

RELIABILITY, CONFORMANCE DAN PERCEIVED QUALITY DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK

Erwin Setiawan

Jurusan International Business Management
Universitas Ciputra Surabaya
UC Town, CitraLand, Surabaya 60219

Christian Herdinata

Jurusan International Business Management
Universitas Ciputra Surabaya
UC Town, CitraLand, Surabaya 60219

ABSTRACT

This research aims to increase the dimensions of reliability, suitability, and the impression of quality in an effort to improve the quality of fish fillet products STB. The object of this research is Sumber Tujuh Berkat company. The subjects of this research are customers, similar companies, experts, and the owner. Using purposive sampling, seven informants chosen by researchers as informants. Primary data are taken based on the results of depth interviews and documentation to the informants. Secondary data is taken from STB's company data, reference books, journals, and the Internet that can support this research. The data collection techniques used are in depth interview and documentation. In testing the validity of the data, the researcher uses triangulation techniques. The triangulation used is source triangulation. The sources used are customers, similar companies, experts, and STB's owner.

The result of this study is how to improve the quality of fish fillet STB's products. This improvement was made on the dimensions of reliability, conformance, and the perceived quality of fish fillet STB's products. The way to do is training the employees regarding the filleting process which is true to the knowledge of experts, STB need to replace old equipment with a fish fillet special equipment, STB need to cooperate to fish breeder so the materials purchased has a uniform size and weight, and STB needs to get permission from BPOM to impress the product quality can be improved in the eyes of consumers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan dimensi keandalan, kesesuaian, dan kesan kualitas dalam upaya meningkatkan kualitas produk *fillet* ikan STB. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Sumber Tujuh Berkat. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan, perusahaan sejenis, ahli, dan pemilik. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuh orang informan yang dipilih oleh peneliti sebagai informan. Data primer

yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi kepada para informan. Data sekunder yang diperoleh adalah data perusahaan STB, referensi buku, jurnal, dan sumber *internet* yang dapat mendukung penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam dan dokumentasi. Dalam menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Sumber yang digunakan adalah pelanggan, perusahaan sejenis, ahli, dan pemilik STB. Hasil penelitian ini adalah cara meningkatkan kualitas produk *fillet* ikan STB. Peningkatan ini dilakukan pada dimensi keandalan, kesesuaian, dan kesan kualitas produk *fillet* ikan STB. Cara yang dapat dilakukan adalah pelatihan kepada pegawai mengenai proses *filleting* yang benar sesuai pengetahuan dari ahli, perusahaan STB perlu mengganti peralatan *fillet* ikan yang lama dengan peralatan *fillet* ikan yang khusus, dan perusahaan STB perlu melakukan kerjasama kepada peternak ikan agar bahan baku yang dibeli memiliki ukuran dan berat yang seragam, dan STB perlu mendapatkan perijinan dari BPOM agar kesan kualitas produk di mata konsumen dapat meningkat.

Keywords: *reliability, conformance, perceived quality, products quality.*

PENDAHULUAN

Sumber Tujuh Berkas (STB) merupakan usaha yang bergerak di bidang pengolahan ikan. Perusahaan STB memproduksi *fillet* ikan *frozen* yang dikemas menggunakan teknologi *vacuum sealer*. Terdapat tiga varian produk yang ditawarkan oleh perusahaan STB yaitu *fillet* ikan gurame, *fillet* ikan kakap merah dan *fillet* ikan kakap putih. STB adalah perusahaan yang bergerak dalam pasar produk *fillet* ikan, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi anggota STB agar produk STB dapat bersaing di pasar produk *fillet* ikan. Kualitas produk menjadi hal yang penting bagi STB agar produk *fillet* ikan STB dapat diterima pelanggan dengan baik dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Selama berjalannya usaha ini STB mendapatkan keluhan dari para pelanggan. Keluhan tersebut adalah mengenai kualitas produk *fillet* ikan STB, yaitu pada dimensi keandalan,

kesesuaian, dan kesan kualitas. Keluhan tersebut menjadi hambatan bagi STB yang mengakibatkan menurunnya kualitas produk STB. Berdasarkan keluhan tersebut, maka peneliti terdorong untuk melakukan perbaikan dan peningkatan terhadap tiga dimensi kualitas produk yaitu *reliability, conformance* dan *perceived quality*. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk STB dan dapat memberikan solusi atas permasalahan yang ada agar produk *fillet* ikan STB dapat diterima pelanggan dengan baik. Berdasarkan penjelasan tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana meningkatkan *reliability, conformance* dan *perceived quality* pada kualitas produk *fillet* ikan STB?.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2010: 180) kualitas produk meru-

pakan keseluruhan fitur dan sifat produk yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat.

