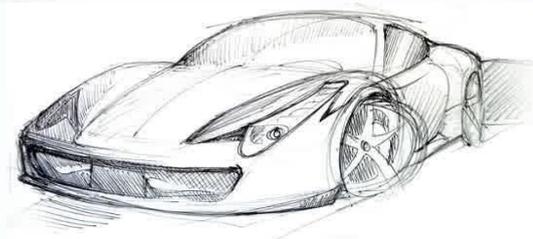
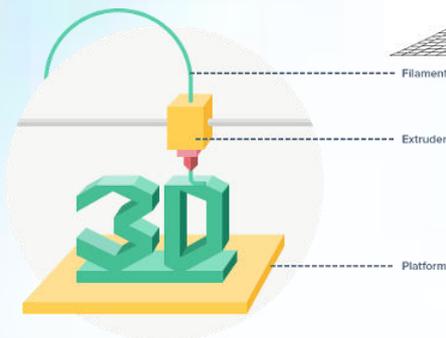
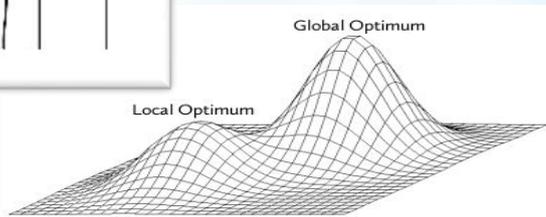
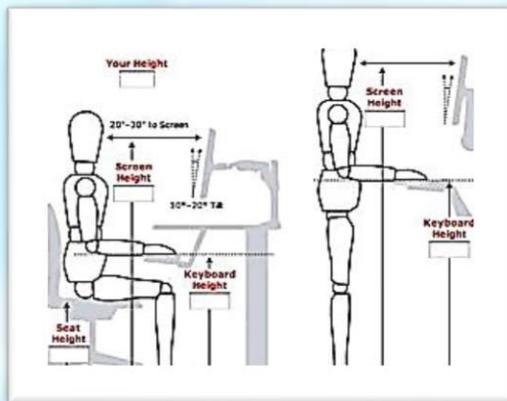


JURNAL REKAVASI

Jurnal Rekayasa & Inovasi Teknik Industri



Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta					
Jurnal REKAVASI	Vol. 3	No. 1	Hlm. 1-60	Yogyakarta Mei 2015	ISSN: 2338-7750

Daftar Isi

<p>Analisis Kecelakaan dan Penyakit Akibat Kerja (PAK) pada Pekerja <i>Ground Handling</i> di Bandara Adisutjipto Yogyakarta (Studi Kasus PT. Gapura Angkasa) <i>Agusta Wahyu Saputra, Endang Widuri Asih, Imam Sodikin</i></p>	1-7
<p>Analisis Metode 5-S dan Metode RCM pada Sistem <i>Maintenance</i> guna Meningkatkan Keandalan pada Mesin Minami (Studi Kasus PT. Betawimas Cemerlang) <i>David Christian Sianturi, P. Wisnubroto, Hj. Winarni</i></p>	8-16
<p>Analisis Postur Kerja dengan Metode OWAS dan NIOSH pada Pekerja <i>Manual Material Handling</i> Bagian <i>Loading-Unloading</i> Bandara Adisutjipto Yogyakarta (Studi Kasus PT. Gapura Angkasa) <i>Irwantika Dwi Ningrum, Joko Susetyo, Titin Isna Oesman</i></p>	17-24
<p>Analisis Produktivitas Menggunakan Metode Cobb Douglas dan Metode Habberstad (POSPAC) (Studi Kasus di Pabrik Pengecoran Logam PT Baja Kurnia) <i>Firman Tejo Supriyanto, Muhammad Yusuf, P. Wisnubroto</i></p>	25-32
<p>Analisis Produktivitas pada Proses Penyepuhan dengan Metode <i>Green Productivity</i> <i>Netty Widyastuti, Cyrilla Indri Parwati, Endang Widuri Asih</i></p>	33-38
<p>Analisis Tingkat Stres Kerja Karyawan pada PT. Karoseri New Niaga Purworejo <i>Agus Dwi Ponggo, Risma Adelina Simanjuntak</i></p>	39-46
<p>Peningkatan Penjualan Bakpia Pathok 25 Yogyakarta dengan Analisis SWOT dan AHP <i>Sapto Budi Pamungkas, Winarni, Endang Widuri Asih</i></p>	47-53
<p>Usulan Pemilihan Metode Upah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan dengan Menggunakan Metode Sistem <i>Halsey, Rowan & Taylor</i> di PT. Sapta Sentosa Jaya Abadi <i>Wahyu Triyono, Muhammad Yusuf, Titin Isna Oesman</i></p>	54-59

