

SISTEM INFORMASI PEMASARAN SEPEDA MOTOR MERK YAMAHA JENIS R15 PADA PT HASJRAT ABADI CABANG KOTAMOBAGU

Herry Mokoginta

ABSTRAK

Permasalahan yang timbul ditempat penelitian yaitu Sistem Informasi Pemasaran Sepeda Motor Merk Yamaha Jenis R15 belum dikenal oleh semua kalangan masyarakat khususnya para pelanggan, Oleh sebab itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Sistem Informasi Pemasaran Sepeda Motor Merk Yamaha Jenis R15 Pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

Manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan pembeli (*target buyer*) dengan maksud untuk tujuan organisasi. Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi sipenerima dan mempunyai nilai yang nyata atau yang dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang.

Metode analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian yaitu metode analisa deskriptif dan kualitatif yaitu menjelaskan tentang waktu di sistem informasi pemasaran sepeda motor merk Yamaha Jenis R15 Pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

Hasil penelitian tahap dalam menjual produk : tahap pengenalan terdiri dari *product, promotin, place, price, power, public relations*, distribusi, dan tahap pertumbuhan, pengambilan keputusan. Waktu normal diartikan sebagai waktu yang diperlukan oleh pekerja karyawan (sales) yang berpengalaman untuk menjual produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dan bekerja pada kecepatan normal rata-rata perhari waktu normal adalah 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 yang laku terjual. Hasil perhitungan faktor kelonggaran yang diperlukan karyawan khususnya sales yang dipekerjakan berdasarkan target PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu maka waktu yang telah diberikan selama 4 bulan atau 120 hari karyawan boleh ijin karena kedukaan atau sakit sesuai waktu yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu tugas 120 hari faktor kelonggarannya adalah 2,5 % ditambahkan rumus 1 sehingga memperoleh hasil akhir 3,5 % atau 3 hari.

Kesimpulan perhitungan waktu standar (ST) apabila karyawan (sales) Waktu normal (Net time) = 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 per hari penjualan dikali Waktu tugas $AF = 3,5 \%$ atau 3 hari diperoleh waktu 3 hari. Artinya standar waktu normal penjualan satu hari 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 karena karyawan kedukaan atau sakit maka kemampuan untuk menghasilkan penjualan produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dalam 3 hari hanya menghasilkan 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15. Dan hal ini mempengaruhi dampak pendapatan pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu. Dari hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa sistem informasi pemasaran produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 sudah berjalan dengan baik karena target penjualan yang dilakukan sales sudah mencapai target sesuai standar waktu normal yang ditetapkan oleh PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

Kata Kunci : Sistem Informasi Pemasaran

PENDAHULUAN

Manajemen merupakan suatu proses yang direncanakan dengan baik dan dikerjakan oleh tim organisasi secara terus menerus sehingga sasaran ataupun tujuan yang diinginkan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Sistem informasi pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dalam memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Sistem yang ada diperusahaan menentukan kemajuan atau sebaliknya kemunduran perusahaan. Sehingga informasi yang disampaikan atau diterima adalah informasi yang baik dan benar sesuai dengan kejadian atau keadaan yang nyata.

Informasi sangat dibutuhkan dalam pengelolaan atau pun pengembangan usaha. Informasi mempunyai peran dalam aktivitas input, proses, output data yang menjadi bagian faktor kelancaran dalam komunikasi antar individu. Sehingga adanya informasi perusahaan lebih mudah dalam menjalankan usahanya. sistem informasi manajemen merupakan kumpulan dari sub-sub sistem yang saling terintegrasi dan berkolaborasi untuk membantu manajemen dalam menyelesaikan masalah dan memberikan informasi yang berkualitas kepada manajemen dengan cara mengolah data dengan komputer sehingga bernilai tambah dan bermanfaat bagi pengguna, atau dengan kata lain sistem informasi manajemen merupakan suatu sistem informasi berbasis komputer yang digunakan oleh manajemen untuk proses data dan memberikan informasi yang berkualitas.

