

STRATEGI PENETAPAN HARGA ATK DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DI TOKO CV ARIKA INDAH KECAATAN WANGI-WANGI MENURUT EKONOMI SYARIAH

Walisa Kolengsusu¹, Sitti Rahma Gurudin²

walisakolengsusu@gmail.com¹, sittirahmastaiwakatobi@gmail.com²

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Wakatobi

Abstrak

Tujuan penelitian: (1) untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga ATK di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi (2) untuk mengetahui Bagaimana Omset Penjualan di Toko Cv Ariqa Indah (3) untuk mengetahui Bagaimana strategi penetapan harga ATK dalam meningkatkan omset penjualan di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), dengan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Toko Cv Ariqa Indah, terletak di.....lingkungan topa, kelurahan wanci, kecamatan wangi-wangi kabupaten wakatobi. jenis data dalam penelitian ini terdiri atas dua yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) toko Cv Ariqa Indah menerapkan strategi penetapan harga berbasis kompetitor dan biaya produksi, disertai dengan penawaran harga yang fleksibel untuk pelanggan tetap. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah penjualan dan loyalitas pelanggan. (2) Dari perspektif ekonomi syariah, strategi penetapan harga di toko ini sudah sejalan dengan prinsip keadilan dan tidak mengandung unsur penipuan (gharar) maupun kecurangan (tadlis), serta memperhatikan nilai kemaslahatan. (3) Dengan demikian, strategi penetapan harga yang diterapkan tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan omzet, tetapi juga mencerminkan etika bisnis Islam yang berorientasi pada keadilan dan keberkahan.

Kata Kunci: Strategi Harga, ATK, Omset Penjualan, Ekonomi Syariah.

PENDAHULUAN

Menjalankan suatu usaha tidak akan lepas dari penetapan harga, karena penentuan harga sudah menjadi bagian di dalam pelaksanaan perekonomian khususnya dalam dunia usaha, sehingga menjadi hal yang mau tidak mau harus dilaksanakan dalam menjalankan usaha perusahaan. Dalam kondisi lingkungan bisnis yang dinamis, semakin cepat terjadi perubahan, maka penentuan harga juga menjadi semakin ketat. Dengan menerapkan strategi penetapan harga yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produknya di mata konsumen, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan.

Adapun dalam islam strategi penetapan harga ini harus dilakukan secara adil dan jujur sesuai yang di ajarkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa/4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan :

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat ini menekankan bahwa dalam kegiatan bisnis, termasuk penetapan harga, harus ada kejujuran, transparansi, dan persetujuan kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Ini berarti harga yang ditetapkan harus adil, sesuai dengan nilai barang, dan tidak ada unsur penipuan atau pemaksaan. Harga yang wajar dan adil akan menciptakan hubungan yang baik antara penjual dan pembeli, yang pada akhirnya bisa meningkatkan omset penjualan karena kepercayaan konsumen yang terjaga.

Omset penjualan merupakan total pendapatan yang di hasilkan dari aktivitas penjualan suatu perusahaan dalam periode tertentu, omset penjualan mencerminkan performa bisnis dalam hal seberapa banyak produk atau jasa yang berhasil diuji, tanpa memperhitungkan biaya produksi atau operasional. Dalam hal ini meningkatkan omset penjualan sesuai target yang telah di tentukan merupakan impian terbesar dari perusahaan tersebut. Tidak hanya target dari omset penjualan, meningkatkan kualitas usaha dari sisi internal maupun eksternal juga menjadi fokus perusahaan untuk mencapai kesuksesannya.

Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Cv Ariqa Indah sudah sangat bagus dan dapat meningkatkan omset penjualan karena bisa di lihat di Toko Cv Ariqa Indah pada awalnya menjual barang-barangnya itu masih menggunakan tempat yang di sewa, tetapi sekarang CV Ariqa Indah sudah mempunyai toko sendiri untuk menjual barang-barangnya itu sendiri dan setelah mempunyai toko sendiri. Toko Cv Ariqa Indah bukan saja menjual berbagai alat tulis kantor ATK melainkan ada beberapa tambahan yang di jual ditokonya sendiri barang-barangnya antara lain perlengkapan dapur, perlengkapan mandi, perlengkapan kosmetik dan lain-lainya. Dari sini bisa kita lihat bahwasanya diToko Cv Ariqa Indah mempunyai peningkatan yang dulunya menyewa tempat untuk menjual barang-barangnya tetapi sekarang suda mempunyai toko sendiri dan lebih banyak barang yang di jual.