PENINGKATAN PENJUALAN BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA DENGAN ANALISIS SWOT DAN AHP

Sapto Budi Pamungkas, Winarni, Endang Widuri Asih

Jurusan Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

Jl. Kalisahak 28 Yogyakarta

E-mail: industri@akprind.ac.id

ABSTRACT

Home Industry Bakpia Pahtok 25 is a company engaged in the manufacture of typical food of Yogyakarta. The production of a bakpia which has two flavors, such as green beans and kumbu bakpia kumbu black. The home industry produces bakpia in significant amounts in accordance with customer demand. In the face of intense competition in the industry bakpia Jogja, the company has struggled to increase the sales of bakpia to provide maximum benefit. Tasks that need to be done are to do repairs as well as analysis of the internal and external environment.

In this research, the analysis of the internal and external factors are used to increase sales. This study uses SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and AHP (Analytical Hierarchy Process). SWOT method is used to analyze the internal and external factors while the AHP method is used for the decision-making process of many criterias.

The forecasting of the bakpia sales shows that the sales will be increased by 2.29% over the next year, from 63,846 box to 65,344 box. The increase in sales is supported by the use of the SWOT analysis and AHP. SWOT analysis shows positive values of both axes (X, Y). Point of intersection of the two axes lies in the first quadrant, so the SWOT analysis uses an aggressive strategy. AHP analysis is used to support the strategy beyond aggressive strategy, so the improvement of the equipment can increase by 54% (e.g., modernize the production process in order to guarantee the product quality), the environmental improvement can rise by 28% (e.g., waiting rooms and parking space) and the improvement of the plant management can go up by 18% (such as hospitality and language skills).

Keywords: Increased sales, SWOT, AHP

INTISARI

Industri rumah tangga Bakpia Pahtok 25 adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan makanan khas Yogyakarta. Hasil produksi berupa bakpia yang memiliki dua varian rasa, seperti kacang hijau dan kumbu hitam. Industri tersebut memproduksi bakpia dalam jumlah yang banyak sesuai dengan permintaan pelanggan. Dalam menghadapi ketatnya persaingan Industri bakpia di Yogyakarta, perusahaan harus berjuang keras untuk meningkatkan penjualan bakpia agar memberikan keuntungan yang maksimal. Hal yang perlu dilaksanakan adalah melakukan perbaikan serta analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Pada penelitian ini, analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Metode SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan sedangkan metode AHP digunakan untuk pengambilan keputusan dari banyak kriteria.

Peramalan penjualan produk bakpia menunjukkan bahwa penjualan tersebut akan meningkat sebesar 2,29% untuk penjualan satu tahun ke depan, dari 63.846 dos menjadi 65.344 dos. Peningkatan penjualan tersebut didukung dengan penggunaan metode analisis SWOT dan AHP. Analisis SWOT memperlihatkan nilai positif dari kedua sumbu (X,Y). Titik perpotongan kedua sumbu terletak pada kuadran I, sehingga dalam analisis SWOT menggunakan strategi agresif. Analisis AHP digunakan untuk mendukung strategi diluar strategi agresif, sehingga diperoleh alternatif perbaikan sarana sebesar 54% (seperti memodernisasi proses produksi agar kualitas mutu terjamin), alternatif perbaikan lingkungan sebesar 28% (seperti ruang tunggu dan ruang parkir diperbaiki) dan alternatif perbaikan manajemen pabrik sebesar 18% (seperti keramah-tamahan dan kemampuan bahasa).