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu merupakan perusahaan dagang yang menjual kendaraan mobil dan motor Yamaha dengan berbagai jenis kualifikasi dan desain satu sama lain berbeda dan menarik daya beli para pelanggan dari waktu ke waktu. Hadirnya perusahaan ini membantu dan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian kendaraan motor Merk Yamaha Jenis R15 seperti yang diangkat penulis dalam penelitian ini. Walaupun jenis motor Merk Yamaha Jenis R15 belum banyak diketahui dan dibeli oleh masyarakat pada umumnya.

Motor Merk Yamaha Jenis R15 adalah salah satu jenis produk motor keluaran terbaru cocok untuk para kaula muda dengan

desain dan penampilan menarik yang baru dipromosikan dan dipasarkan untuk mengimbangi produk-produk baru lainnya dari perusahaan pesaing. Untuk memenangkan persaingan PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu selalu berinovasi dalam peluncuran atau loncing produk baru.

mendahului K dan L. Dengan demikian, LF dari J dan H dapat dicari dari LS kegiatan K dan L. LS dari K dan L sama yaitu 27 sehingga tidak menimbulkan masalah karena memilih yang mana saja, angkanya tetap sama. Akan tetapi pada gambar dibawahnya ditunjukkan bahwa A mendahului tiga kegiatan yaitu B, D, dan E yang terkecil. Sehubungan dengan itu, LF dari A dapat diperoleh dari LS kegiatan B, D, dan E yang terkecil, dalam hal ini LS dari B, yaitu 1 (LS dari D dan E yaitu 15 tidak memenuhi kriteria karena lebih besar dari pada LS kegiatan B).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian yaitu metode analisa deskriptif dan kualitatif yaitu menjelaskan tentang waktu di sistem informasi pemasaran sepeda motor merk Yamaha Jenis R15 Pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

PEMBAHASAN

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu menjadi salah satu tempat pilihan masyarakat khususnya para pelanggan kendaraan sepeda motor merk Yamaha jenis R15. Jenis sepeda motor merk Yamaha R15 merupakan keluaran baru cocok untuk para kaula muda. Dengan spesifikasi, fitur yang menarik serta accessories sepeda motor merk Yamaha jenis R15 sangat menarik minat pembeli.

Hadirnya PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu membantu masyarakat dalam penyediaan fasilitas kendaraan yang masih tergolong terjangkau harganya dan banyak jenis serta pilihan produknya. Dengan pilihan sepeda motor merk Yamaha jenis R15 warna biru, warna putih, warna silver, menjadikan para pelanggan lebih mudah memilih jenis kendaraan kesukaannya.

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu selalu berinovasi dalam menjual produk disetiap tahunnya, sehingga banyak

para pelanggan yang menyukai produk Yamaha. Selain inovasi produk yang dilakukan setiap tahunnya, PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu menjalankan sistem pemasaran dengan cepat dan mudah dimengerti oleh pelanggan. Salah satu sistem informasi pemasaran yang dilakukan yaitu penggunaan fasilitas media masa televisi, media cetak berupa majalah tahunan dan brosur yang langsung dibagi-bagikan kepada pelanggan.

Tahap Pekerjaan Yang Diamati Dalam Sistem Informasi Pemasaran Sepeda Motor Merk Yamaha Jenis R15 Pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu melakukan beberapa tahap dalam menjual produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 antara lain :

1. Tahap Perkenalan

Tahap perkenalan yang dilakukan oleh PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu adalah dengan memperhatikan serta melakukan pengamatan perkembangan terhadap :

a. P r o d u c t

Produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 diperkenalkan dan dilakukan prosen louncing produk dengan tampilan yang menarik dengan spesifikasi yang bisa langsung diketahui pelanggan.

b. P r o m o t i o n

Promosi secara berangsur dan terus menerus memperkenalkan jenis R15 yang diluncurkan sebagai produk baru, melalui media masa (iklan TV) dan media cetak (Koran).

c. P l a c e

Tempat penjualan atau showroom atau outlet penjualan sepeda motor merk Yamaha jenis R15 juga menentukan keberhasilan dalam proses penjualan serta sales yang menjadi perantara dilingkungan para pelanggan.