Toko Cv Ariqa Indah juga bukan hanya menjual alat tulis kantor dan barang-barang lainnya, melainkan di Toko Cv Ariqa Indah juga menyediakan tempat print dan fotocopy dan setiap yang print atau fotocopy lebih banyak maka ada diskon yang di berikan oleh pelanggan tersebut. Toko Cv Ariqa Indah juga memberikan harga yang berbeda ketika konsumen melakukan fotocopy atau print di toko tersebut menggunakan kertas HVS atau kertas sertifikat milik konsumen itu sendiri. Dan di Toko Cv Ariqa Indah memberikan diskon ketika membeli produk yang lebih banyak. Toko Cv Ariqa Indah bukan saja masyarakat biasa yang berbelanja di toko tersebut melainkan dari instansi seperti sekolah dan beberapa kantor lainnya.

Toko Cv Ariqa Indah adalah usaha perlengkapan alat tulis kantor yang terletak di Lingkungan Topa Kelurahan Wanci Kabupaten Wakatobi. CV Ariqa Indah ini termasuk salah satu toko yang lengkap dan menjual secara satuan maupun grosir. Toko Cv Ariqa Indah memulai usaha dri tahun 2020 sampai sekarang.

Peningkatan omset penjualan di Toko Cv Ariqa Indah salah satunya yaitu pelayanan yang baik dan bagus. Tetapi di Toko Cv Ariqa Indah juga dalam hal pelayanan suda bagus. Tetapi yang harus di tingkatkan di Toko Cv Ariqa Indah juga yaitu cara berpenampilan yang bagus, berpenampilan itu dalam hal berpakaian yang bagus agar dapat menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk menelitian lebih lanjut tentang “Strategi Penetapan Harga ATK Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah”

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan Analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. penelitian kualitatif tidak berarti tanpa menggunakan dukungan dari data kuantitatif, Tetapi lebih ditekankan pada kedalaman

berpikir formal dari penelitian dalam menjawab permasalahan yang dihadapi. penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitifitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (grounded theory) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau fenomena yang di hadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini didasarkan pada seluruh data yang berhasil dihimpun pada saat penulis melakukan penelitian di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi. Data yang dimaksud dalam hal ini adalah data primer yang bersumber dari jawaban-jawaban informan yaitu dengan menggunakan pedoman wawancara secara langsung sebagai media pengumpulan data yang dipakai untuk keperluan penelitian.

Berdasarkan data ini diperoleh dari beberapa jawaban yang menyangkut tentang Strategi Penetapan Harga ATK Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di Toko Cv Arika Indah Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah

1. Strategi Penetapan Harga ATK di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memposisikan sebuah produk. Di lain pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan. Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang suatu kontrak kerja baru. Maka perusahaan harus memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Berikut uraiannya:

a. Produk (Product)

Produk merupakan suatu sifat kompleks baik yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termaksud bungkus, warna, harga, kemampuan perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Untuk itu, suatu perusahaan harus menyajikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumennya. Dengan begitu konsumen merasa puas dengan perusahaan dan perusahaan akan mendapat nilai positif dari konsumen.

b. Harga (Price)

Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, maka semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Misalnya harga suatu barang, sewa rumah, biaya kuliah, jasa dokter termasuk kedalam kategori harga. Semua itu merupakan nilai yang harus dibayarkan atas benda atau apa yang telah di lakukan.

c. Distribusi (place)

Distribusi adalah proses penyebaran produk atau jasa dari produsen kepada konsumen akhir melalui berbagai saluran distribusi. Proses ini mencakup semua aktivitas yang dilakukan untuk memastikan produk tersedia bagi konsumen di tempat dan waktu yang tepat. Distribusi melibatkan jaringan distribusi yang terdiri dari berbagai perantara seperti grosir, pengecer, agen, dan distribusi langsung dari produsen ke konsumen.

2. Peningkatan Omset Penjualan Pada CV Arika Indah

Omset penjualan merupakan jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan (organisasi, hukum) dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen, harga dan kuantitas dijual. Omset merupakan jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan

(organisasi, hukum) dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen, harga dan kuantitas dijual Meningkatkan omset penjualan juga merupakan tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha dilihat dari seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.

a. Memperluas target pasar

Memperluas target pasar melibatkan usaha untuk menjangkau segmen pelanggan baru atau memasuki pasar yang sebelumnya belum digarap. Strategi ini bisa mencakup perluasan ke area geografis baru, seperti memasuki pasar internasional, atau menargetkan kelompok demografis baru, seperti generasi milenial atau senior. Untuk berhasil, perusahaan harus melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi dari target pasar baru ini.

