

JASTIS FOOD

(Java Tradisional Food)

Muhamad Maulana

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

Email : Maulananana52@gmail.com

Abstrak

Java Tradisional Food adalah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual makanan khas jawa tetapi dengan nama dan tampilan yang lebih unik. Ada 2 produk andalan kami yaitu Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow yang berlokasi di Jalan Setia Jaya XI. Bisnis ini menggunakan paduan coklat, keju, gula merah, cendil, dan susu sebagai isian dari Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow. Promosi dilakukan melalui instagram, BBM, Whatsapp, Line dan Poster sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali (*Payback Period*) pada saat usaha berjalan 1 tahun 11 bulan.

Kata Kunci : Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner memang tak ada habisnya, dari sekedar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik. Perkembangan kuliner di Indonesia diwarnai oleh tiga fase yaitu *original food*, *multicultural food*, dan kuliner kontemporer yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Ada yang masih asli namun seiring perkembangan, masakan tradisional mengalami perubahan dan penyesuaian baik dari penampilan, komposisi, memasaknya, cara hidang bahkan cara menyantapnya (Yuyun Alamsyah, 2008:6). Makanan tradisional pun dapat dikreasikan menjadi makanan yang mempunyai cita rasa dan nilai jual yang tinggi. Di era globalisasi ini banyak sekali perubahan – perubahan yang terjadi, baik di sektor budaya, sosial, dan perekonomian. Ketatnya persaingan kerja menjadi salah satu faktor utama munculnya antusias manusia untuk menciptakan pekerjaan baru, salah satunya adalah berwirausaha. Mencoba kreasi makanan baru menjadi alternatif yang cukup ideal karena melihat dari setiap tahun ketahun konsumen semakin meningkat.

Dalam perkembangan globalisasi yang makin kreatif dalam segala bidangnya begitu pula dalam perkembangan dalam bidang makanan tradisional yang semakin lama semakin terbelakang dengan adanya makanan cepat saji yang sangat kreatif dan dengan cepat memnuhi pasar indonesia.

Kami berencana untuk menjual makanan dan minuman tradisional yang banyak digemari oleh adanya kreasi rasa yang kami buat dan juga terjangkau bagi masyarakat luas, Adapun rencananya antara lain :

1. KLEPON WONG INSTAGRAMEBLE
2. PUTU RAINBOW

Kami sengaja memilih makanan dan minuman tradisional tersebut karena makanan tersebut telah terhapus oleh zaman dan cita rasa indonesia semakin memudar, proses pembuatannya pun relatif mudah sehingga mampu meraih target yang diharapkan.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Melestarikan makanan khas yaitu kue Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow agar semakin dicintai seluruh masyarakat.

b. Misi

- 1) Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap kue Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow.
- 2) Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk kue Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow.
- 3) Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.

c. Tujuan Usah

- 1) kembali cita rasa kue indonesia
- 2) Memunculkan Memenuhi harapan pasar dengan menciptakan inovatif baru terhadap kue tradisional indonesia
- 3) Mengkenalkan kembali makanan tradisional dalam pasar luas
- 4) Mengangkat produk lokal agar dapat bersaing dengan produk luar negeri
- 5) Menjadi salah satu usaha kuliner yang terkenal

2. GAMBARAN USAHA

Java Tradisional Food ini merupakan usaha industri jenis rumahan yang berlokasi JL. Setia Jaya XI No.38 Jakarta Barat. Penjualan produk Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow menggunakan *mobile shop*, pemasaran dan promosi yang digunakan oleh Java Tradisional Food yaitu media online dan offline untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini. Keunikan dan keunggulan produk Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow ini memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang sedikit lebih besar dibanding pempek pada umumnya. Dan dari cara menyantapnya, yaitu tanpa menggunakan alat makan yang tidak biasa.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1. Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono dan Chandra, 2012:150).

Java Tradisional Food mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis : Java Tradisional Food memilih segmentasi usia 8 tahun ke atas.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi : menengah kebawah hingga menengah keatas.

b. Target Pasar

Target Pasar atau Pasar Sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012:162).

Java Tradisional Food memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat yang berada pada kelas ekonomi menengah dan anak sekolahan.

c. Positioning

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999).

Inovasi yang kami lakukan adalah pada cita rasa yang berbeda dari Klepon, Putu, dan Wedang Ronde yang sudah pernah ada. Pada Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow isinya terdiri atas rasa coklat, keju, susu, gula merah. Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow sangat cocok bagi mereka yang menginginkan sebuah makanan yang cepat, enak, mudah saat menyantapnya dan juga sehat.

2.2. Perkiraan permintaan

Perkiraan Permintaan Terhadap Produk

Jumlah permintaan terhadap produk sangat tergantung dari jumlah produksi produk dan tingkat penawaran produknya sendiri. Karena usaha kuliner ini belum direalisasikan dan belum ada penawaran produk ke masyarakat. Jadi, jumlah permintaan belum bisa dihitung dengan pasti hanya masih bisa diperkirakan saja.