d. P r i c e

Harga yang terjangkau dengan kualitas produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 menjadi salah satu faktor minat membeli para pelanggan PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

e. P o w e r

Kekuatan atau kemampuan PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu dalam penyediaan produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya pada saat pelanggan membeli produk yang diinginkan maka tersedia produknya sesuai pilihan pelanggan.

f. P u b l i k R a l a t i o n s

Hubungan baik antara PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu dengan para pelanggan sangat membantu memperkenalkan sepeda motor merk Yamaha jenis R15 lebih cepat dan efektif.

g. D i s t r i b u s i

Distribusi atau penyaluran produk memperkenalkan sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dengan cara face to face. Artinya pada saat ada pelanggan membeli sepeda motor merk Yamaha jenis R15 perusahaan mengantar langsung kendaraan yang dibeli tersebut. Dan selain itu PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu membuat unit-unit kecil diberbagai daerah yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

2. Tahap Pertumbuhan

Pada saat tahap pertumbuhan PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu mengalami peningkatan secara terus menerus sehingga perluasan wilayah penjualan setiap tahun bertambah di daerah-daerah yang diperkirakan strategis untuk menjual produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15.

3. Pengambilan Keputusan

Dalam hal pengambilan keputusan PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu mempertimbangkan berbagai hasil survei seperti kelayakan pelanggan dalam membeli produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15.

Jenis sampel Sepeda Motor Merk Yamaha Jenis R15 Dengan Spesifikasi PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu adalah perusahaan dagang yang menjual produk Yamaha dengan berbagai jenis sepeda motor. Salah satu sepeda motor

merk Yamaha yang diteliti yaitu Jenis R15 dengan spesifikasi sebagai berikut :

1. Dimensi
 - PXLXT : 1975X660X1070 mm
 - Jarak sumbu roda : 1345 mm
 - Jarak terendah ketanah : 160 mm
 - Tinggi tempat duduk : 800 mm
 - Berat isi : 136 Kg
 - Kapasitas Tangki Bensin : 12 L
2. Mesin
 - Tipe mesin : Bependingin Cairan, 4 stroke, SOHC
 - Jumlah/Posisi silinder : Single/Tegak
 - Isi silinder/CC : 149,80 cm³
 - Diameter X Langkah : 57,0 x 58,7 mm
 - Perbandingan kompresi : 10,4:1
 - Daya maksimum : 12,2 KW @8500r/min
 - Torsi maksimum : 14,5 Nm@7500r/min
 - Sistem starter : Wets sump
 - Kapasitas oli mesin : Total = 1,15 L, berkala = 0,95 L
 - Ganti Filter Oli : 1,00 L
 - Sistem bahan bakar : Fuel Injection
 - Tipe kopling : Basah/multiplat
 - Tipe transmisi : Constant mesh 6-sped
 - Pola pengoperasian Transmisi : 1-N-2-3-4-5-6
3. Rangka
 - Tipe rangka : Diamond
 - Supensi depan : Telescopic fork
 - Suspensi Belakang : Swingarm (link suspension)
 - Ban depan : 90/80-17 M/C 46P
 - Ban belakang : 130/70-17 M/C 62P
 - Rem depan : Single disc brake
 - Rem belakang : Single disc brake
4. Kelistrikan

- Sistem pengapian : TCI
- Battery : GTZ4V
- Tipe Busi :
- NGK/CR9E

Hasil Pengamatan Dan Hitung Rata-Rata Waktu Diamati PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

Pada saat melakukan pengamatan dibutuhkan perhitungan rata-rata waktu yang digunakan untuk proses louncing (peluncuran) produk baru sepeda motor merk Yamaha jenis R15. Cara yang digunakan pada penelitian ini yaitu dalam satu minggu sampai dengan satu bulan berapa banyak produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 yang laku terjual pada pelanggan.