b. Mengadakan Diskon

Strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dengan menawarkan harga yang lebih rendah dari harga normal. Diskon bisa dalam berbagai bentuk, seperti potongan harga, buy one get one, atau diskon musiman. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, mengurangi stok yang berlebih, atau menarik pelanggan baru. Namun, penting untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap persepsi nilai produk.

c. Memperluas kualitas dan kuantitas produk

Meningkatkan kualitas produk berarti memperbaiki atau meningkatkan fitur, daya tahan, atau efisiensi produk, yang dapat menambah kepuasan pelanggan dan mengurangi tingkat keluhan. Di sisi lain, meningkatkan kuantitas produk bisa berarti memperbesar volume produksi untuk memenuhi permintaan yang meningkat atau memperkenalkan variasi produk baru untuk menambah pilihan bagi konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Strategi Penetapan Harga ATK Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di Toko Cv Ariqa Indah Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah. Penetapan harga harus dilakukan secara adil, jujur, dan transparan, tanpa adanya unsur penipuan (tadlis), ketidakpastian (gharar), ataupun eksploitasi. Keuntungan boleh diambil, namun tidak boleh berlebihan dan harus sejalan dengan nilai keberkahan dan kehalalan.

1. Produk : Penambahan variasi produk memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan daya saing bisnis. Pelanggan merasa lebih nyaman karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Penetapan harga di toko dilakukan langsung oleh pemilik berdasarkan modal, keuntungan yang diinginkan, serta mempertimbangkan merek dan kualitas barang, tanpa melibatkan karyawan. Strategi diskon yang diterapkan, khususnya untuk pembelian dalam jumlah besar, terbukti efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas, terutama dari kalangan pelajar. Produk yang paling diminati meliputi alat tulis kantor, layanan fotokopi, dan cetak dokumen.
2. Harga : Penetapan harga di toko CV Ariqa Indah dilakukan langsung oleh pemilik, berdasarkan harga beli, modal, keuntungan, serta kualitas dan merek produk. Karyawan tidak dilibatkan dalam proses ini. Toko juga menerapkan kebijakan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar, yang terbukti efektif menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas, terutama dari kalangan pelajar. Produk yang paling diminati adalah alat tulis, layanan fotokopi, dan cetak dokumen. Namun, diskon tidak berlaku untuk transaksi kecil.
3. Distribusi : Toko memperoleh pasokan barang dari dua lokasi utama, yaitu Kendari dan Bau-Bau. Kendari dipilih karena memiliki banyak distributor besar dengan harga grosir

yang lebih murah dan distribusi yang lancar, sementara Bau-Bau menjadi alternatif untuk produk tertentu. Manajemen stok yang baik juga memainkan peran penting dalam menjaga kelancaran operasional toko. Pengecekan stok dilakukan secara rutin, dan pemesanan ulang segera dilakukan jika stok menipis. Toko dinilai memiliki ketersediaan barang yang cukup lengkap, meskipun sesekali mengalami kendala seperti keterlambatan pengiriman atau kekosongan stok, yang masih dapat diatasi tanpa mengganggu operasional secara signifikan.