Reliability

Gasperz (2011: 133-135) menjelaskan dimensi keandalan (*reliability*) berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Selain itu menurut Garvin (dalam Shaharudin *et al.*, 2011: 8165) mengatakan keandalan berkaitan dengan dengan konsistensi kinerja suatu produk.

Apabila dikaitkan dengan objek penelitian, maka keandalan yang dimaksud adalah sifat dan fungsi *fillet* ikan STB yaitu dari keluhan pelanggan masih adanya sisik dan duri ikan.

Conformance

Gasperz (2011: 133-135) menjelaskan dimensi *conformance* (kesesuaian) berkaitan dengan spesifikasi yang dimiliki suatu produk, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan kemauan konsumen. Menurut Garvin (dalam Shaharudin *et al.*, 2011: 8165) kesesuaian (*conformance*) adalah kemampuan suatu produk memenuhi standar-standar yang ada.

Apabila dikaitkan dengan objek penelitian ini, maka kesesuaian yang dimaksud adalah berkaitan dengan berat, jenis, dan ukuran ikan pada produk *fillet* ikan STB yang berbeda-beda setiap satu kemasan.

Perceived Quality

Gasperz (2011:133-135) menjelaskan dimensi *perceived quality*

berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas. Menurut Garvin (dalam Shaharudin *et al.*, 2011) mengatakan kualitas yang dipersepsikan berhubungan dengan penilaian konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan reputasi penjual produk.

Apabila dikaitkan dengan objek penelitian, maka kualitas yang dipersepsikan adalah berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa produk STB mampu menawarkan produk *fillet* ikan yang berkualitas.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, subjek penelitian disebut sebagai informan. Peneliti mendeskripsikan subjek penelitian sebagai sasaran pengamatan dalam penelitian ini. Subjek dan kriteria informan yang akan diwawancarai, yaitu:

- Pelanggan dengan kriteria: (i) telah melakukan pembelian produk *fillet* ikan STB dengan minimal *order* 4 kali dalam sebulan; (ii) merupakan konsumen STB yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya.
- Seorang pakar atau ahli dengan kriteria: (i) *chef* yang telah memiliki pengalaman minimal 2 tahun dalam bidang mengolah masakan ikan; (ii) memiliki kompetensi dalam menilai kualitas daging ikan; (iii) merupakan seorang ahli yang memiliki pengetahuan mengenai cara mengolah atau mem-*fillet* ikan yang benar.
- Pemilik usaha sejenis yang mengerti masalah atau keluhan dari pelanggan mengenai kualitas produk *fillet* ikan STB dan dapat

memberikan penilaian mengenai kualitas produk STB saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*). Bungin (2011: 111) menjelaskan wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara informan dan pewawancara, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Selain itu peneliti juga menggunakan dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek (Herdiansyah, 2010: 143).

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk memberikan keabsahan data yang didapat dari perbandingan antar informan yang diwawancara yaitu pelanggan, ahli kualitas ikan, pemilik, dan perusahaan sejenis. Menurut Herdiansyah (2010: 190) validitas dapat diartikan sebagai kesesuaian antara alat ukur dengan sesuatu yang hendak diukur, sehingga hasil ukur yang didapat akan mewakili dimensi ukuran yang sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan. Data dinyatakan valid jika seluruh hasil dari wawancara yang dilakukan terhadap informan direkam dan memastikan informan dalam keadaan siap, sehat, dan memiliki banyak waktu untuk diwawancara. Menurut Sugiyono (2014: 444) suatu penelitian yang reliabel yaitu apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian ini uji *dependability* dilakukan dengan cara audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Auditor dalam penelitian

ini adalah pembimbing fasilitator *entrepreneurial project* 4 sampai dengan 7.

Penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman yang memiliki empat tahapan yang harus dilakukan (Herdiansyah, 2010: 264), yaitu pengumpulan data, reduksi data, evaluasi, dan simpulan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan bulan November 2014.

PEMBAHASAN

Dimensi Keandalan

Dimensi keandalan pada produk *fillet* ikan yaitu tidak adanya duri yang tertinggal di dalam daging *fillet* ikan selama proses pengolahan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan Gasperz (2011) yang mengatakan bahwa sebuah produk dapat dikatakan handal apabila produk tersebut berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Semakin tinggi tingkat keandalan suatu kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Setiap perusahaan tentu harus memperhatikan tingkat keandalan suatu kualitas produk agar produk tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Pada penelitian ini, terdapat keluhan pelanggan mengenai dimensi keandalan produk *fillet* ikan STB. Adanya keluhan pelanggan tersebut, menjadikan dimensi keandalan pada produk STB harus ditingkatkan agar kepuasan konsumen dapat meningkat.

Keluhan pelanggan pada dimensi keandalan pada produk *fillet* ikan STB yaitu masih adanya sedikit duri pada daging ikan setelah dimasak. Hal ini

dijelaskan dengan pernyataan sebagai berikut.

“...kalo fillet gurami kadang ya masih ada duri kecil-kecil, jadi waktu dimakan baru kerasa sek ada durie, tapi ya emang nggak banyak cuman dikit” (D2-K1).

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan beberapa cara untuk meningkatkan dimensi keandalan untuk produk *fillet* ikan STB. Dari wawancara kepada pemilik usaha sejenis didapatkan informasi, bahwa teknik *filleting* akan berpengaruh pada hasil *fillet* ikan.

“Memang kemungkinan masih ada duri itu memang masih bisa ada, tapi itu tergantung juga dari orangnya yang ngefillet, kalo dibandingkan ya, saya bikin fillet sendiri dengan saya pesen di pasar itu beda, kalo di pasar biasanya langsung aja, jadi durinya masih banyak yang ikut, terutama di bagian dada,...” (HM-K1, D-31, baris 15-19).

Pada teknik proses pemotongan ikan juga akan berbeda jika jenis ikannya berbeda. Jenis ikan berdasarkan bentuknya dibagi menjadi dua yaitu berbentuk pipih atau melebar dan berbentuk bulat memanjang. Demikian pendapat dari pemilik usaha sejenis.

“...kalo yang lebar itu kita mulainya dari kepala kemudian ke punggung, ekor, terus ke insang. Kalo untuk yang bulat panjang, ngambilnya dari ekor langsung menuju kepala” (HM-K1, D-32, baris 14-16).

Selain teknik yang benar, menurut pakar atau ahli ternyata penggunaan pisau khusus *fillet* juga dapat meminimalisir tertinggalnya duri di dalam daging ikan.

“...kalo di pasar-pasar itu kebanyakan orang langsung main tarik aja pake

pisaunya yang ngga khusus itu, nah pasti ada yang tersisa di tulangnya itu” (CB-K1, D-22, baris 21-23).

Untuk dapat meningkatkan keandalan produk *fillet* ikan, maka STB perlu meningkatkan kemampuan para pekerja mengenai teknis *filleting* yang benar agar produk yang dihasilkan memiliki keandalan yang sempurna yaitu bebas dari duri yang tertinggal di dalam daging *fillet* ikan. Selain itu STB juga perlu mengganti peralatan *fillet* yang khusus agar hasil produksi *fillet* ikan dapat memberikan kualitas terbaik.

Dimensi Kesesuaian

Dimensi kesesuaian pada produk *fillet* ikan merupakan keseragaman pada ukuran dan bentuk produk *fillet* ikan yang dibutuhkan konsumen. Hal ini sejalan dengan Gasperz (2011) yaitu sebuah produk dapat dikatakan memiliki kesesuaian jika produk tersebut memiliki spesifikasi yang sama dengan kebutuhan atau kemauan konsumen. Sebuah produk yang sudah memiliki keseragaman spesifikasi dengan kebutuhan konsumen, maka produk tersebut pasti dapat diterima dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Setiap perusahaan tentu harus memperhatikan keseragaman ukuran dan bentuk dari produk tersebut agar produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Pada penelitian ini, terdapat keluhan pelanggan mengenai dimensi kesesuaian pada produk *fillet* ikan STB. Keluhan dari pelanggan yaitu keseragaman pada spesifikasi ukuran dan bentuk *fillet* ikan. Hal tersebut dijelaskan dengan pernyataan sebagai berikut.

