

BUSINESS PLAN

LIPS CORNER



NURINDAH RAMADHINI

8105161808

PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN A

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

LIPS CORNER

(Perencanaan Pendirian Usaha Homemade Lip Scrub dan Lip Balm)

Nurindah Ramadhini

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

E-mail: nuramadhini@gmail.com

Abstrak

Lips corner adalah sebuah bisnis produk kecantikan yang memproduksi dan menjual berbagai perawatan bibir yaitu lip scrub dan lip balm dengan berbagai varian rasa. Lips Corner merupakan bisnis rumahan yang berlokasi (tempat pembuatan) di Jalan H. Rausin, Jakarta Barat dengan kualitas terbaik dan harga yang lebih terjangkau untuk semua kalangan. Promosi Lips Corner dilakukan melalui Instagram, Shopee, Tokopedia, Line dan Whatsapp sebagai media pengiklanan.

Kata Kunci: Lips Corner, Lip Scrub, Lip Balm

Abstract

Lips corner is a beauty products business that produces and sells various lip treatments that are lip scrub and lip balm with various flavor variants. Lips Corner is a home-based business located at H. Rausin Street, West Jakarta with the best quality and more affordable price for all circles. Lips Corner promotion is done via Instagram, Shopee, Tokopedia, Line and Whatsapp as advertising media.

Keywords: Lips Corner, Lip Scrub, Lip Balm

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Dilihat dari segi ekonomi individual pengangguran sangat merugikan karena setiap orang mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan kemampuan dan kesempatan kerja yang dimiliki setiap orang sangat besar. Pengangguran dapat dikurangi dengan cara menyediakan lapangan pekerjaan salah satunya dengan berwirausaha. Dengan berwirausaha berarti memberi keuntungan dalam segi ekonomi karena berpengaruh besar terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Seperti yang kita tahu kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok bagi seorang wanita, karena pastinya mereka ingin tampil cantik setiap saat. Alat-alat kosmetik sepertinya sudah tidak bisa di pisahkan lagi dalam kesehariannya, setiap beraktifitas kemanapun peralatan ini menjadi barang yang wajib untuk di bawa. Salah satu kosmetik yang hampir setiap hari dipakai adalah Lipstik, namun terlalu lama menggunakan lipstik apalagi jenis *lipstick matte* akan membuat bibir menjadi kering dan pecah-pecah. Solusi satu-satunya dari masalah ini adalah dengan menggunakan lip balm sebelum menggunakan lipstik dan juga menggunakan lip scrub sebelum tidur. Selain mencegah bibir kering dan pecah-pecah, penggunaan lip balm dan lip scrub setiap hari juga dapat mencerahkan bibir. Melihat peluang dan pangsa pasar yang masih terbuka lebar inilah saya memutuskan untuk membuat usaha rumahan pembuatan lip balm dan lip scrub alami dengan merk lipscorner. Untuk kemasan, lip balm dan lip scrub dikemas menggunakan wadah/tube yang praktis dan bisa dibawa kemana-mana.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Usaha

1.2.1 Visi :

“Menciptakan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau untuk semua kalangan dan menjadi produk kecantikan yang selalu mengikuti perkembangan zaman.”

1.2.2 Misi :

1. Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan.
2. Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan sepenuh hati.
3. Melakukan penawaran-penawaran yang menarik.

1.2.3 Tujuan Usaha

1. Mendirikan usaha rumahan yang sederhana namun menguntungkan.
2. Membantu para wanita mendapatkan lip balm dan lip scrub yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.
3. Menyebarkan semangat berwirausaha bagi generasi muda.

2. GAMBARAN USAHA

Nama usaha yang didirikan adalah Lips Corner yang merupakan usaha rumahan (*home industry*) yang berlokasi di Jl. H. Rausin No. 38 RT 05/08, Kelapa Dua, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah Lip Balm dan Lip Scrub yang memiliki berbagai varian rasa seperti Vanilla, Strawberry, dan Mint. Konsep dari usaha bisnis Lips Corner adalah mencerahkan warna bibir dan membuat bibir lembab dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau serta produk yang mudah di dapatkan.

Dengan model usaha dalam memasarkan produk ini, kita menggunakan sistem terjun langsung atau promosi melalui account official Lips Corner di Instagram, Line, Whatsapp, Tokopedia, dan Shopee. Atau *Cash On Delivery* (COD) di Kampus A Universitas Negeri Jakarta.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1. Segmentasi, *Targetting*, dan *Positioning*

3.1.1 Segmentasi

Segmentasi adalah pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. Segmentasi pasar bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. Segmentasi pasar perlu diperhatikan beberapa variabel. Pertama, segmentasi variabel Lips Corner berada di lingkungan Kampus A Universitas Negeri Jakarta dan daerah Kebon Jeruk. Kedua, segmentasi demografis Lips Corner menuju pada remaja, dewasa, bahkan lanjut usia. Ketiga, segmentasi berdasarkan perilaku, masyarakat akan merespon baik karena bahan baku yang digunakan oleh produk Lips Corner adalah bahan-bahan alami tanpa pengawet. (Purwana dan Hidayat, 2016-78)

3.1.2 *Targetting*

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).

