

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA  
INDUSTRI KERAJINAN ALUMINIUM DENGAN  
MENGUNAKAN METODE SWOT  
(Studi Kasus Kerajinan Aluminium H. Kardi)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana  
Program Strata-1 Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Palembang**

**Oleh**

**DONI SYAPUTRA**

**152015011**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
2019**

## SKRIPSI

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN ALUMINIUM DENGAN MENGUNAKAN METODE SWOT (Studi Kasus Kerajinan Aluminium H. Kardi)

Dipersembahkan dan disusun oleh :

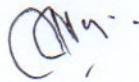
**DONI SYAPUTRA**

152015011

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Agustus 2019  
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama,

Dewan Penguji :



Ir. H. A. Ansyori Masruri, MT



1. Merisha Hastarina, S.T., M.Eng



2. Nidya Wisudawati, ST., M.T.M.Eng

Laporan Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T)

Palembang, 27 Agustus 2019  
Program Studi Teknik Industri



Merisha Hastarina, S.T., M.Eng  
NBM/NIDN: 1240553/0230058401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
Jl. Jenderal A Yani 13 Ulu Palembang 30623, Telp. (0711) 518764.  
Website : Ft.umpalembang.ac.id/industri

*Bismillahirrahmanirrahim*

Nama : DONI SYAPUTRA

NIM : 152015011

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA INDUSTRI  
KERAJINAN ALUMINIUM DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SWOT (Studi Kasus Kerajinan Aluminium H.  
Kardi)

Telah Mengikuti Ujian Sidang Sarjana Program Studi Teknik Industri Periode Ke-  
3 Tanggal Dua Puluh Agustus Tahun Dua Ribu Sembilan Belas.

Menyetujui,  
Pembimbing Utama

Palembang, 27 Agustus 2019

Pembimbing Pendamping

Ir.H. A. Ansyori Masruri, MT  
NIDN : 0220125801

Devie Oktarini, ST., M.Eng  
NIDN: 0226108203

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Teknik

Ketua Program Studi  
Teknik Industri



Dr. Ir. Kgs. A. Roni, M.T  
NBM/NIDN: 7630449/227077004



Merisha Hastarina, S.T., M.Eng  
NBM/NIDN: 1240553/0230058401

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Motto :*

*Hidup bukan tentang seberapa besar kesalahan yang pernah kau lakukan, tapi tentang bagaimana kamu memperbaiki diri dengan penuh kesadaran.*

*(Bimbim)*

*Berjuang adalah motivasi bagi saya karena hidup didunia ini tidak akan semudah yang kau bayangkan, Maka berjuanglah selagi kau mampu dan berdoalah selagi kau dalam keadaan senang maupun susah. ( Doni Syaputra )*

*Puji Syukur selalu saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunianya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.*

*Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang terdekat khususnya keluarga saya:*

- ❖ Kedua Orang Tuaku Tercinta ( Bpk. Sugitno dan Ibu Idar Royani )*
- ❖ Adik Adiku yang saya sayangi ( Meliana Syaputri, Januar Kristianto, Nadia juliani, Wulan Meilani ). Yang selalu memberikan semangat dan doa yang terbaik buat kakaknya.*
- ❖ Sahabat Seperjuangan Teknik Industri Angkatan 2015*
- ❖ Almamater Hijauku*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Analisis Strategi Pemasaran Usaha Industri Kerajinan Alumunium Dengan Menggunakan Metode *SWOT* (Studi Kasus Kerajinan Alumunium H. Kardi).

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Teknik Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Kgs. A.Roni, M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Ibu Merisha Hastarina.S.T.,M.Eng Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Ir. H, A. Ansyori Masruri,MT. Selaku Pembimbing Utama Skripsi Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang

5. Ibu Devie Oktarini, S.T., M,Eng. Selaku Pembimbing Pedamping Skripsi  
Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang
6. Ibu Nidya Wisudawati.S.T.,M.T.,M.Eng selaku Sekretaris Program Studi  
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak H. Kardi Selaku Orang yang mempunyai usaha kerajinan  
alumunium

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan

Palembang Agustus 2019

Penulis

**DONI SYAPUTRA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Palembang Agustus 2019

Mahasiswa



DONI SYAPUTRA

152015011

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN ALUMUNIAM DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT (Studi Kasus Kerajinan Alumuniam H. Kardi)**

**DONI SYAPUTRA**

Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : [donisyaputra942@gmail.com](mailto:donisyaputra942@gmail.com)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, guna meningkatkan penjualan produk sehingga dapat bersaing dipasaran. Untuk menyusun IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS pada usaha kerajinan alumuniam setelah dianalisis dengan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT yaitu analisis yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada di usaha tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi, dan wawancara kepada orang yang mempunyai usaha tersebut. Hasil analisis IFAS adalah sebesar 3,00 bahwa posisi strategi usaha kerajinan alumuniam ini pada posisi yang kuat, dimana faktor faktor yang paling kuat adalah harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan keterampilan tenaga kerja. Hasil EFAS sebesar 2,99 dimana posisi ini adalah posisi menengah dari faktor eksternal, artinya masih banyak yang bisa dilakukan guna memanfaatkan peluang yang ada. Hasil matrik IE menunjukkan bahwa posisi usaha kerajinan alumuniam ini berada pada posisi kolom IV, dimana strategi yang dapat dipilih untuk dijalankan pada usaha tersebut adalah strategi integrasi horizontal dan stabilitas.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Matrik IE, IFAS dan EFAS