“Dulu waktu aku beli fillet kakap merah kadang gitu sempat beberapa

kali dapet ukuran ikane itu beda-beda, jadi nggak konsisten gitu ukurane padahal harga e sama, jadi kan ya aku ngerasa dirugino, dan waktu itu aku juga sempat komplain ke Iwed tentang masalah itu” (D2-K2).

“Ukuran ikane seh kadang sek beda-beda ya, gak isa seragam persis gitu, filletmu ini kan per pack isi 2 slice daging toh, kadang gedene tiap daging ikan itu sek beda, satue gede satu lebih kecil” (D8-K2).

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan beberapa cara untuk meningkatkan dimensi kesesuaian untuk produk *fillet* ikan STB. Dari wawancara kepada pemilik usaha sejenis didapatkan informasi, bahwa teknik pada proses *filleting* akan berpengaruh pada hasil *fillet* ikan.

“Itu tergantung dari proses filletnya, kadang masih banyak daging yang tertinggal di tulang atau di kulit, jadi pada saat misahkan kulit dengan daging posisi pisaunya harus 45 derajat, kalo posisinya nggak seperti itu kemungkinan nanti waktu tengah-tengah fillet kulitnya bisa putus atau dagingnya bisa juga tertinggal di kulit, jadi ndak sempurna dan dagingnya banyak yang terbuang” (HM-K2, D-33, baris 25-26 D-34, baris 1-4).

Selain itu terdapat cara lain untuk dapat menyeragamkan ukuran ikan, yaitu dengan menyeleksi bahan baku yang akan digunakan. Pembelian bahan baku ikan yang memiliki ukuran seragam akan berpengaruh pada hasil *fillet* ikan yang seragam pula. Menurut pemilik usaha sejenis, untuk mendapatkan bahan baku yang sesuai sebaiknya membeli langsung kepada para peternak ikan.

“Ya kalo untuk produksi sebaiknya ke peternak ikan, pesen yang ukurannya sesuai agar lebih bisa seragam tiap

slicenya,...” (HM-K2, D-36, baris 11-12).

Untuk dapat meningkatkan kesesuaian produk *fillet* ikan STB, maka STB perlu melakukan peningkatan kemampuan pekerja dalam teknis mem-*fillet* ikan yang benar agar hasil *filleting* memiliki ukuran yang sesuai dan tidak banyak daging ikan yang terbuang. Selain itu STB perlu melakukan kerjasama dalam pembelian bahan baku peternak ikan secara langsung. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan bahan baku yang sesuai dan seragam dari ukuran dan beratnya, sehingga produk *fillet* ikan yang dihasilkan STB lebih mudah sesuai dan seragam terhadap kebutuhan pelanggan.

Dimensi Kesan Kualitas

Dimensi kesan kualitas pada produk *fillet* ikan merupakan penilaian atau perasaan yang timbul dari konsumen terhadap kualitas produk *fillet* ikan yang akan mereka beli. Hal ini sejalan dengan teori Gasperz (2011) yang mengatakan kesan kualitas produk adalah perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas atau tidak. Jika kesan kualitas suatu produk di mata konsumen tinggi, maka konsumen akan lebih percaya dengan produk tersebut. Kepercayaan itu dapat berupa terjaminnya kualitas produk sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Kepercayaan itu harus tetap dijaga oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan *loyalitas* konsumen dalam mengkonsumsi produk perusahaan STB.

Pada penelitian ini, terdapat informasi dari para informan mengenai

dimensi kesan kualitas pada produk *fillet* ikan STB. Informasi tersebut merupakan cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesan kualitas produk *fillet* ikan STB. Peningkatan kesan kualitas menjadi penting agar kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk STB dapat meningkat. Dari hasil wawancara kepada bapak pemilik usaha sejenis dan pakar atau ahli, dijelaskan bahwa adanya BPOM pada produk *fillet* ikan akan dapat memberikan kesan kualitas yang baik kepada konsumen karena dengan adanya BPOM, konsumen akan lebih percaya bahwa kualitas produk *fillet* tersebut sudah terjamin dan lebih mudah diterima konsumen.