Lips Corner menargetkan pembeli dari kalangan masyarakat menengah ke bawah dengan rentang umur 13 sampai 50 tahun. Dan menargetkan mendistribusikan produk Lips Corner ke Toko Kosmetik yang ada di wilayah perumahan warga.

3.1.3 *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 konsumen dalam kategori tertentu. (Assauri, 1999).

- a. Penetrasi Pasar: Lips Corner memberikan kupon dengan 5 stempel, setiap kali membeli akan diberikan stempel, jika kupon sudah terisi dengan 5 stempel maka akan diberikan 1 produk gratis.
- b. Pengembangan Pasar: Mendistribusikan produk Lips Corner ke Toko Kosmetik yang ada di wilayah perumahan warga.
- c. Pengembangan Produk: Membuat jenis produk baru dan inovasi varian rasa baru.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Perkiraan Permintaan Terhadap Produk

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Karena usaha kecantikan 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 (Pieces)	Perkiraan Permintaan Perbulan (Pieces)	Perkiraan Permintaan Pertahun (Pieces)
Baik	10	300	3600
Sedang	6	180	2160
Buruk	3	90	1080

3.2.2 Perkiraan Penawaran Terhadap Produk

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan atau jual pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu.

- Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing sejenis

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produk/Tahun (Pieces)
Moilips	7000
Lip lush	4500
Total	11.500
Rata-Rata	5750

3.3 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (marketing mix). Aspek dalam bauran pemasaran harus saling mendukung agar tujuan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan pencapaian sasaran.

3.3.1 Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Philip Kotler). Produk Lips Corner dibuat dari bahan-bahan alami yang dijamin mutu dan kualitasnya yang disediakan dalam kemasan wadah/tube yang tertera logo Lips Corner serta terdapat username Instagram dan Line agar konsumen dapat mengetahui informasi mengenai produk lebih detail dan dapat melakukan delivery order.

3.3.2 Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Purwana dan Hidayat, 2016:84). Harga yang diberikan penulis kepada konsumen adalah Rp. 15.000/pc untuk semua varian Lip Scrub dan Lip Balm.

3.3.3 Distribusi (*Place*)

Distribusi dilakukan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Jalur distribusi yang dipakai untuk menyalurkan produk ada 2 yaitu penyaluran langsung dan penyaluran melalui perantara Toko Kosmetik.

3.3.4 Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Promosi dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan. (Hidayat dan Purwana, 2016:93).

a. Periklanan (Advertising)

Bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui Instagram, Shopee, Tokopedia dan pemasangan benner di tempat pembuatan.



b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Bentuk promosi dilakukan dengan memberikan kupon dengan 5 stempel dan pemberian potongan jika membeli dengan jumlah yang banyak.

c. Penjualan Perorangan

Penjualan dilakukan oleh penulis langsung sebagai pemilik usaha Lips Corner dengan mempromosikannya secara langsung kepada keluarga, teman, tetangga, dan Toko Kosmetik yang ada di wilayah perumahan sekitar.

d. Hubungan Masyarakat (Public Relation)

Untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara penjual dengan pembeli serta meningkatkan citra produk yang baik dan berkualitas di mata masyarakat harus dilakukan promosi public relation. Penulis akan terus meningkatkan pelayanan dengan baik dan mempertahankan sikap ramah dan sopan agar pembeli merasa puas dan akan terus menjadi pelanggan.

3.5 Analisis SWOT

3.5.1 Strength

- Bahan-bahan yang digunakan alami dan tidak menggunakan pengawet.
- Varian rasa yang menarik.
- Harga yang terjangkau.

3.5.2 Weakness

- Produk tidak tahan lama (Maksimal 6 bulan pemakaian).

3.5.3 Opportunity

- Penjualan produk di sekitar Kampus/Universitas yang mayoritas mahasiswinya melakukan perawatan bibir.
- Varian rasa yang inovatif.
- Permintaan konsumen akan produk kecantikan yang terus meningkat.

3.5.4 Threat

- Pesaing dari produk merk ternama seperti Wardah dan Nivea.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Lips Corner
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jakarta Barat
- d. Nama Pemilik : Nurindah Ramadhini
- e. Alamat : Jalan H. Rausin, Jakarta Barat
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : nuramadhini@gmail.com
- h. No.Telp : 081296946001

4.2 Perizinan

Untuk perizinan usaha, Lips Corner hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Lips Corner juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT, RW dan masyarakat sekitar yang tinggal di dekat 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 Pempek Beranak 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 Lip Balm dan Lip Scrub.