Saran

Melalui penelitian ini, penulis dapat mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan agar toko terus menambah variasi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta melakukan evaluasi harga secara berkala dengan mempertimbangkan harga kompetitor. Pemilik juga sebaiknya melibatkan karyawan dalam proses penentuan harga atau memberikan pelatihan agar mereka dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, kebijakan diskon dapat diperluas dengan memberikan insentif bagi pelanggan yang melakukan transaksi kecil namun rutin, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dari semua segmen pelanggan.
2. Diharapkan agar toko terus menambah variasi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta melakukan evaluasi harga secara berkala dengan mempertimbangkan harga kompetitor. Pemilik juga sebaiknya melibatkan karyawan dalam proses penentuan harga atau memberikan pelatihan agar mereka dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, kebijakan diskon dapat diperluas dengan memberikan insentif bagi pelanggan yang melakukan transaksi kecil namun rutin, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dari semua segmen pelanggan.
3. Diharapkan toko perlu terus meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan stok dan memperkuat koordinasi dengan pemasok untuk meminimalkan keterlambatan pengiriman. Selain itu, mempertimbangkan adanya stok cadangan untuk barang-barang yang paling dicari juga penting agar kepuasan pelanggan tetap terjaga meskipun terjadi gangguan pasokan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Serunting M I. 2017 Skripsi: Strategi Penetapan Harga Atk Cv. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Arikunto Suharmi, 2008 Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, (Bandung: alfabeta)
- Azwar Karim A, 2012 Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta :Raja Grafindo Persada
- Creswell, J. W. Research 2022 Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. (London: Sage Publications)
- Daft, Richard L. 2016 Manajemen. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat).
- Elch, G. E., & Belch, M. A. 2020 Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. (New York: McGraw-Hill Education)
- Fa'adillah F 2021 Skripsi: Analisis Peningkatan Omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat (Metro: Institut Agama Islam Negeri (Iain)).
- Fandy Tjiptono, 2020 Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi).
- Febi Sekar Utami M, Dwi Astuti T, 2024 Omset Penjualan, Persepsi Pelaku UMKM dan Pemahaman Akuntansi terhadap Implementasi SAK EMKM I9 I I I (Journal of Management and Bussines (JOMB)) Vol 6 No 2 e-ISSN 2684-8317
- Fitriani Anisa, 2023 "Analisis Perilaku Biaya dalam Perhitungan Harga Pokok Produk dan Penetapan Harga Jual" (Jurnal SSmall Business Accounting Management and Entrepreneurship Review), Vol. 3 No. 2. e-ISSN 2775-9261
- Gronroos, Christian. 2024 Manajemen Layanan dan Pemasaran. (Jurnal Pemasaran Layanan). Vol 38, No 10, e-ISSN 0887-6045.
- Gunawan Imam, 2016 Metode Penelitian Kualitatif. Teori Dan Prektek, (Jakarta; Bumi Aksara),

- Hakim L. 2012 Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam. (Surakarta: Erlangga).
- Henry A, 2012 Prinsip dan Strategi Pemasaran. (Jakarta: Cengage Learning).
- Herdiansyah H. 2011 Metode Penelitian Kualitatif (Terbitan: Salemba Empat.).
- Ismail Ali Surunting M, 2017 Skripsi: Strategi Penetapan Harga ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Ekonomi Islam (Palembang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Unifersitas Islam Negeri Raden Fatah)
- Karim, A. A. 2022 Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer. (Jakarta: Rajawali Press).
- Kementrian Agama. 2023 Al-Qur'an hafazan (jakarta: pt alQosbah).
- Kotler P, 2002 Manajemen Pemasaran, (Jakarta : Erlanga,).
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2020 Principles of Marketing. (Boston: Pearson)
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016 Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Penerbit Erlangga),
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. 2016 Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Lamb, Charles W.,DKK. 2019 Pemasaran. (Jakarta: Salemba Empat).
- Muhammad bin Yūsuf bin Abi al-Qāsim bin Yūsuf al-'Abdarī al-Garnāfī Abu Abdillāh al-Muāq al-Mālikī, al-Tāj Wa al-Iklīl Li Mukhtaṣar Khalīl, Juz 4.
- Neuman, W. L. 2023 Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. (Boston: Pearson).
- Nilasari Senja, 2014 Manajemen Strategi Itu Gampang (Jakarta: Dunia Cerdas, P).
- Putri Rahmadhani D, 2023 "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian" (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.), Vol. 12. No. 3 e-ISSN: 2461-0593.
- Rivai A dan Prawironegoro D, 2015 Manajemen Strategi (Jakarta: Mitra Wacana Media.).
- Rizalinda. 2019 Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi. (Depok : Rajawali Pers,).
- Rozalinda M. Ag, 2015 Ekonomi Islam (Jakarta: PT Raja Grfindo Persada).
- Sari Anita N, 2022Skripsi: Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Di Kedai Kop Kini Terdapat Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Lampung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- St. Fatimah1, 2021 Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah fakultas ekonomi dan bisnis islam insttut agama islam.
- Sugiyono. 2008 Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta.).
- Sugiyono. 2013 Metode Penelitian Uantitatif Kualitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta CV.).
- Sugiyono. 2023 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: Alfabeta).
- Suminto H, 2002 Pemasaran Blak-blakan, (Batam: Inter Aksara,).
- Taufiq Nugraha R, DKK, 2022 Pengaruh Harga Barang Terhadap Omset Penjualan Di Optik Melawai Cabang Paskal 23 Bandung. (jurnal bening prodi manajemen unfersitas riau kepulaiaun batam) Vol 9 No. 2 e-ISSN 2614-499
- Tjiptono, F. 2019 Marketing Strategy. (Yogyakarta: Andi)
- Tjiptono, F. 2023 manajemen pamasaran (yogyakarta: andi)
- Wheelen, Thomas L., & Hunger, J. David. 2012 Manajemen Strategis dan Kebijakan Bisnis. (Jakarta: Erlangga).