Survei dilakukan dengan cara mendata langsung jumlah pembeli produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 kemudian dimasukan data penjualan dari PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu. Berikut data-data yang diperoleh dari PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu :

Data :

Penjualan sepeda motor merk Yamaha jenis R15 Selama Bulan Januari, Februari, Maret, April = 4 Bulan

Bulan Januari 2019	30	unit
Bulan Februari 2019	28	unit
Bulan Maret 2019	32	unit
Bulan April 2019	32	unit
Total	122	unit

sepeda motor merk Yamaha jenis R15

Rumus :

$$X' = \frac{\sum X}{n}$$

$$= \frac{\sum 122 \text{ Unit}}{4 \text{ Bulan}}$$

31 unit rata-rata penjualan/bulan

Dimana : X' adalah rata-rata waktu
 $\sum X$ adalah total penjualan
 n adalah bulan

Dari hasil pengamatan dan hitung rata-rata waktu diamati PT Hasjrat Abadi

Cabang Kotamobagu diketahui bahwa untuk penjualan produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 selama 4 bulan total penjualan 122 unit sehingga rata-rata penjualan perbulan diperoleh 31 unit.

Peringkat Kinerja Performance Rating (RR) Pekerja PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu meluncurkan produk baru dengan standar target penjualan yang sudah ditentukan perusahaan. Seperti pada saat karyawan bekerja (sales) mempunyai target yang telah ditetapkan perusahaan. Apabila target yang ditetapkan tidak terealisasi maka karyawan tersebut tidak mendapat bonus sesuai aturan yang ditetapkan. Peningkatan kinerja karyawan pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu menjadi bagian terpenting dalam proses evaluasi standar pencapaian target penjualan misalnya dalam satu minggu target penjualan yang harus dicapai 5 unit sampai 10 unit sepeda motor merk Yamaha jenis R15.

Data :

Peringkat kinerja performance rating (RR) pekerja = 31 unit penjualan/minggu

Waktu normal adalah 4 bulan

Peringkat kinerja performance rating (RR) pekerja jumlah produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 yang laku terjual, lalu hitung waktu normal normal time (NT) dengan menggunakan rumus :

$$NT = X' \times (PR/100)$$

$$= 31 \times 4$$

$$= 124/100$$

$$= 1,24 \text{ atau } 1 \text{ unit produk sepeda}$$

motor merk Yamaha jenis R15 per hari penjualan.

Waktu normal diartikan sebagai waktu yang diperlukan oleh pekerja karyawan (sales) yang berpengalaman untuk menjual produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dan bekerja pada kecepatan normal rata-rata perhari waktu normal adalah 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 yang laku terjual.

Tetapan faktor kelonggaran PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu memberikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan standar dan

bidang pekerjaan karyawan masing-masing. Pada saat bekerja proses kemudahan atau pun kesulitan bisa dijumpai dan harus dibuatkan pemecahan masalah, sehingga diperlukan pemecahan masalah seperti faktor kelonggaran dalam mencapai target penjualan.

Faktor kelonggaran diperlukan untuk mencakup kegiatan yang tertunda karena keperluan pribadi pekerja seperti adanya duka, atau sakit dan masuk rumah sakit yang tidak bisa dihindari. Sehingga target penjualan tidak dapat tercapai.

Data :

Waktu untuk target penjualan 4 bulan x rata-rata 30 hari = 120 hari

Toleran Kelonggaran A adalah 3 hari = $3 \times 100 / 120 = 2,5 \%$

Rumus :

$$AF = 1 + A \text{ dimana AF}$$

dinyatakan dalam % dari waktu tugas

$$= 1 + 2,5 \%$$

$$= 3,5 \%$$

Dari hasil perhitungan faktor kelonggaran yang diperlukan karyawan khususnya sales yang dipekerjakan berdasarkan target PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu maka waktu yang telah diberikan selama 4 bulan atau 120 hari karyawan boleh ijin karena kedukaan atau sakit sesuai waktu yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu tugas 120 hari faktor kelonggarannya adalah 2,5 % ditambahkan rumus 1 sehingga memperoleh hasil akhir 3,5 % atau 3 hari.

Hitung waktu standar (ST, standard time) PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

Standar time adalah standar waktu yang ditetapkan oleh perusahaan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab pekerjaan karyawan. Pada penelitian ini penulis memfokuskan standar waktu tugas dan tanggung jawab sales pada saat berusaha memenuhi target penjualan.