**ABSTRACT**

**ANALYSIS OF BUSINESS MARKETING STRATEGY OF ALUMINUM CRAFT USING  
THE SWOT METHOD**

*(Case Study H. Kardi Aluminum Crafts)*

DONI SYAPUTRA

Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : [donisyaputra942@gmail.com](mailto:donisyaputra942@gmail.com)

The purpose of this study is to find out strengths, weaknesses, opportunities, threats, in order to increase product sales so that they can compete in the market. To compile IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS for aluminum craft business after being analyzed with SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). This study uses the SWOT analysis method, which is an analysis that identifies existing internal and external factors in the business. Data is collected through observation, and interviews with people who have the business. The results of IFAS analysis are 3.00 that the position of the aluminum craft business is in a strong position, where the strongest factor is the price offered is quite affordable and the skills of the workforce. EFAS results are 2.99 where this position is an intermediate position from external factors, meaning that there is still much that can be done to take advantage of the opportunities. The results of the IE matrix show that the position of this aluminum handicraft business is in the position of column IV, where the strategy that can be chosen to run in the business is a strategy of horizontal integration and stability.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, IE Matrix, IFAS and EFAS

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DONI SYAPUTRA

NIM : 152015011

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA INDUSTRI  
KERAJINAN ALUMUNIUM DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
SWOT (Studi Kasus Kerajinan Alumunium H. Kardi)

Memberikan izin kepada Pembimbing dan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk mempublikasikan hasil penelitian saya untuk kepentingan akademik. Dalam kasus ini saya setuju untuk menempatkan Pembimbing sebagai penulis korespondensi (Corresponding author)

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Palembang Agustus 2019

[ DONI SYAPUTRA]

152015011

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Strategi Pemasaran.....	6
2.1.1 Definisi Strategi Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.2 Promosi Pemasaran .....	9
2.2.1 Tujuan strategi pemasaran .....	11
2.2.2 Tipe-Tipe Strategi Pemasaran.....	11

2.2.3 Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	12
2.3 Hubungan Dengan Produk .....	14
2.3.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.3.2 Komunikasi .....	17
2.3.3 Transaksi .....	19
2.3.4 Tingkat Pengetahuan Produk .....	19
2.4 Analisis SWOT .....	20
2.4.1 Rangkuman Faktor Internal Dan Eksternal.....	21
2.4.2 Analisis Lingkungan Internal.....	23
2.4.3 Analisis Lingkungan Eksternal .....	24
2.4.4 Perumusan strategi pemasaran .....	24
2.5 Matriks SWOT .....	26
2.5.1 Matrik Internal Eksternal (IE) .....	27
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.1.1 Tempat .....	29
3.2.2 Waktu .....	29
3.2 Jenis Data .....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Metode Pengolahan Data .....	31
3.4.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	31
3.4.2 Teknik Pembobotan .....	32
3.4.3 Teknik Peringkat (Rating).....	32
3.4.4 Matrik IE (Internal Eksternal).....	33
3.4.5 Analisis SWOT .....	33
3.5 Diagram Alir .....	34
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Profil Umum Ukm.....	35
4.1.1 Jenis Produksi Yang Dihasilkan .....	36
4.2 Pengumpulan Data .....	38
4.2.1 Perhitungan Hasil IFAS Dan EFAS.....	40

4.2.2 Pembobotan Skor .....	42
4.3 Penentuan Matrik Internal Eksternal.....	43
4.3.1 Hasil Produksi Alumunium.....	44
4.4 Matrik SWOT.....	45
4.4.1 Analisis Matrik Swot Untuk Strategi SO .....	46
4.4.2 Analisis Matrik Swot Untuk Strategi WO .....	46
4.4.3 Analisis Matrik Swot Untuk Strategi ST .....	46
4.4.4 Analisis Matrik Swot Untuk Strategi WT .....	46
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran.....	48
Daftar Pustaka .....	49
<b>Lampiran</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Pelaksanaan Penelitian .....	32
Gambar 4.1 Lokasi tempat penelitian .....	33
Gambar 4.2 Jenis produksi panci .....	34
Gambar 4.3 Jenis produksi dandang yang belum jadi.....	35
Gambar 4.4 Jenis produksi dandang yang sudah jadi .....	35

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh tabel IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	21
Tabel 2.2 Contoh tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	22
Tabel 2.3 Contoh Matrik SWOT.....	26
Tabel 2.4 Matrik Internal Eksternal (IE).....	27
Tabel 4.1 Pemberian nilai bobot dan rating IFAS.....	36
Tabel 4.2 Pemberian nilai bobot dan rating EFAS .....	37
Tabel 4.3 IFAS kekuatan dan kelemahan .....	38
Tabel 4.4 EFAS peluang dan ancaman .....	39
Tabel 4.5 Penentuan Internal Eksternal matrik kerajinan alumunium.....	41
Tabel 4.6 Hasil Produksi Kerajinan Alumunium.....	42
Tabel 4.6 Matrik SWOT strategi kerajinan alumunium.....	43