“...BPOM ya penting, karena itu untuk mengetahui fillet ikan itu benerbener terjamin kualitasnya, kalo sekarang kan banyak di supermarket dijual fillet-fillet yang timbangan, itu kan sebetulnya sudah nggak baik. Kalo menurut saya, itu ikan sudah nggak laku yang lama, sortiran, jadinya dijual timbangan kiloan” (HM-K3, D-35, baris 9-13).

“Itu sangat penting, sekarang kalo jual tanpa BPOM itu susah, orang-orang pada nggak mau nerima produk kita, itu yang pertama, terus yang kedua kalo ada BPOM kita bisa masuk ke pasar manapun, karena ada izinnya...” (CB-K3, D-26, baris 1-4).

Untuk dapat meningkatkan kesan kualitas produk *fillet* ikan STB, maka STB perlu mendapatkan perijinan dari BPOM. Dengan adanya BPOM maka kesan kualitas produk *fillet* ikan STB di mata konsumen dapat meningkat. Selain itu adanya BPOM juga dapat meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan aman untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kualitas produk *fillet* ikan STB, yaitu: (i) pelatihan kepada pegawai mengenai proses *filleting* yang benar sesuai pengetahuan dari ahli (dimensi keandalan dan kesesuaian); (ii) STB perlu mengganti peralatan *fillet* ikan yang lama dengan peralatan *fillet* ikan yang khusus (dimensi keandalan); (iii) STB perlu melakukan kerjasama kepada peternak ikan agar bahan baku yang dibeli memiliki ukuran dan berat yang seragam (dimensi kesesuaian); (iv) STB perlu mendapatkan perijinan dari BPOM agar kesan kualitas produk dimata konsumen dapat meningkat (dimensi kesan kualitas).

SARAN

Saran kepada STB adalah STB perlu meningkatkan kualitas produk *fillet* ikannya. Peningkatan kualitas produk *fillet* ikan STB dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu meningkatkan kemampuan pegawai secara teknis saat produksi, meningkatkan peralatan *fillet* yang digunakan, pemilihan bahan baku yang sesuai, dan mendapatkan perijinan BPOM.

Saran kepada peneliti selanjutnya adalah dapat melakukan penelitian menggunakan variabel lainnya dalam dimensi kualitas produk.

Di dalam dimensi kualitas produk terdapat delapan dimensi yaitu kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan, pelayanan, estetika, dan kesan kualitas. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan memperdalam dimensi-dimensi lainnya yang sesuai dengan objek penelitian.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ackaradejruangsri, Pajaree, 2012, *The Effect of Product Quality Attributes on Thai Customer's Buying Decisions*, RJAPS, Vol. 31.
- Bungin, B., 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta.
- Gasperz, Vincent, 2011, *Ekonomi Manajerial (Managerial Economic): Landasan Analisis dan Strategi Bisnis Untuk Manajemen Perusahaan dan Bisnis*, Edisi Revisi, *Best Seller*, Vinchristo Publication, Bogor.
- Herdiansyah, Haris, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.
- Jakpar, Shaharudin dan Angelyn Goh Sze Na, 2012, *Examining the Product Quality Attributes That Influence Customer Satisfaction Most When the Price Was Discounted*, International Journal of Business and Social Science, Vol. 3, No. 23.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2012, *Principle of Marketing*, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Minantyo, Hari, 2011, *Dasar-dasar Pengolahan Makanan (Food Product Fundamental)*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Moleong, L.J., 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rosda Karya, Jakarta.
- Puspitasari, Agnes Niken, 2011, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Mendorong Minat Beli Ulang*, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Shaharudin, Moh. Rizaimy, 2011, *The Relationship Between Product Quality and Purchase Intention, The case of Malaysia's National Motorcycle Manufacturer*, African Journal of Business Management, Vol. 5, No. 20: 8163-8167.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Sunarya, 2012, *Standarisasi dalam Industri dan Perdagangan*, Papas Sinar Sinanti, Depok.
- Susanto, Azhar, 2010, *Sistem Informasi Manajemen*, Lingga Jaya, Bandung.