konsumen yang membuat Minerva Motor Kediri sadar akan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Perubahan lingkungan dan minat konsumen dalam dunia otomotif dalam beberapa tahun terakhir cenderung mengalami penurunan. Hal ini, dikarenakan pengaruh nilai mata uang dollar terhadap rupiah. Sebagaimana kita tahu bahwa ini berbanding terbalik, jika dollar menguat maka kondisi rupiah melemah. Selain itu, banyaknya persaingan terhadap dunia otomotif yang semakin tinggi mempengaruhi strategi penjualan dimasing-masing dealer yang ada di kota Kediri terutama.

Dari faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, ini berdampak pula terhadap kondisi di dealer Minerva yang juga mengalami penurunan. Dari hasil pra survei yang peneliti lakukan di Dealer

Minerva Motor diperoleh data rata-rata per bulan tentang hasil penjualan dari pertama dibukanya dealer pada tahun 2011 sampai pada waktu dilakukannya penelitian pada tahun 2015. Dari data yang diperoleh, terlihat bahwa dealer Minerva motor mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2013. Hal ini dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan Dealer Minerva Motor

NO	TAHUN	RATA-RATA PENJUALAN/TAHUN
1	2011	240 UNIT
2	2012	300 UNIT
3	2013	180 UNIT
4	2014	120 UNIT
5	2015	60 UNIT

Sumber : Daftar Penjualan Dealer Minerva Motor Kediri tahun 2011-2015

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa pada tahun 2012 mengalami kenaikan penjualan yaitu dari 240 unit menjadi 300 unit. Faktor yang mendukung kenaikan penjualan dikarenakan Minerva yang memang fokus pada penjualan *motor sport*, sangat sesuai dengan minat konsumen pada masa itu menyukai produk motor sport. Selain itu, didukung pula pada kondisi pasar yang saat itu hanya didominasi oleh Motor Minerva sebab model pada Motor tersebut lebih *sporty* dibandingkan motor-motor merk lain khususnya motor produk Jepang.

Namun, tahun 2013 terlihat pada tabel di atas mulai mengalami penurunan dari rata-rata hasil penjualan sebesar 300 unit menjadi 180 unit per tahunnya. Hal ini disebabkan oleh faktor daya saing motor Minerva terhadap produk lain mulai mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena produk lain mulai memproduksi model motor sport juga. Sehingga berdampak pada penurunan penjualan di Dealer Motor Minerva. Spare Part Motor Minerva yang sulit didapatkan, karena tidak semua bengkel menyediakan spare part Motor Minerva.

Dari penjelasan data di atas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran dengan *SWOT analysis* mampu meningkatkan hasil penjualan motor Minerva. Menurut Sora (2015 : 1) *SWOT analysis* merupakan suatu bentuk analisis didalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan rencana jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Metode *SWOT analysis* dianggap metode paling dasar yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisa biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.

Dengan latar belakang di atas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan *SWOT analysis* yang dilakukan di Minerva Motor Kediri dalam meningkatkan volume penjualannya dengan demikian penulis memilih judul skripsi sebagai berikut:

"Analisis Strategi Pemasaran Dengan Swot Analysis Pada Dealer Minerva Motor Kediri"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di

atas dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Daya Saing motor Minerva terhadap produk lain mulai mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena produk lain mulai memproduksi model motor sport juga. Dengan demikian berdampak pada penurunan penjualan di Dealer Motor Minerva.
2. Spare Part Motor Minerva yang sulit didapatkan, karena tidak semua bengkel menyediakan spare part Motor Minerva.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *SWOT analysis* terhadap strategi pemasaran di Dealer Minerva Motor Kediri?
2. Bagaimanakah hasil analisis dengan SWOT analysis pada Dealer Minerva Motor Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan :

1. Penerapan *SWOT analysis* terhadap strategi pemasaran di Dealer Minerva Motor Kediri.
2. Hasil analisis strategi pemasaran di Dealer Minerva Motor Kediri dengan menggunakan *SWOT analysis*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan yang nantinya dapat dipetik dari studi eksperimental ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini dapat membantu perkembangan pengetahuan khususnya yang terkait dengan *SWOT analysis* dalam strategi pemasaran.
2. Manfaat praktis, diantaranya:
   a. Bagi perusahaan
      1) Memberikan sumbangan dalam perbaikan proses strategi pemasaran di masa yang akan datang.
      2) Sebagai masukan yang berharga bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan hasil penjualan secara keseluruhan.
      3) Untuk memperbaiki proses strategi pemasaran sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani konsumen dan pada gilirannya hasil penjualan meningkat.
   b. Bagi peneliti
      1) Mengetahui permasalahan yang terjadi dalam proses strategi pemasaran di perusahaan.
      2) Mengetahui dan dapat memberikan solusi dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di perusahaan.
      3) Memiliki pemahaman dan kemampuan yang lebih tentang strategi pemasaran.