Kata kunci: Peningkatan penjualan, SWOT, AHP

PENDAHULUAN

Saat ini, perekonomian telah berkembang dengan pesat seiring dengan pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang semakin canggih, sehingga persaingan antar perusahaan

menjadi semakin ketat. Ketatnya persaingan tersebut dikarenakan banyaknya industri yang bermunculan. Perkembangan tersebut harus dapat diantisipasi secara tepat dan cepat agar perusahaan tetap bertahan untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkannya. Sebelum perusahaan melakukan identifikasi dan menargetkan pemasaran, perusahaan dianjurkan untuk menganalisa terlebih dahulu kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi sehingga sasaran pemasaran dapat terpenuhi.

Menurut Swastha DH (1991), pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, serta ide kepada pasar sasaran agar mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan Swastha DH (1991).

Penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Adanya penjualan dapat tercipta suatu pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dan pembeli. Di dalam perekonomian kita atau ekonomi uang, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual. Jadi menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya (Swastha,1993).

Industri rumah tangga Bakpia Pathok 25 Yogyakarta terletak di Jl. AIP II KS Tubun NG 1/504 Yogyakarta. Industri tersebut menghasilkan bakpia dalam jumlah yang besar, sesuai dengan permintaan pelanggan yang sangat banyak. Industri bakpia di Yogyakarta telah berkembang dengan pesat dan mengakibatkan persaingan semakin ketat. Dalam upaya meningkatkan penjualan. Manajemen puncak harus bisa mengambil keputusan secara tepat, baik itu dalam internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, kemudian membandingkan hasil kelemahan dan ancaman perusahaan dengan metode AHP.

Penelitian lain juga digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Pertama, penelitian Wahyudi (2008) yang berjudul Analisa Segmentasi Pasar Merek Produk Omus dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Aseli Dagadu Djokdja dengan Metode BCG dan Analisis SWOT. Penelitian tersebut membahas peningkatan daya saing dengan menggunakan metode BCG dan analisis SWOT serta tidak menggunakan metode AHP. Kedua, penelitian milik Nugroho (2010) yang berjudul Penilaian Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) Berdimensi Serqual sebagai Dasar Peningkatan Kepuasan Konsumen. Penelitian tersebut membahas kualitas pelayanan dengan menggunakan metode AHP dan tidak menggunakan analisis SWOT.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT pada Bakpia Pahtok 25 dan untuk mengetahui nilai hasil analisis AHP dalam mencapai peningkatan penjualan. Penelitian ini hanya dilakukan pada Industri Bakpia Pathok 25 Yogyakarta yang berlokasi di Jl. AIP II KS Tubun NG 1/504 Yogyakarta dan analisis dilakukan dengan metode SWOT serta AHP (*Analytic Hierarchy Process*).

METODE PENELITIAN

Secara teoritis dalam ekonomi, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi potensial tersebut dapat dilaksanakan jika kondisi-kondisi tertentu terpenuhi (Assauri, 2004), yaitu (1) terdapat paling sedikit dua pihak, (2) masing-masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin dapat berharga bagi pihak lain, (3) masing-masing pihak mampu untuk berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya serta (4) masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain.

Peramalan sering digunakan untuk memprediksi pendapatan, biaya, keuntungan, harga, perubahan teknologi, dan berbagai macam variabel lainnya. Dalam lingkungan perusahaan, peramalan banyak digunakan untuk memprediksi permintaan yang akan datang (Yamit, 1999). Nasution (1999) berpendapat bahwa peramalan adalah proses untuk memperkirakan berapa kebutuhan dimasa datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang maupun jasa. Peramalan merupakan alat bantu yang penting dalam perencanaan khususnya dalam bidang ekonomi.

Menurut Rangkuti (2004), analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Pengambilan keputusan strategis yang ada juga selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya. Kekuatan perusahaan menunjuk pada kemungkinan adanya beberapa strategi tertentu yang diharapkan akan berhasil dalam tujuan perusahaan.

Kelemahan (*weakness*) adalah masalah yang dihadapi oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kelemahan perusahaan menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang harus segera diperbaiki oleh perusahaan guna memperoleh laba yang maksimal.

Peluang (*opportunities*) adalah pemasaran suatu bidang kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

Ancaman (*threats*) adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan yang akan mengurangi penjualan dan laba jika tidak dilakukan tindakan pemesanan dengan sikap bertahan.

Analytic Hierarchy Process (AHP) atau Proses Hierarki Analisis (PHA) merupakan suatu metodologi yang sangat kuat dan komprehensif yang memungkinkan kelompok maupun individu dengan kemampuan untuk menghubungkan faktor kualitatif dalam pengambilan keputusan. AHP menggunakan model hierarki yang terdiri dari tujuan, kriteria (dan beberapa subkriteria) serta alternatif untuk masing-masing permasalahan atau keputusan.

Manusia mempunyai kemampuan untuk menetapkan relasi antar obyek atau antar pemikiran sedemikian sehingga koheren, yaitu: obyek-obyek atau pemikiran itu saling terkait dengan baik dan kaitan mereka menunjukkan konsistensi (Saaty, 1994). AHP menyatukan antara *judgement* dan penilaian pribadi dalam suatu cara yang logis yang tergantung pada pengalaman dan pengetahuan untuk menstruktur hierarki pemodelan.

AHP merupakan sebuah teknik pengambilan keputusan multikriteria (berkriteria banyak), dimana faktor kuantitatif dan faktor kualitatif dikombinasikan, sehingga dapat dilakukan pengurutan prioritas, kedudukan, dan evaluasi terhadap alternatif-alternatif. Metode ini dicetuskan dan dikembangkan oleh Thomas L. Saaty.

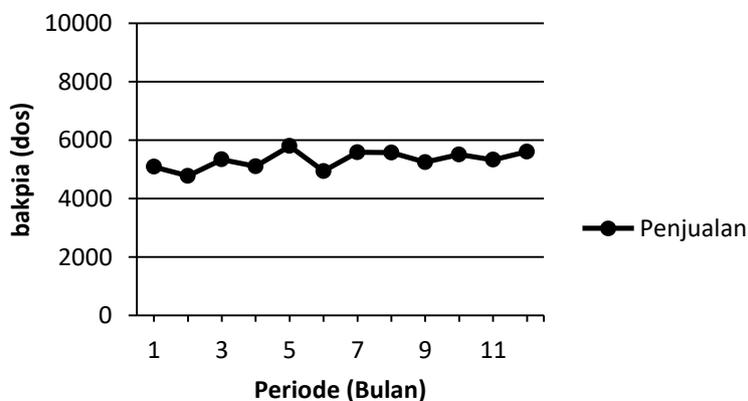
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran Pemasaran dan Peramalan

Tabel 1 adalah data jumlah produksi pada tingkat produksi normal (tanpa memperhitungkan permintaan pesanan).

Tabel 1. Data harga dan jumlah produksi

Periode Produksi	Dos Isi 20	Dos Isi 15	Jumlah Produksi
Per hari	300 dos 6000 butir	200 dos 3000 butir	500 dos 9000 butir
Per 2 minggu	4200 dos 84000 butir	2800 dos 42000 butir	7000 dos 126000 butir
Harga	Rp 28.000,-/dos	Rp 24.000,-/ dos	



Gambar 1. Grafik penjualan bakpia

Menentukan Metode Peramalan yang Sesuai

Berdasarkan Gambar 1, data tersebut memiliki kecenderungan untuk berpola konstan, maka metode peramalan yang digunakan adalah *moving average with linear trend* dan *exponential smoothing with linear trend*, sehingga metode ini akan dipakai untuk meramalkan permintaan produk bakpia. Hasil peramalan permintaan bakpia untuk 12 periode mendatang dari Mei 2014 hingga April 2015 ditampilkan dalam Tabel 2. Data tersebut diolah dengan perangkat lunak QS v.3.0.

Tabel 2. Hasil peramalan 12 periode mendatang

No	Bulan	Hasil <i>Moving average with linear trend</i>	Hasil <i>Exponential smoothing with linear trend</i>
1	Mei 2014	5444,83	5602,45
2	Juni 2014	5444,91	5644,82
3	Juli 2014	5445	5687,18
4	Agustus 2014	5445,08	5729,54
5	September 2014	5445,16	5771,91
6	Oktober 2014	5445,25	5814,27
7	November 2014	5445,33	5856,63
8	Desember 2014	5445,41	5899
9	Januari 2015	5445,5	5941,36
10	Februari 2015	5445,58	5983,72
11	Maret 2015	5445,66	6026,09
12	April 2015	5445,75	6068,45
<i>Mean Absolute Deviation (MAD)</i>		196,63	254,69

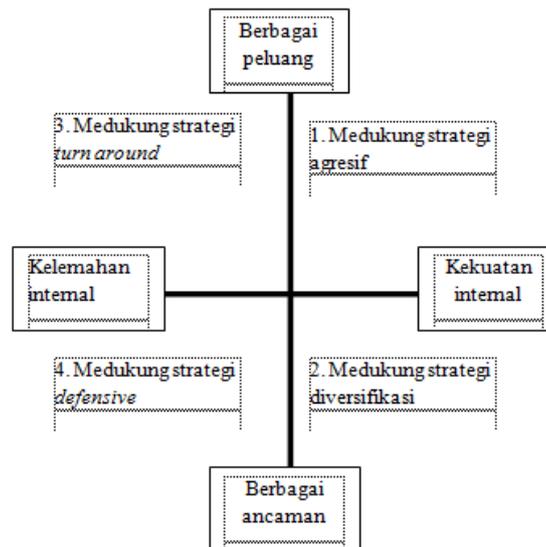
Hasil peramalan yang terbaik adalah *moving average with linear trend* dengan nilai MAD 196,63.

Metode peramalan yang optimal berdasarkan *Mean Absolute Deviation (MAD)* yang terkecil adalah 196,63. Peramalan produk dilakukan untuk 12 bulan ke depan dari Mei 2014 sampai April 2015. Data peramalan produk yang digunakan selama 12 bulan ke depan terhitung dari Januari 2013 sampai Desember 2013.

Hasil peramalan penjualan bakpia akan mencapai 63.846 dos pada tahun 2013, sedangkan hasil peramalan pada 12 bulan ke depan sebanyak 65.344 dos, dengan demikian menunjukkan adanya peningkatan penjualan bakpia. Oleh karena itu, perusahaan dapat memperkirakan produksi pada tahun yang akan datang. Dengan peningkatan jumlah produksi yang akan dilakukan oleh perusahaan maka dilakukan analisis internal dan eksternal perusahaan. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

SWOT

Metode analisis SWOT menggunakan matrik yang dipakai untuk mengetahui faktor strategi dari perusahaan (Gambar 2). Matrik ini dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana kesempatan dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Perhitungan tersebut menghasilkan nilai positif dari kedua sumbu, sumbu X (0,08) dan sumbu Y (0,06). Nilai sumbu X dan sumbu Y terletak pada kuadran I, sehingga dalam analisis SWOT menggunakan strategi agresif. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi kekuatan peluang. Dalam strategi ini terdapat 4 poin yang harus dilakukan, seperti (1) mempertahankan kualitas dan meningkatkan pelayanan, (2) meningkatkan kualitas SDM dengan mengadakan training, (3) mencari pasar yang lebih potensial, serta (4) memaksimalkan penggunaan teknologi modern.



Gambar 2. Diagram strategi analisis SWOT

Hasil perhitungan analisis SWOT tersebut sama dengan hasil perhitungan pada penelitian Wahyudi (2008), yaitu dengan menerapkan strategi agresif. Hasil strategi analisis SWOT yang didapat berupa strategi agresif, maka untuk meningkatkan penjualan dilakukan pengembangan tiga strategi di luar strategi agresif, yaitu strategi *turn around*, *diversifikasi* dan *defensive*. Ketiga strategi tersebut dimaksimalkan menggunakan AHP dengan dibuat diagram hierarki beserta sub kriterianya.

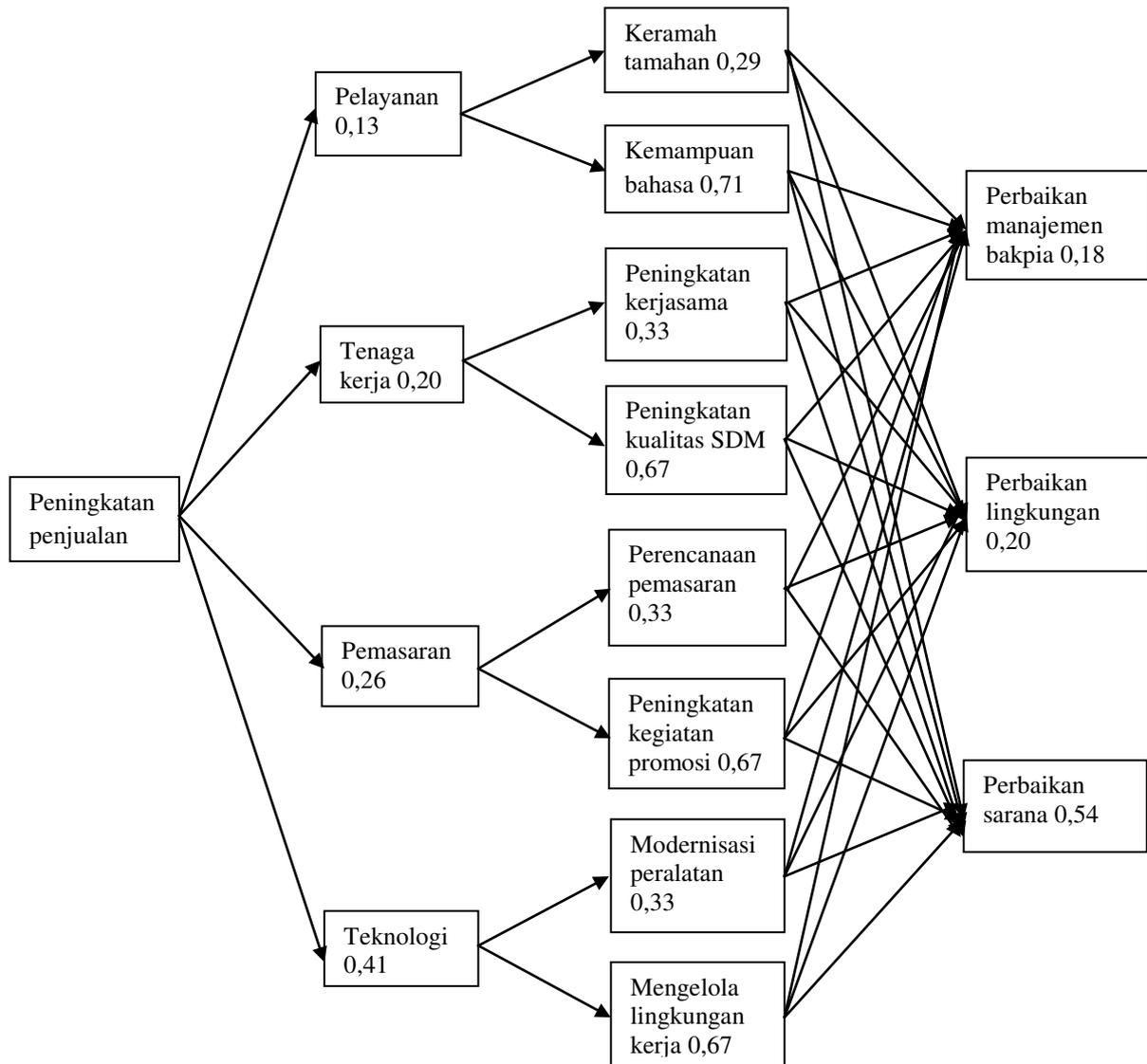
AHP

Dari hasil matrik SWOT, tiga strategi yang perlu dimaksimalkan didapatkan dengan AHP (Gambar 3). Angket disebarakan kepada karyawan yang berjumlah 39 responden. Hasil yang didapat mengenai kriteria dan alternatif berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Nilai akhir diperoleh dengan merata-rata *geometriks mean* untuk memecahkan masalah mengenai ketidaktercapainya nilai-nilai yang menghasilkan penilaian tunggal.

Setelah perhitungan rata-rata geometrik yang menghasilkan matrik tunggal untuk penilaian kriteria, subkriteria maupun alternatif yang dibandingkan, maka dilakukan sintensis untuk mengetahui bobot prioritas vektor terhadap kriteria-kriteria, subkriteria dan alternatif yang paling dominan untuk memaksimalkan penjualan.

Hasil perhitungan bobot prioritas menunjukkan bahwa alternatif perbaikan yang paling berpengaruh dalam peningkatan penjualan Bakpia Pahtok 25 dengan bobot prioritas diurutkan sesuai kepentingan akan memperlihatkan beberapa kondisi. Kondisi tersebut adalah pelayanan 0,13% dengan subkriteria keramah-tamahan 0,29% dan kemampuan bahasa 0,71%, tenaga kerja 0,20% dengan subkriteria peningkatan kerjasama 0,33% dan peningkatan kualitas SDM 0,67%, pemasaran 0,26% dengan subkriteria perencanaan pemasaran 0,31% dan peningkatan kegiatan promosi 0,67%, serta teknologi 0,41% dengan subkriteria modernisasi peralatan 0,33% dan mengelola lingkungan kerja 0,67%.

Hasil bobot prioritas kriteria alternatif yang telah diperbandingkan terhadap masing-masing kriteria dan subkriteria, serta tingkat konsistensi dari masing-masing alternative, yaitu perbaikan manajemen pabrik 18%, perbaikan lingkungan 28%, dan perbaikan sarana 54%. Besarnya bobot prioritas mewakili peran yang diberikan oleh setiap faktor bagi keberhasilan bakpia. Besarnya bobot prioritas pada alternatif perbaikan sarana menunjukkan besarnya prioritas yang oleh pihak Bakpia Pahtok 25 harus diperhatikan atau ditargetkan dalam rangka meningkatkan penjualan.



Gambar 3. Hasil hierarki peningkatan penjualan Bakpia 25

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan analisis SWOT, kondisi perusahaan terletak pada posisi agresif, yaitu di antara kekuatan dan peluang, sehingga perusahaan harus mengoptimalkan penerapan strategi pertahankan kualitas dan meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengadakan training serta mencari pasar yang lebih potensial.
2. Dari hasil analisis data alternatif yang diteliti, menunjukkan urutan bobotprioritasalternatif perbaikan untuk meningkatkan penjualan sesuai dengan peringkatnyadiperoleh bahwa alternatif perbaikan sarana terbesar yaitu 54%, seperti memodernisasi peralatan produksi agar kualitas mutu terjamin, alternatif perbaikan lingkungan28%, seperti ruang tunggu dan ruang parkir diperbaiki dan yang terakhir perbaikan menejemen pabrik 18%, seperti keramah tamahan dan kemampuan bahasa.

Dua buah saran dapat diberikan melalui penelitian ini. Pertama, saran bagi perusahaan adalah agar perusahaan lebih memperhatikan ancaman dari luar, seperti pesaing produk sejenis, sehingga perusahaan harus lebih meningkatkan promosi agar penjualan tetap meningkat. Kedua, perusahaan melakukan pelatihan keterampilan pekerja yang menunjang produktivitas perusahaan, seperti pelatihan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Swastha DH., B., 1991, *Saluran Pemasaran: Konsep & Strategi Analisa Kuantitatif*, BPFE, Yogyakarta.

- Ghozali, I., 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Badan, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Markidakis, S., dkk., 1995, *Metode dan Aplikasi Peramalan*, 1st ed., Erlangga, Jakarta.
- Nasution, A.H., 1999, *Perencanaan dan Pengendalian Produk*, Guna Wijaya ITS, Surabaya.
- Nugroho, A.S., 2010, *Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Berdimensi Serqual sebagai Dasar Peningkatan Kepuasan Konsumen*, IST AKPRIND Yogyakarta, Yogyakarta.
- Rangkuti, F., 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F., 1997, *Riset Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Saaty, T.L., 1993, *Pengambilan Keputusan*, PT Gramedia, Jakarta.
- Assauri, S., 2004, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wahyudi, R., 2008, *Segmentasi Pasar Merek Produk Omus dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Aseli Dagadu Djokdja dengan Metode BCG dan Analisis SWOT*, IST AKPRIND Yogyakarta, Yogyakarta.
- Yamit, Z., 1999, *Manajemen Persediaan*, PT. Suryana Sarana Utama, Yogyakarta.