Data :

Waktu normal (Net time) = 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 per hari penjualan

Waktu tugas AF = 3,5 % atau 3 hari

Rumus :

$$ST = NT \times AF$$

= 1 x 3
 = 3 hari

Berdasarkan perhitungan waktu standar (ST) apabila karyawan (sales) Waktu normal (Net time) = 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 per hari penjualan dikali Waktu tugas AF = 3,5 % atau 3 hari diperoleh waktu 3 hari. Artinya standar waktu normal penjualan satu hari 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 karena karyawan kedukaan atau sakit maka kemampuan untuk menghasilkan penjualan produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dalam 3 hari hanya menghasilkan 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15. Dan hal ini mempengaruhi dampak pendapatan pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

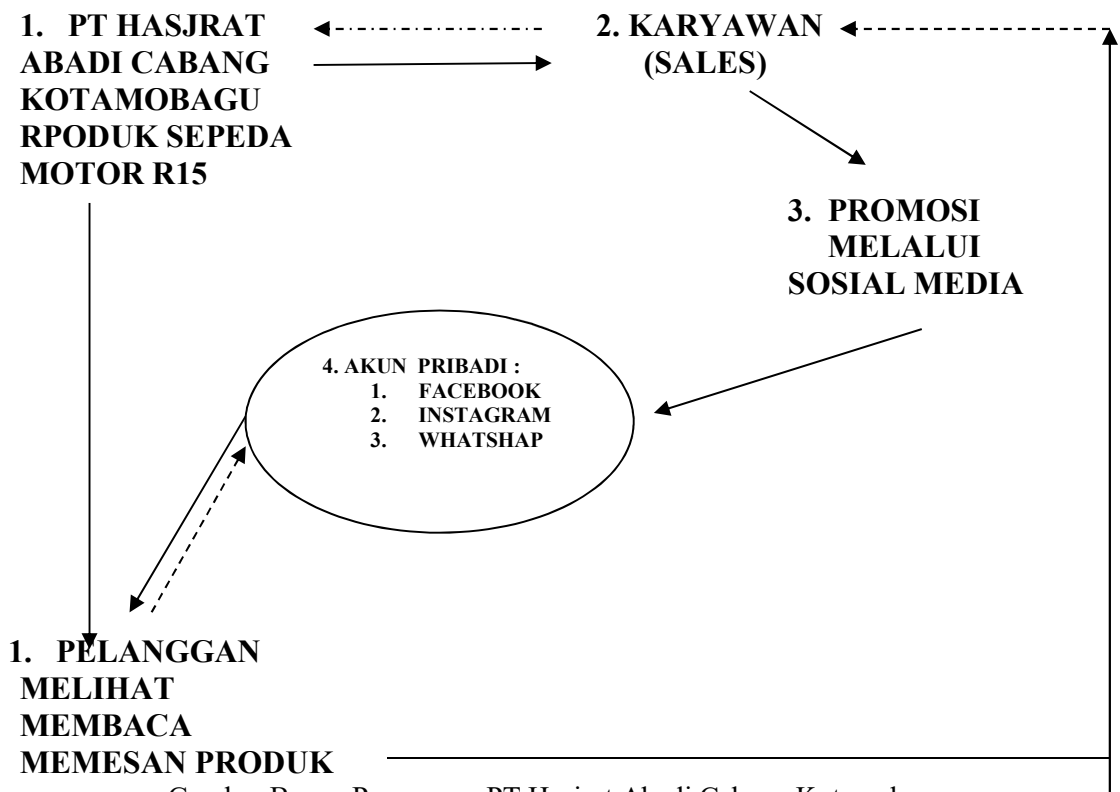
Sistem Informasi Pemasaran on line pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu menjalankan usaha mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Seiring dengan perkembangan jaman sistem informasi pemasaran dengan menggunakan teknologi sangat membantu bagi perusahaan untuk memaksimalkan proses penjualan dan penawaran produk melalui perkenalan

melalui sosial media yang semakin hari lebih canggih serta beragam bentuknya.