5.2. Volume Produk akan dibuat

Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk memproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 5 Lip Scrub dan 5 Lip Balm.

5.3. Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

5.3.1 Bahan dan Peralatan

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. Gula Pasir | 4. Madu |
| 2. Extract Vanilla | 5. Olive Oil |
| 3. Pewarna Makanan | 6. Beeswax |

5.3.2 Peralatan

1. Microwave
2. Wadah/Tube
3. Centong

5.3.3 Proses Produksi

- Lip Balm

1. Campurkan beeswax dan olive oil ke dalam mangkuk tahan panas.
2. Masukkan mangkuk tahan panas berisi beeswax dan olive oil ke dalam microwave selama 15 menit.
3. Tuang campuran ke dalam mangkuk. Lalu, teteskan vanilla extract atau pewarna makanan ke dalamnya. Aduk hingga rata.
4. Selanjutnya, tuang campuran lipbalm ke dalam wadah atau tube kecil. Tunggu hingga mengeras.

- Lip Scrub

1. Campurkan gula pasir dan madu dengan perbandingan 1:1, aduk hingga tercampur rata.
2. Tambahkan 1-2 tetes olive oil, aduk rata.
3. Tambahkan extract Vanilla ataupun Pewarna Makanan sebagai varian rasa.
4. Masukkan lip scrub ke dalam wadah/tube.

5.3.4 Tenaga Kerja

Tenaga Kerja yang dibutuhkan yaitu 1 orang, berikut ini merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh calon karyawan yang akan bekerja di Lips Corner :

1. Wanita
2. Usia 17 – 25 tahun

Giak, jujur, bertanggung jawab, ulet, disiplin, dan dapat berkomunikasi dengan baik dalam bekerja.

3. Bersedia ditempatkan di bagian Produksi/Pemasaran.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Keuangan

Modal merupakan dana yang dibutuhkan dalam memulai sebuah bisnis. Modal digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva dan dan operasi dalam bisnis. Modal awal Lips Corner diperkirakan sebesar Rp 10.000.000,- .

6.2 Rencana kebutuhan modal investasi

Untuk kebutuhan modal investasi usaha Lips Corner memerlukan Modal investasi yaitu sebesar Rp 1.765.000,- .

- Tabel 3 Modal Investasi

No.	Peralatan	Harga
1.	Microwave	Rp. 1.500.000
2.	Baskom (2)	Rp. 100.000
3.	Centong (2)	Rp. 30.000
4.	Sendok Kecil	Rp. 15.000
5.	Plastik Sarung Tangan	Rp. 120.000
	Jumlah	Rp. 1.765.000

6.3 Kebutuhan modal kerja

Kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan oleh Lips Corner untuk mendukung kegiatan usahanya yaitu

- Tabel 4 Biaya Peralatan Kantor

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Kupon	Rp. 100.000
2.	Stampel	Rp. 100.000
3.	Sticker Kemasan	Rp. 100.000
	Jumlah	Rp. 300.000

- Tabel 5 Biaya Operasional Lips Corner per tahun

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Biaya Listrik	Rp. 1.500.000
2.	Biaya Transportasi	Rp. 500.000
3.	Biaya Internet	Rp. 1.200.000
	Jumlah	Rp. 3.200.000

- Tabel 6 Kebutuhan Modal Kerja/ tahun

No.	Uraian	Jumlah	Harga
1.	Gula	60 kg . Rp. 15.000	Rp. 900.000
2.	Extract Vanilla	12 kg . Rp. 100.000	Rp. 1.200.000
3.	Pewarna Makanan	12 kg . Rp. 50.000	Rp. 600.000
4.	Madu	12 kg . Rp. 100.000	Rp. 1.200.000
5.	Olive Oil	12 kg . Rp. 100.000	Rp. 1.200.000
6.	Beeswax	12 kg . Rp. 100.000	Rp. 1.200.000
7.	Wadah/tube	3600 pieces . Rp. 1.000	Rp. 3.600.000
Jumlah			Rp. 9.900.000

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting untuk untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. (Purwana, Hidayat 2016: 10)

Keterangan	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
Pendapatan penjualan	Rp. 54.000.000	Rp. 69.000.000	Rp. 84.000.000
Modal investasi	Rp. 10.000.000	Rp. 0	Rp. 0
Biaya tetap:			
Microwave	Rp. 1.500.000	Rp. 1.700.000	Rp. 1.900.000
Baskom	Rp. 100.000	Rp. 150.000	Rp. 225.000
Centong	Rp. 30.000	Rp. 45.000	Rp. 67.000
Sendok Kecil	Rp. 15.000	Rp. 20.000	Rp. 25.000
Plastik Sarung Tangan	Rp. 120.000	Rp. 125.000	Rp. 130.000
Depresiasi	Rp. 186.000	Rp. 186.000	Rp. 186.000
Total biaya tetap	Rp. 1.951.000	Rp. 2.226.000	Rp. 2.533.000
Biaya variabel:			
Biaya listrik	Rp. 1.500.000	Rp. 2.100.000	Rp. 2.400.000
Biaya transportasi	Rp. 500.000	Rp. 580.000	Rp. 620.000
Biaya internet	Rp. 1.200.000	Rp. 1.300.000	Rp. 1.400.000
Biaya perlengkapan kantor	Rp. 300.000	Rp. 320.000	Rp. 340.000
Total biaya variabel	Rp. 3.500.000	Rp. 4.300.000	Rp. 4.760.000
Total biaya	Rp. 5.451.000	Rp. 6.526.000	Rp. 7.293.000

6.4.1 Payback Period

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Semakin kecil periode atas pengembaliannya, maka akan semakin cepat pula proses pengembalian suatu investasi dari usaha tersebut (Hidayat dan Purwana 2016, h.150).

$$PP = \frac{\text{Jumlah investasi}}{\text{Arus kas bersih/tahun}}$$

Jumlah Investasi Rp. 1.765.000

Arus kas tahun ke-1 Rp. 38.649.000

$$PP = \frac{\text{Rp. 1.765.000}}{\text{Rp. 38.649.000}} \times 360 \text{ Hari}$$

$$= 16 \text{ Hari}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapatkan bahwa Payback Period pada usaha Lips Corner selama 16 Hari.

6.4.2 Net Present Value

Net Present Value (NPV) merupakan analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. Analisis ini dapat dilihat dengan menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Hidayat dan Purwana 2016, h.133).

$$\text{Rp. } \frac{38.649.000}{1+1} + \text{Rp. } \frac{52.474.000}{(1+1)^2} + \text{Rp. } \frac{66.607.000}{(1+1)^3} - \text{Rp. } 1.765.000$$

$$\text{Rp. } 19.324.500 + \text{Rp. } 13.118.500 + \text{Rp. } 8.325.875 - \text{Rp. } 1.765.000 = \text{Rp. } 39.003.875$$

Hasil NPV dari Lips Corner sebesar Rp. 39.003.875,- dan mempunyai bernilai positif, maka investasi Lips Corner layak atau dapat diterima.

6.5 Analisis Keuntungan

Break Even Point

Break Even Point ditentukan berdasarkan titik impas (Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Puding menurut Hidayat Purwana, Buku Studi Kelayakan Bisnis:

BEP dalam Unit

- Tahun 2018 = 465 Unit
- Tahun 2019 = 528 Unit
- Tahun 2020 = 567 Unit

BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018 = Rp. 6.974.500
- Tahun 2019 = Rp. 7.920.000
- Tahun 2020 = Rp. 8.505.000

6.6 Laporan keuangan

6.6.1 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba/ Rugi adalah laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu (Hidayat dan Purwana 2016, h.150)

- Tabel 6 Laporan Laba Rugi selama periode 3 tahun

Keterangan	2018	2019	2020
Pendapatan	Rp. 54.000.000	Rp. 69.000.000	Rp. 84.000.000
Biaya Bahan Baku	Rp. 9.900.000	Rp. 10.000.000	Rp. 10.100.000
Biaya Perlengkapan	Rp. 1.765.000	Rp. 2.040.000	Rp. 2.347.000
Biaya lain-lain	Rp. 3.500.000	Rp. 4.300.000	Rp. 4.760.000
Biaya depresiasi	Rp. 186.000	Rp. 186.000	Rp. 186.000
Laba bersih	Rp. 38.649.000	Rp. 52.479.000	Rp. 66.607.000

6.6.2 Laporan perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan laporan yang berisi catatan terjadinya perubahan modal di perusahaan (Hidayat dan purwana 2016, h.148)

- Tabel 7 Laporan Perubahan Modal selama periode 3 tahun.

Keterangan	2018	2019	2020
Modal Awal	Rp. 10.000.000	Rp. 48.649.000	Rp. 101.123.000
Laba Bersih	Rp. 38.649.000	Rp. 52.479.000	Rp. 66.607.000
Modal Akhir	Rp. 48.649.000	Rp. 101.123.000	Rp. 167.730.000

7. PENUTUP

Dari proposal usaha ini dapat diambil kesimpulan bahwa membuka usaha lip balm dan lip scrub ini dapat menghasilkan laba yang tinggi dengan modal yang tidak banyak. Untuk mencapai kesuksesan, dalam setiap usaha diperlukan semangat yang tinggi dan tidak menyerah apapun kendala yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

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.

Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.