Tabel 1. Proyeksi permintaan

Permintaan	Perkiraan permintaan perhari (porsi)	Perkiraan permintaan perbulan (porsi)	Perkiraan permintaan pertahun (porsi)
Baik	100	3.000	36.000
Sedang	70	2.100	25.200
Buruk	50	1.500	18.000

3.3. Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

3.3.1. Product (produk)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274)

Produk yang kami jual berupa Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow dibuat dengan menggunakan bahan dan isian yang berkualitas dan pilihan. Untuk kemasan, Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow dikemas menggunakan kertas roti dan kotak kembungkusnya. Kemasan kotak dan gelas sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

3.3.2. Place (tempat)

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:288). Tempat produksi dirumah pribadi yang beralamat di JL. Setia Jaya XI No.38 Jakarta Barat. Adapun lokasi penjualan Pempek Beranak akan berjualan di tempat-tempat keramaian. Dengan konsep *mobile shop* akan memungkinkan Java Tradisional Food untuk menjangkau setiap tempat keramaian tersebut dibandingkan dengan konsep *stay shop*.

3.3.3. Price (harga)

Harga adalah Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:281)

Dari beberapa pendekatan harga yang ada. Java Tradisional Food memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Java Tradisioal Food memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan

melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar **Rp 15.000,-** per porsi Klepon wong Intagrameble/Putu Rainbow dengan isi 5 Klepon wong Intagrameble/Putu Rainbow.

3.3.4. Promotion (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219). Strategi promosi dapat dilakukan melalui lima bentuk promosi yang paling dikenal yaitu periklanan, hubungan masyarakat, personal selling, promosi penjualan, dan penyaluran.

a. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk promosi yang dilakukan Java Tradisional Food dengan cara memasang Poster di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line sebagai media promosi.

b. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi public reation yang digunakan adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen dimedia *offline* maupun *online* (seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Java Tradisional food yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga teman dan masyarakat disekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Java Tradisional Food yaitu dengan memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli *3 porsi gratis 1 porsi* guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

e. Penyaluran

Lokasi bisnis Java Tradisional Food ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (*Car Free Day*) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Jakarta terutama di daerah Jakarta Barat.

3.4. Analisis Strategi

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Java Tradisional Food. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dapat terjadi dalam usaha Java Tradisional Food.

a. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani (David, Fred R., 2005:47).

3.1 Kualitas

Produk Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.

3.2 Ukuran

Pada produk Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow memiliki ukuran yang unik yaitu ukurannya sedikit lebih besar dibandingkan pempek biasa.

3.3 Desain Kemasan

Produk Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow akan dibungkus dengan pembungkus mirip seperti kotak pembungkus makanan cepat saji.

b. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan (David, Fred R., 2005:47).

1. Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
2. Jika sudah lama akan basi dan mengeluarkan lendir.
3. Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
4. Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

c. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (David, Fred R., 2005:47).

- a. Dukungan pemerintah terhadap pelestarian usaha makanan tradisional khas daerah.
- b. Kondisi ekonomi makro Indonesia yang mulai membaik.
- c. Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai makanan ini dari lapisan perkotaan hingga masyarakat pinggiran Jakarta.
- d. Meskipun permintaan masyarakat terhadap makanan manis fluktuatif, pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap makanan manis sangat tinggi, misalnya untuk keperluan hajatan, hari-hari besar dan sebagainya.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan (David, Fred R., 2005:47).

- a. Ancaman kami adalah adanya pesaing yang menjual Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow di kelas lain. Cara kami mengatasinya yaitu dengan membuat bentuk yang lebih besar, tetapi tidak mengalami kerugian dan lebih giat lagi melakukan penjualan, serta melakukan modifikasi isi.
- b. Pesaing yang meniru konsep berjualan serta konsep produk.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- | | |
|----------------------------|--|
| a. Nama Usaha | : Java Tradisional Food |
| b. Bentuk Usaha | : Perseorangan |
| c. Lokasi | : Jakarta Barat |
| d. Nama Pemilik | : Muhamad Maulana |
| e. Alamat | : Jalan Melawai 5, Jakarta Selatan |
| f. Status pemilik di Usaha | : Pemilik Usaha |
| g. E-mail | : Maulananana52@gmail.com |
| h. No. Telp | : 083872899182 |

4.2. Perijinan

Untuk perizinan usaha, Java Tradisional Food hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Java Tradisional Food juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha.

4.3. Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha Java Tradisional Food adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin di bidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan, tenaga kerja, dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1. Jenis Produk

Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah Klepon wong Intagrameble dan Putu Rainbow

5.2. Volume Produk akan dibuat

Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk berproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 200 Klepon wong Intagrameble dan 100 Putu Rainbow yang nantinya akan menjadi **60** porsi.

5.3. Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

1. Bahan yang Dibutuhkan

a) Bahan Baku

Bahan-bahan untuk membuat Klepon wong Intagrameble, Putu Rainbow, dan Wedang Rounde :

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| 1. Tepung Terigu Segitiga | 9. Gula Merah |
| 2. Tepung Ketan | 10. Jahe Emplit |
| 3. Gula Pasir | 11. Kayu Manis |
| 4. Santan | 12. Susu Carnesion |
| 5. Soda Pengembang | 13. Coklat |
| 6. Vanili | 14. Keju |
| 7. Gula Merah | 15. Air Panas |

8. Tepung Beras

b) Bahan Tambahan

1. Garam
2. Daun Pandan
3. Kelapa Parut
4. Pewarna Makanan

2. Proses Produksi

- Proses pembuatan Klepon Instagramable terdiri dari :
 - 1) Buat adonan dengan mencampurkan tepung ketan, tepung beras, dan air secukupnya lalu diuleni hingga bisa dipulung
 - 2) Setelah adonan jadi masukan isian sesuai selera adacoklat, keju, gula merah, dan susu
 - 3) Lalu rebus klepon hingga mengembang itu pertanda bahwa sudah matang.
 - 4) Setelah diangkat langsung di gulingkan di parutan kelapa
 - 5) Sajikan di kotak dengan taburan susu dan toping lainnya.
- Proses Pembuatan Putu Rainbow terdiri dari :
 - 1) Mixer dengan kecepatan tinggi telur, gula, vanili, dan sp sampai mengembang. Setelah itu masukan santan dan terigu bergantian mixer perlahan.
 - 2) Bagi beberapa bagian dan beri masing2 pewarna berbeda.
 - 3) Siapkan cetakan dan beri olesan minyak goreng tipis2. Masukan sedikit kelapa parut dan tekan2, baru masukan adonan tiap warna 1 sdm.
 - 4) Panaskan kukusan, setelah uapnya bnyak baru masukan kue. Kukus sekitar 15-20menit dan jngan lupa tutup kukusan di alasi kain bersih.
 - 5) Setelah matang, angkat dan dinginkan baru lepaskan dr cetakan.
 - 6) Sajikan dipiring dengan taburan susu di atasnya dan paruran toping

6. ANGGARAN

1. Biaya Variabel Kue Klepon dan Kue Putu

NO	BAHAN	Quantity	Harga
1	Tepung Ketan	10 kg	Rp 190.000
2	Coklat	5 batang	Rp 50.000
3	Kelapa	5 buah	Rp 30.000
4	Garam	2 bungkus	Rp 2.000
5	Gula	3 kg	Rp 50.000
6	Keju	2 kg	Rp 157.000
7	Pewarna Makanan	5 bungkus	Rp 25.000
8	Tepung Beras	10 kg	Rp 80.000
9	Gula Merah	10 buah	Rp 10.000
10	Susu carnesion	3 kaleng	RP 24.000
11	Daun Pandan	5 buah	RP 2.000
	TOTAL BIAYA VARIABEL		Rp 620.000

2. Biaya Tetap

NO	BAHAN	Quantity	Harga
1	Kompor Gas	1	Rp 250.000
2	Tabung Lpg 3 Kg	2	Rp 240.000
3	Mixer	1	Rp 60.000
4	Saringa Minyak	1	Rp 20.000
5	Kotak	100	Rp 150.000
6	Panci Besar	1	Rp 60.000
7	Panci Kecil	1	Rp 30.000
8	Pisau	2	Rp 10.000
9	Talenan	1	Rp 10.000
10	X Benner	1	Rp 100.000
11	Poster	4	Rp 30.000
	Total Biaya Tetap		Rp 960.000

- **Total biaya** Rp. 1.580.000,-

- **Proyeksi Target**
 - Perhari = Harga jual perunit x 60 Porsi
= Rp. 15.000 x 60 porsi
= Rp. 900.000,-

 - Perbulan = Hasil perhari x 1 bulan
= Rp.900.000 x 30 Hari
= Rp. 27.000.000,-

 - Pertahun = Hasil perhari x 1 tahun
= Rp. 900.000 x 348 hari
= Rp. 313.200.000

7. **PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Dalam Proposal ini saya menyimpulkan bahwa setiap usaha yang akan di dirikan harus memiliki perencanaan dan manajemen yang baik agar usaha yang akan dijalankan berhasil dan sukses. Serta agar produk yang di perdagangkan dapat diterima baik dengan konsumen. Saya harus mengadakan survey terlebih dahulu sehingga produk tersebut laku dijual di pasaran. Ada pun riciannya sebagai berikut :

- Produk yang saya pasarkan berupa makanan yang disukai masyarakat luas.
- Penulis harus menganalisis SWOT dan AIDAS.
- Penulisan harus teliti dalam mengitung anggaran agar memperoleh omset penjualan yang besar.
- Penulis harus melihat siapa saja pesaing dalam memasarkan produk.
- Penulis harus tahu sasaran pasar yang dituju.

2. **Sasaran**

Kepada pembaca proposal ini diharapkan dapat berpartisipasi agar perencanaan yang tertuang dalam proposal ini dapat di realisasikan, seperti :

- Mempertahankan cita rasa dalam resep yang dimiliki.
- Biaya yang dikeluarkan.
- Resiko kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Sari, Steven Yuniarto Surya. (2014). *Laporan Perencanaan Bisnis Pempek Kampus*.

Bandung: Universitas Kristen Maranatha.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Lima. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Warsono. (2001). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Tiga. Cetakan Pertama. Jilid Satu. Malang: Bayu Media.