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu untuk wilayah kantor pusat yang berada di Jakarta sudah menggunakan sistem on line untuk transaksi penjualan dan pemasarannya secara terkomputerisasi dan memiliki web serta situs resmi. Tetapi untuk PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu belum melakukan sistem transaksi penjualan secara on line. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi belum menjangkau keberadaan masyarakat secara menyeluruh baik di desa terpencil atau perkotaan yang jaringannya kadang-kadang mengalami gangguan.

PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu memanfaatkan teknologi baru dalam bentuk pemasaran perkenalan produk perorangan melalui akun facebook, instagram, whatshap, yang digunakan para karyawan (sales) untuk memperlihatkan gambar produk, harga, ataupun kontak person serta alamat kantor PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu yang bisa dihubungi pelanggan. Sehingga memudahkan pelanggan untuk memesan dan membeli produk yang ditawarkan oleh PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu



Gambar Bagan Pemasaran PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu

Keterangan :

1. PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu
2. Karyawan (sales)
3. Promosi melalui sosial media
4. Akun pribadi : Facebook, instagram, whatshap
5. Pelanggan melihat, membaca, memesan produk

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Waktu normal diartikan sebagai waktu yang diperlukan oleh pekerja karyawan (sales) yang berpengalaman untuk menjual produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dan bekerja pada kecepatan normal rata-rata perhari waktu normal adalah 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 yang laku terjual.
2. Hasil perhitungan faktor kelonggaran yang diperlukan karyawan khususnya sales yang dipekerjakan berdasarkan target PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu maka waktu yang telah diberikan selama 4 bulan atau 120 hari karyawan boleh ijin karena kedukaan atau sakit sesuai waktu yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu tugas 120 hari faktor kelonggarannya adalah 2,5 % ditambahkan rumus 1 sehingga memperoleh hasil akhir 3,5 % atau 3 hari.
3. Perhitungan waktu standar (ST) apabila karyawan (sales) Waktu normal (Net time) = 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 per hari penjualan dikali Waktu tugas $AF = 3,5\%$ atau 3 hari diperoleh waktu 3 hari. Artinya standar waktu normal penjualan satu hari 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 karena karyawan kedukaan atau sakit maka kemampuan untuk menghasilkan penjualan produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 dalam 3 hari

hanya menghasilkan 1 unit produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15. Dan hal ini mempengaruhi dampak pendapatan pada PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

Dari hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa sistem informasi pemasaran produk sepeda motor merk Yamaha jenis R15 sudah berjalan dengan baik karena target penjualan yang dilakukan sales sudah mencapai target sesuai standar waktu normal yang ditetapkan oleh PT Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Hanafi, Rindya, 2002, **Manajemen Pengantar**. Graha ilmu-Yogyakarta
- Assauri, Sofjan, 2010, **Manajemen Pemasaran**, PT Raja Grafindo-Persada
- Baridwan, Zaki, 2012, **Sistem Akuntansi**, BPFE-Yogyakarta
- Danang Sunyoto, 2011, **Manajemen Operasional**, CAPS-Jakarta
- Dharmmesta dkk, 2000, **Manajemen Pemasaran**, PT Raja Grafindo-Persada
- Fuad dan Sugiarto, 2001, **Pengantar Bisnis**, Gramedia Pustaka-Jakarta
- Halim, Abdul, 2009, **Sistem Pengendalian Manajemen**, YKPN-Yogyakarta
- Haming, Murdifin, dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014, **Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa**, Bumi Aksara-Jakarta

- Humdiana dan Indrayani, Evi, 2006, **Sistem Informasi Manajemen**. Graha Ilmu –Yogyakarta
- Irra Chrisyanti, 2011, **Mamajemen Perkantoran**. Prestasi Pustaka – Jakarta
- Manullang, M, 2006, **Dasar-Dasar Manajemen** UGM- Yogyakarta
- Mudrajad Kuncoro, 2009, **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Erlangga.
- Moekijat, 2005, **Pengantar Sistem Informasi Manajemen**, CV Mandar Maju – Bandung
- M. Suyanto, 2007, **Marketing Strategy Top Brand Indonesia**, Andi – Yogyakarta