II. METODE

A. Metode Pengumpulan Data

Sebagai perlengkapan pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan

menggunakan metode sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan *(Field Research)*
   Penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan cara :
   a. Observasi
      Suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.
   b. Wawancara
      Penelitian dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan sejumlah karyawan yang berhubungan dengan penelitian untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Minerva Motor Kediri.
   c. Dokumentasi penelitian yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Penelitian kepustakaan *(Library Research)*
   Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literature-literature, mengumpulkan dokumen, arsip maupun catatan penting organisasi yang ada hubungannya dengan permasalahan penulisan skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penlisan skripsi ini antara lain sebagai berikut :

a. Data kualitatif
   Adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan.

2. Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan proposal ini, penulis memperoleh data yang bersumber dari :

a) Data primer
   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen perusahaan serta wawancara langsung pada pimpinan perusahaan maupun pada karyawan yang bersangkutan.
b) Data sekunder
   Data sekunder adalah data yang tidak

langsung yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dalam hal ini bersumber dari penelitian yang meliputi buku-buku bacaan yang berkaitan dengan judul penelitian dan data-data yang terkumpul.

C. Lokasi Perusahaan

Minerva Motor Kediri berlokasi di Jalan Panglima Sudirman No.20 Kediri, yang sebelumnya merupakan Dealer Kimco Kediri dan pada tahun 2010 tempat tersebut ditempati oleh Minerva Motor Kediri. Dimana kantor tersebut berfungsi sebagai *Showroom*, bengkel resmi dan penjualan suku cadang resmi sepeda motor Minerva.

F. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Mixed Method adalah metode yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam hal metodologi (seperti dalam tahap pengumpulan data), dan kajian model campuran memadukan dua pendekatan dalam semua tahapan proses penelitian (Abbas, 2010). Mixed method disebut juga sebagai sebuah metodologi yang memberikan asumsi filosofis dalam menunjukkan arah menganalisis data serta perpaduan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui beberapa fase proses penelitian.

Teknik penelitian dengan menggunakan metode campuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah urutan analisis kuantitatif dan kualitatif, tujuan digunakannya teknik ini adalah untuk mengidentifikasikan komponen konsep (subkonsep) melalui analisis data kuantitatif dan kualitatif guna memperluas informasi yang tersedia (Abbas,2010:222).

D. Teknik Penelitian

Metode riset ini menggunakan metode riset campuran. Menurut Violeta (2011) metode riset campuran adalah penelitian yang melibatkan pengunaan dua metode yaitu metode kuantitatif dan metode kualitiatif dalam studi tunggal (satu penelitian). Penggunaan dua metode ini dipandang lebih memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang masalah penelitian dari pada penggunaan salah satu diantaranya.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Analisis TOWS atau SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran Minerva Motor Kediri.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman.

Faktor Internal yang berasal dari dalam lingkungan

perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Untuk mendukung strategi tersebut maka digunakan konsep P7 dalam penerapan analisa SWOT.

1. Kekuatan

a. Sparepart asli dan bermutu
b. Luas bengkel bisa mengerjakan sampai 3 motor sekaligus dalam waktu 8 jam operasi.
c. Tarif bengkel maupun pembelian motor secara kredit bersaing (lebih terjangkau dengan bunga rendah).
d. Garansi yang lebih lama dan perawatan service gratis secara berkala.
e. Reputasi yang cukup baik dalam pelayanan baik bengkel maupun kecepatan mengirim pesanan motor.

2. Kelemahan

a. Kurangnya jaringan pemasaran yang langsung ke konsumen.
b. Fasilitas untuk konsumen menunggu kurang memadai.
c. Sarana/prasarana kebersihan dan sarana pengolahan limbah tidak memadai.
d. SDM yang berpendidikan tehnisi kurang.
e. Struktur organisasi tidak sesuai dengan kebutuhan dan tidak adanya bidang khusus untuk inovasi.

strategi yang paling tepat digunakan oleh Minerva Motor Kediri guna tetap meningkatkan penjualan yaitu perumusan strategi yang efektif akhirnya diperoleh adalah strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan *Strength* untuk memanfaatkan *Opportunies* yang dimiliki perusahaan yaitu dengan menggunakan konsep Marketing Mix P7 yaitu :

1. Produk

Produk yang baik berupa barang dan jasa sampai saat ini pada Minerva Motor masing terbilang cukup bersaing dengan kompetitornya diantaranya yaitu :

a.) Sepeda merk Minerva dijual baik dengan *Cash* maupun Kredit.
b.) Bengkel resmi sepeda motor merk Minerva.
c.) Penjualan suku cadang (spare part) sepeda motor merk Minerva.

2. *Price* (Harga)

Harga tarif produk dan jasa yang diberikan cukup terjangkau, harga tarif rendah dibarengi dengan tingginya kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan lebih tertarik menggunakan jasa dan membeli motor Minerva.

3. *Promotion* (Promosi)

Dengan menambah promosi yang dilakukan pada masyarakat maka semakin banyak konsumen yang lebih mengenal dan tertarik dengan motor Minerva, apalagi jika sampai Dealer Minerva Kediri mempunyai marketing lapangan maka bukan tidak mungkin produk yang dimiliki Minerva Kediri akan menambah volume penjualan.

4. *Place* (Tempat)

Lokasi yang berada tepat ditengah-tengah jantung Kota Kediri memudahkan konsumen untuk menjangkau lokasi Minerva Kediri,

yang lokasi tempatnya berada di Jalan Panglima Sudirman No.20.

5. *Human Resource* (Sumber Daya Manusia)

   Sebagian besar karyawan Minerva Motor Kediri ditangani oleh orang-orang yang masih terbilang muda dan sudah mempunyai gelar sarjana akan lebih bisa memberikan *ide-ide* baru untuk meningkatkan kemampuan dan akan lebih baik lagi jika bisa Minerva Kediri Mempunyai tehnisi yang berpengalaman pada bidangnya.

6. *Physical Evidence* (Analisa Lingkungan Fisik)

   Minerva Motor Kediri beradara di Jalan Panglima Sudirman, Jalan ini berada tepat di tengah-tengah Kota Kediri yang mana disekitar Dealer Minerva ini berdiri ruko-ruko usaha dagang lain dan sepanjang hari jalan ini dilalui kendaraan yang berlalu lalang.

7. Process (Proses)

   Berkaitan dengan jasa pemrosesan maka di Minerva Motor Kediri cenderung disertai lebih banyak jasa pelengkap lebih banyak dari pada jasa kontak rendah, dimana jasa pelengkap itu berupa keramhan, pengamanan penerimaan pesananan dilakukan sendiri oleh Minerva Motor Kediri.

   Berdasarakan hasil analisis SWOT Minerva Motor Kediri memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi diatas rata-rata kemampuan sehinggah Minerva Motor Kediri dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat. Didalam pandangan konsep pemasaran merupakan hal yang sederhana dan secara intuisi merupakan filosofi yang menarik. Tujuan perusahaan ini di capai melalui keputusan konsumen yang di peroleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen di penuhi melalui produk yang di hasilkan oleh perusahaaan.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan beserta diagram cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama Minerva Motor Kediri adalah strategi *Growth* (perkembangan) dimana Minerva Motor Kediri dapat mengembangkan dealer dan bengkelnya dengan cara mengembangkan kemampuan tenaga pekerja serta memanfaatkan promosi yang lebih baik.
2. Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan Minerva Motor Kediri.

V. Daftar Pustaka

Tulus, Devid. 2013. Strategi SWOT. Universitas 17 Agustus 1945 : Fakultas Ekonomi.

Robbins, Stephen P. 2012. Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour). Apress : Hoboken, NJ.

Purnama, Lingga. 2003. Strategi *Marketing Plan, The Moment Of Truth.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, Rhenald. 1998. American Marketing Association (AMA). Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Lupiyoady, Rambat. 2001. Entrepreneur from mindset to strategy. Depok : FE-UI.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Indeks.

Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Jakarta : Alfabeta.

Fandi Tjiptono. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty.

Assauri, Sofyan. 2008. Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Ekspor Non Migas. Depok : FE-UI.

Gitosudarmo, Indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : BPFE.

Salusu, J. 2000. Pengambilan Keputusan Stratejik. Jakarta : Gramedia.

Rangkuti, Fredy. 2009. Analisis SWOT. Jakarta : Gramedia.

Inayah Pama, Violeta. 2011. Pengantar Apresiasi Karya Sastra. Bandung : Sinar Baru.

Abbas. 2010. Handook of Mixed Method. Yogyakarta : ANDI offset.

Gunarto, B. 2013. Peranan Hukum dalam Pembangunan Ekonomi. Yogyakarta : ANDI offset.