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha industri kerajinan alumunium yang ada di kecamatan talang ubi timur kabupaten pali ini dilakukan oleh tenaga kerja ahli khususnya di usaha kerajinan alumunium H. Kardi yang mana industri ini memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada untuk dapat bersaing dipasaran dan mengatasi ancaman maupun kelemahan yang akan berdampak pada penjualan dan persaingan pasar yang akan menyebabkan kurangnya minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Kerajinan alumunium ini sendiri masih sangat minim dalam hal proses produksi yang masih menggunakan tenaga para pekerja atau manual beda hal nya dengan kerajinan alumunium yang sudah ada yang telah menggunakan mesin dalam hal proses produksi dengan tingkat ketahanan atau kekuatan yang tahan lama, usaha kerajinan alumunium ini merupakan usaha yang banyak dilakukan di kecamatan talang ubi khususnya di kecamatan talang ubi timur tepatnya di desa Kebun Sayur Gang Pasundan yang mana usaha tersebut dilakukan.

Semakin banyaknya bisnis usaha yang berkembang, khususnya bisnis *home industry* kerajinan alumunium, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain. Dalam bidang pemasaran,



kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau sering disebut dengan loyalitas pelanggan.

Pada dasarnya setiap industri kerajinan mempunyai strategi dalam usaha namun bisa terjadi seorang pemimpin usaha kecil menengah (UKM) tidak menyadarinya. Strategi merupakan tindakan yang bersifat kontinyu dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, sehingga dibutuhkan kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumsi para konsumen yang didukung oleh kompetensi inti (*core competencies*) industri kerajinan aluminium. Produksi ini masih belum menerapkan promosi terhadap produk yang dibuat yang mana dengan adanya promosi dapat menarik minat masyarakat terhadap produk lokal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka didapatkan permasalahan yang ingin diteliti, yaitu:

1. Bagaimana peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan, yang dihadapi dalam mengembangkan industri kerajinan alumunium sehingga dapat bersaing dipasaran ?
2. Bagaimana usaha yang harus dilakukan dalam pengembangan industri kerajinan alumunium sehingga nilai produktivitas industri tersebut dapat meningkat ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi yang tepat untuk pemasaran produk panci dan dandang yang diproduksi
2. Faktor yang mempengaruhi produktivitas dari kerajinan alumunium pada saat proses produksi berlangsung

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana persaingan pasar dengan menggunakan metode swot
2. Untuk Mengetahui usaha yang harus dilakukan dalam pengembangan industri kerajinan alumunium

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas dari setiap masing masing produk yang akan di pasarkan
2. Dapat mengetahui perkembangan kekuatan dan kelemahan dari industri kerajinan alumunium
3. Dapat mengetahui tingkat produktivitas perkembangan kerajinan alumunium yang ada di daerah tersebut

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Laporan skripsi ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini memuat uraian singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan kajian literatur yang mendasari masalah yang diteliti.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai objek penelitian tempat dan waktu, sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan diagram alur penelitian.

### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan secara lengkap atas segala hasil dan kajian secara menyeluruh yang saling berkaitan dengan rumusan masalah.

### **BAB 5 PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari semua tahapan selama penelitian dan sara-saran yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 5.2 Saran

1. Lebih memperbanyak promosi terhadap produk yang dihasilkan ke masyarakat luas melalui peningkatan penjualan dengan melakukan harga yang disertai diskon kecil-kecilan
2. Menambah tenaga kerja ahli guna menghasilkan produk yang lebih banyak sebagai antisipasi suatu waktu akan adanya permintaan yang melonjak

## DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran/Strategi pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers

Charles E, Bamfor. 2010. *Strategy: Sustainable Advance and Performance. Canada: South Western Cengage Learning.*

Aulia, Dewi dan Ikhwana, Andri. 2012. Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode *Balanced Scorecard* ( Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra). Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Garut. Vol.10, No.1

Hutama, Cristanto Leona, Subagio. 2014 Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai variabel Intervening. Jurnal *Manajemen Pemasaran Petra*,

J. Paul Peter, Jerry C. Olson 2013. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran Edisi 9-buku 1/*consumer behavior* dan *marketing strategy*,9th ed.

Kotler, P. And Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, 15th Edition. United States Of America: Pearson*

Kennedy, John E. 2014. *Marketing Communication: Taktik & Strategi*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Cummins, Julian and Mullin, Roddy. 2014. *Sales Promotion*, London and Philadelphia: Kogan Page

Rangkuti, Freddy 1997. Riset pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip dan Keller, K.,L 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Rangkuti, Freddy 2012 *Analisis Matrix SWOT* dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan.

David, Fred R. 2011. *Strategic Management Strategi Konsep*, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat.

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Utama, Jakarta

Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks

Freddy Rangkuti, 2013 *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama