STRATEGI KEMITRAAN USAHA WARALABA DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN KERJASAMA DI PT SUMBER BERKAH NIAGA

Dananda Wahyu Meylana[1)], Dr. Irmayani Noer, S.P., M.Si.[2)], Ir. Teguh Budi Tristanto, M.Si.[3)]

[1] Mahasiswa Program Studi Agribisnis, [2] Dosen Pembimbing 1, [3] Dosen Pembimbing 2.

Abstrak

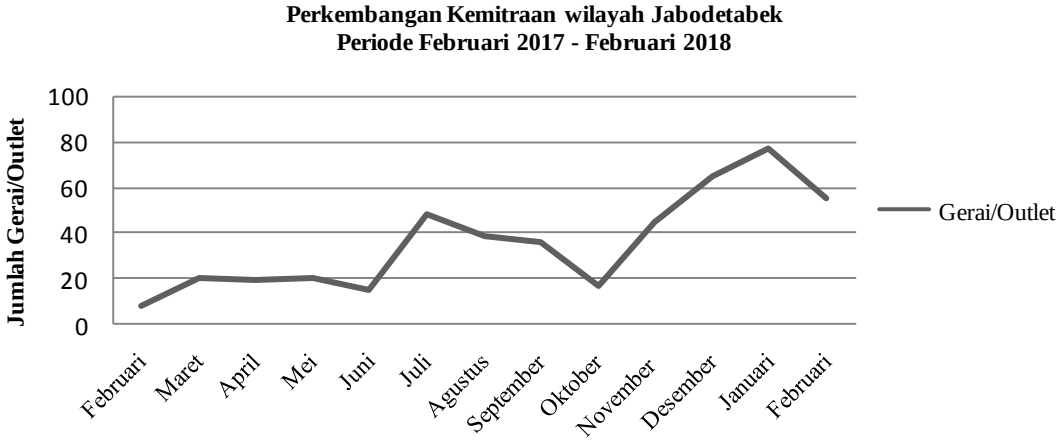
Persaingan usaha sejenis semakin ketat terutama di wilayah Jabodetabek, yang membuat mitra usaha PT Sumber Berkah Niaga beralih ke bisnis homogen dengan menawarkan kelebihan dalam sistem kemitraannya. Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk melakukan evaluasi terhadap sistem kemitraan dan menganalisis strategi kemitraan usaha di PT Sumber Berkah Niaga. Metode analisis deskriptif dan Metode SWOT digunakan untuk memperbaiki manajemen kemitraan serta menganalisis strategi kemitraan usaha sehingga dapat ditemukan hasil yaitu evaluasi sistem kemitraan dan identifikasi titik koordinat komponen SO (Strength-Opporunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat) dan WT (Weakness dan Threat). Berdasarkan hasil kajian penulis, dapat disimpulkan bahwa sistem kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga terbilang cukup baik, karena memenuhi kriteria manajemen kemitraan yang baik dan benar serta di dapat nilai tiap komponen berdasarkan perhitungan yaitu komponen S (*Strength*) sebesar 98.17, komponen W (*Weakness*) sebesar 26.56, komponen O (*Opportunities*) sebesar 991.6 dan T (*Threats*) sebesar 38.99 dan titik koordinat berada pada kuadran 1 yaitu *Opportunities* (Peluang) berdasarkan *Strength* (Kekuatan) atau (O-S) yang artinya PT Sumber Berkah Niaga dapat memaksimalkan setiap peluang dengan berbagai kekuatan yang dimilikinya di tengah berbagai kelemahan dan ancaman.

***Kata Kunci**: Kemitraan, SWOT, Waralaba.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang ekonominya sedang berkembang dan banyak ditemukan perusahaan yang variatif untuk menawarkan produk dan jasa yang dihasilkan. Salah satu perusahaan di Indonesia yang banyak ditemukan adalah perusahaan makanan cepat saji, yang sedang mengembangkan sistem pemasaran efektif dengan melakukan sistem kemitraan. Sistem kemitraan tidak hanya menjadi alternatif untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga menunjang perputaran kegiatan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. PT Sumber Berkah Niaga adalah salah satu perusahaan yang menerapkan sistem kemitraan waralaba yang merupakan perusahaan sektor hilir yang bergerak dibidang penyedia bahan baku dan penunjang makanan cepat saji khususnya ayam goreng.

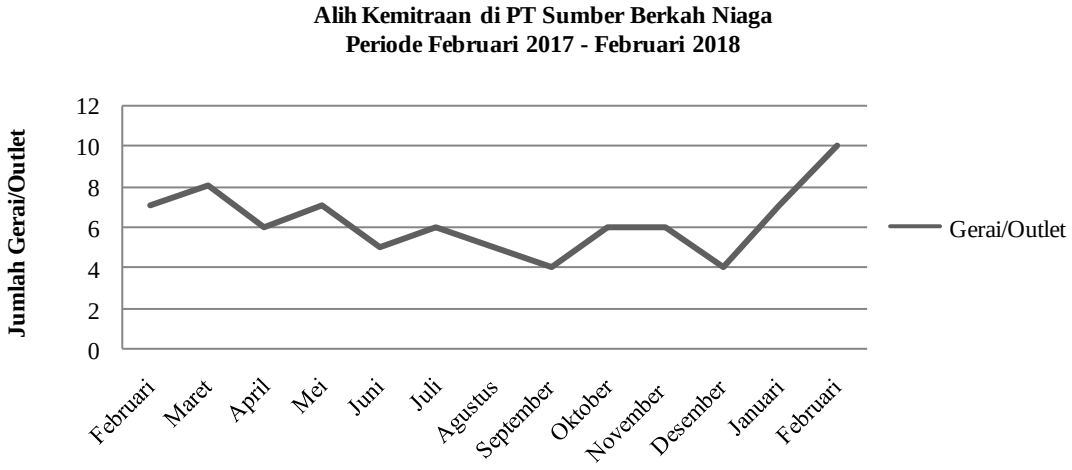
Pola kemitraan diterapkan guna memenuhi permintaan dan menunjang kegiatan pemasaran. Perkembangan kemitraan wilayah Jabodetabek di PT Sumber Berkah Niaga dari Februari 2017 sampai dengan Februari 2018 dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Grafik Perkembangan Anggota Kemitraan di wilayah Jabodetabek Periode Februari 2017 – Februari 2.
Sumber: PT Sumber Berkah Niaga, 2018.

Perkembangan anggota kemitraan PT Sumber Berkah Niaga periode Februari 2017 sampai dengan Februari 2018 atau dalam waktu 1 Tahun PT Sumber Berkah Niaga memiliki 465 mitra, yang terdiri dari Program Usaha Bisnis dan Ok Oce di wilayah Jabodetabek. Saat ini anggota kemitraan di wilayah Jabodetabek yaitu sebanyak 911 Mitra dan 16 Stock Point dan 291 Mitra Luar Jabodetabek dan 11 Stock Point (Bandung,Surabaya, Malang, Pekanbaru, Lampung, Batam, Semarang, Medan, Padang, Cilegon dan Jambi). Lampung, Batam, Semarang, Medan, Padang, Cilegon dan Jambi).

Tidak adanya pembaharuan dalam sistem manajemen, kepastian kontinuitas pasokan bahan baku dan pembinaan teknis membuat PT Sumber Berkah Niaga tertinggal dengan usaha homogen, sehingga mitra usaha yang telah menjalin kemitraan banyak yang beralih ke usaha sejenis dengan sistem kemitraan yang lebih menjamin keuntungan pada mitranya. Kemunduran mitra usaha tersebut dapat dilihat pada Gambar 2:



Gambar 2. Grafik alih kemitraan PT Sumber Berkah Niaga dengan usaha sejenis di wilayah Jabodetabek Periode Februari 2017 – Februari 2018.
Sumber: PT Sumber Berkah Niaga, 2018.

PT Sumber Berkah Niaga, menerapkan 2 jenis kemitraan yang berbeda yaitu Usaha Bisnis dan OK Oce. Usaha bisnis merupakan sistem kemitraan secara umumnya, dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang diberlakukan PT Sumber berkah Niaga, sedangkan OK Oce merupakan sistem bisnis kemitraan permberdayaan masyarakat yang didukung oleh Pemerintah DKI Jakarta dengan sistem pembiayaan yang yang lebih terjangkau, serta syarat dan ketentuan yang lebih ringan untuk mempermudah calon mitra yang tidak memiliki cukup modal. PT Sumber Berkah Niaga merupakan sistem kemitraan berbasis BO (*Business Opportunity*) artinya, PT Sumber Berkah Niaga hanya mengambil keuntungan dari bahan baku dan tidak membebani mitra dengan *Royalty Fee* (kontrak Merk Dagang).

Program kemitraan waralaba sangat berperan di Indonesia khususnya wilayah Jabodetabek. Banyak peran yang telah dilakukan oleh PT SBN terhadap situasi dan kondisi perekonomian di suatu daerah, antara lain meningkatkan pendapatan rumah tangga, mengurangi tingkat pengangguran di daerah, menambah jiwa enterpreunership bagi pelaku usaha, meningkatkan perputaran kegiatan ekonomi daerah dan membantu Pemerintah, khususnya DKI Jakarta untuk mencapai otonomi daerah.

Umumnya bisnis, waralaba tetap memiliki resiko kerugian, oleh sebab itu diperlukan strategi usaha untuk mencapai suatu keberhasilan dalam perencanaan. Setiap pengelolaan dan pengembangan usaha memerlukan suatu perencanaan strategis, yaitu suatu pola dan struktur yang mendukung menuju ke arah tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan. Untuk dapat memilih dan menetapkan strategi yang akan diterapkan pada perusahaan, dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi analitik yang memungkinkan terjadi adanya Kekuatan *(Strengh)*, Kelemahan *(Weakness)*, Peluang *(Opportunities)*, dan ancaman*(Threats)*. Dalam perkembangannya, analisa SWOT dijadikan perencanaan yang efisien untuk menentukan strategi di suatu perusahaan, sehingga diharapkan dengan menggunakan metode SWOT, PT Sumber Berkah Niaga dapat merumuskan strategi bisnis untuk perkembangan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengambil judul “Strategi Kemitraan Usaha Waralaba Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama di PT Sumber Berkah Niaga” yang

menjadi kajian dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

METODE PELAKSANAAN

Penyusunan Laporan Tugas Akhir dilaksanakan di Politeknik Negeri Lampung, dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2018. Data yang diambil untuk Tugas Akhir yaitu pada tanggal 20 Februari 2018 sampai dengan tanggal 20 April 2018 di PT Sumber Berkah Niaga yang beralamatkan di Kecamatan Pondok Gede, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir yaitu, Data Primer merupakan data yang diambil secara langsung dari sumber data. Pengambilan data dan informasi yang diperoleh yaitu melalui wawancara langsung kepada pihak-pihak yang terkait seperti karyawan maupun pelaku mitra, melalui observasi langsung yang terjadi saat di lapangan dan melalui kuisioner kepada responden (mitra usaha). Data Sekunder, merupakan data pendukung dari Data Primer dalam penulisan Tugas Akhir. Data sekunder diperoleh dari buku literatur, Arsip perusahaan serta Browsing di Internet.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari PT Sumber Berkah Niaga, dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif guna mengevaluasi pola kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga dan Metode deskriptif analitik SWOT guna menganalisa alternatif strategi kemitraan usaha di PT Sumber Berkah Niaga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

EVALUASI SISTEM KEMITRAAN DI PT SUMBER BERKAH NIAGA

Sistem kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga mulai terbentuk pada tahun 2008, dimana perusahaan sedang mengembangkan konsep bisnis yang tepat untuk memasarkan produknya dengan efisien. Sistem kemitraan terbentuk melalui kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai syarat dan ketentuan konsep bisnis yang diberlakukan perusahaan, sehingga diharapkan dapat memenuhi azas-azas yaitu, saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat satu dengan yang lain. Permodalan merupakan salah satu permasalahan bagi perkembangan KUMKM di Indonesia, Namun PT Sumber Berkah Niaga telah menerapkan dua konsep bisnis yang membantu pelaku usaha kecil dan menengah, yaitu Usaha Bisnis dan OK Oce. Berikut adalah hasil evaluasi berdasarkan Kemitraan Waralaba menurut Hafsah (2003), yaitu

Tabel 2. Hasil evaluasi pola kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga

Karakteristik Waralaba menurut Hafsah (2003)	Kemitraan PT Sumber Berkah Niaga	Keterangan
1. Adanya Transfer Manaj-Emen.	1. PT Sumber Berkah Niaga, melakukan bimbingan terhadap pengelolaan usaha.	√
2. Adanya kepastian Pasar	2. Adanya survey lokasi usaha, untuk melihat potensi pasar/adanya kepastian pasar.	√
3. Promosi	3. Adanya bann-er/spanduk, sehingga mitra usaha tidak perlu melakukan promosi.	√
4. Pasokan Bahan Baku	4. Adanya jaminan pasokan bahan baku yang tersedia di setiap *Stock Point*.	√
5. Pengawasan Mutu	5. Adanya rutinitas pengawasan/ *Quality Control.*	√
6. Pengembangan kemampuan SDM	6. Adanya pengembangan SDM pada awal kemitraan, dengan mengikuti pelatihan selama seminggu.	√
7. Resiko Bisnis	7. Resiko bisnis sebagian besar ditanggung oleh pihak perusahaan.	√

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga memenuhi kriteria berdasarkan kemitraan waralaba menurut Hafsah (2003).

Analisis alternatif strategi kemitraan usaha PT Sumber Berkah Niaga

Berikut adalah faktor Peluang *(Opportunity)* dan Ancaman *(Threats)* bisnis Waralaba PT Sumber Berkah Niaga yang diobservasi berdasarkan faktor eksternal perusahaan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Daftar Peluang (O) dan Ancaman (T) Bisnis Waralaba PT Sumber Berkah Niaga

Komponen	Peluang *(Opportunity)*	Ancaman *(Threats)*
Selera Masyarakat	1. Pada saat ini masyarakat mulai menggemari bisnis secara instan seperti waralaba lokal ataupun asing, karena meminimalkan resiko yang ada, dan dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. 2. Dapat menghemat dana, karena adanya biaya promosi dan layanan bersama. Sebab nama merk dagang Sabana yang sudah mulai melekat di konsumen. 3. Produk ayam goreng berkualitas, dari harga dan rasa, dengan jargon "Harga kaki lima, rasa bintang lima".	1. Pencitraan baik/buruk mempengaruhi usaha satu dengan yang lainnya. Reputasi dan citra merek dagang Sabana mungkin menjadi turun citranya. 2. Dapat menghancurkan reputasi perusahaan PT Sumber Berkah Niaga, jika mitra usaha melakukan kesalahan yang berkaitan dengan konsumen.

Tabel 3. Lanjutan

Pelaku Mitra/Mitra Usaha	4. PT Sumber Berkah Niaga mendorong jiwa enterpreneurship dengan memberikan solusi usaha. 5. Meningkatkan pendap- atan keluarga mitra usaha 6. Meningkatkan peroleh- an nilai tambah bagi pelaku kemitraan, seperti nasi dan kulit ayam. 7. Terdapat pengendalian usaha. 8. Terdapat ketentuan jarak usaha antara pelaku usaha satu dengan yang lain. 9. Tidak mengenal royalty fee (Kontrak atas merk dagang), keuntu- ngan sepenuhnya milik konsumen.	3. Ketergantungan kepada pemberi waralaba, yang menyebabkan pelaku usaha/mitra usaha menjadi kurang mandiri. 4. Program OK OCE masih terbatas, karena Sarana Produksi. 5. Tidak berlaku ketentuan jarak usaha, yaitu antara usaha bisnis dengan Program OK OCE, yang dapat mengganggu stabilitas penjualan produk.
Ekonomi	10. Meningkatkan pertum- buhan ekonomi wilayah tertentu. 11. Mengurangi penganggu- an 12. Pasar domestik yang berkaitan dengan usaha, memberikan peluang bagi bisnis lokal untuk dapat mendapatkan keuntungan.	6. Pesaing sesama usaha Fried Chicken yang memiliki sistem wara- laba mulai berkembang. 7. Maraknya promosi dan pelayanan yang dilaku- kan para pesaingnya.
Pemerintah	13. Dengan adanya prog- ram kemitraan, dapat membantu Pemerintah da- lam pemerataan pendapat- an masyarakat, dan pemberdayaan masyarakat yang dicanangkan Pemer- intah dan PT Sumber Berkah Niaga dalam Program OK OCE.	
Konsumen	14. Pelanggan dimudahkan dalam mencari makanan cepat saji khususnya ayam goreng dengan harga ekonomis. 15. Pesan antar dari Outlet usaha dengan mengguna- kan layanan Go Jek.	8. Adanya kemungkinan kritik dari konsumen

Berikut adalah faktor Kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness) terhadap faktor internal penerapan bisnis usaha waralaba PT Sumber Berkah Niaga yang dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Daftar Kekuatan (S) dan Kelemahan (W)
Bisnis waralaba PT Sumber Berkah Niaga

Komponen	Kekuatan (*Strength*)	Kelemahan (Weakness)
Karakteristik bisnis waralaba.	1. Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi, artinya siapapun bisa menjadi mitra usaha, dan berdasarkan pada keuntungan bersama.	1. Mitra usaha terikat pada perusahaan, mengenai aturan dan perjanjian sesusai kesepakatan bersama. 2. Adanya penekanan kontrol mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
Merk dagang	2.Merk dagang Sabana sudah terdaftar di HAKI, adanya huruf "R" pada ujung tulisan merk dagang, yang berarti Registered/ terdaftar. 3. Waralaba PT Sumber Berkah Niaga, memiliki brand yang kuat dan sudah dikenal.	
Biaya	4.Tidak mengenal *Royalty Fee* (kontrak merk dagang), hanya biaya sarana produksi.	3.Modal sepenuhnya berasal dari mitra usaha, tidak ada lembaga pembiayaan yang memberikan keringanan yang artinya tidak ada sistem pembayaran cicilan.
Sistem binsis	5.Standar manajemen usaha sesuai dengan standar operasional perusahaan (SOP).	

Matriks SWOT manajemen kemitraan usaha PT Sumber Berkah Niaga.

Dari berbagai komponen-komponen yang didapat, analisis Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threats) strategi yang didapat dari perpaduan masing-masing komponen terdapat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Formulasi dan strategi usaha dari komponen faktor Eksternal dan faktor Internal di PT Sumber Berkah Niaga

INTERNAL	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	1. Bisnis Waralaba tidak mengenal diskriminasi, artinya siapa saja bisa melakukan kemitraa di PT Sumber Berkah Niaga dan berpedoman kepada keuntungan bersama. 2. Merek dagang Sabana memunculkan kode "R" pada akhir nama Sabana.	1. Mitra usaha terikat pada perusahaan, mengenai aturan dan perjanjian sesusai kesepakatan bersama. 2. Adanya penekanan kontrol yang diberikan kepada Mitra usaha.

	3. Waralaba PT Sumber Berkah Niaga sudah memiliki Brand Image yang kuat dan sudah dikenal. 4. Tidak berlaku Royalty Fee, keuntungan milik mitra usaha 5. Menyediakan pelayanan antar, yang berkeja sama dengan Go Jek Food. 6. Standar Manajemen sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan (SOP) yang jelas, dari segi pelayanan, produk, kebersihan gerai, pengaplikasian kost-um yang mencirikan Brand "Sabana".	3. Modal sepenuhnya berasal dari mitra usaha, tidak ada lembaga pembiayaan yang memberikan keringanan yang artinya tidak ada sistem cicilan.
EKSTERNAL		
Peluang (O)	Manajemen (SO)	Manajemen (WO)
1.Pada saat ini masyarakat mulai menggemari bisnis secara instan seperti waralaba lokal ataupun asing, karena meminimalkan resiko yang ada, dan dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. 2. Dapat menghemat dana, karena adanya biaya promosi dan layanan bersama. Sebab nama merk dagang Sabana yang sudah mulai melekat di konsumen sebagai produk ayam goreng berkualitas, dari harga dan rasa, dengan jargon "Harga kaki lima, rasa bintang lima". 3.PT Sumber Berkah Niaga mendorong jiwa enterpreneurship dengan memberikan solusi usa-ha. 4.Meningkatkan penda-patan keluarga mitra usaha 5.Meningkatkan perole-han nilai tambah bagi pelaku kemitraan, seperti nasi dan kulit ayam. 6.Terdapat pengendalia usaha, mengenai kualitas produk dan layanan yang diberikan PT Sumber Berkah Niaga.	1. Metode operasi manajemen yang terbukti di aplikasikan dalam bentuk Standard Operasional Perusahaan (SOP). Mitra usaha wajib menjaga nilainya dalam waktu yang lama serta dikontrol oleh pihak perusahaan melalui pihak manajemen Quality Control setiap minggunya, melalui standar kendali mutu operasional yang jelas dan objektif.	

Tabel 5. (Lanjutan)

EKSTERNAL		
Peluang (O)	Manajemen (SO)	Manajemen (WO)
8.Terdapat ketentuan jarak usaha. 9.Tidak mengenal royalty fee (Kontrak atas merk dagang), keuntu-ngan sepenuhnya milik mitra usaha. 10.Meningkatkan pertu-mbuhan ekonomi wilayah tertentu. 11.Pesan antar dari Outlet Usaha dengan menggunakan layanan Go Jek. 12. Pelanggan dimudahkan dalam mencari makanan cepat saji khususnya ayam goreng dengan harga ekonomis. 13.Dengan adanya program kemitraan, dapat membantu Pemerintah dalam pemerataan pendapatan masyarakat, dan pemberdayaan masyar-kat yang dicanangkan Pemerintah dan PT Sumber Berkah Niaga dalam Program OK OCE. 14.Pasar domestik yang berkaitan dengan usaha, memberikan peluang bagi bisnis lokal untuk dapat mendapatkan keuntungan. 15.Mengurangi pengan-gguran. 16.Pasar domestik yang berkaitan dengan usaha, memberikan peluang bagi bisnis lokal untuk dapat mendapatkan keuntungan.		
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1.Pencitraan baik/bu-ruknya mempengaru-hi satu sama lain. Reputasi dan citra merek dari bisnis yang diwaralabakan mungkin menjadi turun citranya karena alasan-alasan diluar kontrol perusahaan /franchisor.	1. Menjaga kualitas dari produk dan nama baik(Brand Image) dari PT Sumber Berkah Niaga. 2.Memiliki dokumen dalam pencapaian strategi bisnis dalam kebijakan operasinya, untuk tetap pada jalur SOP yang seharusnya	1. Memiliki sistem penyaringan dan rekruitmen mitra usaha yang jelas, untuk mengidentifikasi persy-aratan yang harus dipenuhi, misalnya kehandalan bisnis, program usaha mitra di tempat lain, dan pemahaman akan industri bersangkutan.

Tabel 5. (Lanjutan)

2.Ketergantungan kep-da pemberi waralaba, yang menyebabkan pelaku usaha/mitra usaha menjadi kurang mandiri. 3.Program OK OCE masih terbatas, karena Sarana Produksi. 4.Tidak berlaku ketentuan jarak usaha, yaitu antara usaha bisnis dengan Progra OK OCE, yang dapat mengganggu stabilitas penjualan produk. 5.Pesaing sesama usaha homogen yang memiliki sistem waralaba mulai berkembang.	3.Diberikan/ diberlakukan jarak antar gerai yang sesuai untuk menghindari terjadinya alih kawasan potensial pelanggan/ pindahnya pasar pelanggan ke mitra usaha yang lain.	2.Memahami pesaing langsung maupun tidak langsung dengan tepat, baik pesaing pemberi Franchisor (pemberi waralaba), ataupun pesaing yang akan dihadapi dalam memasarkan produk dan jasanya kepada calon pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari Pola Kemitraan Usaha Waralaba di PT Sumber Berkah Niaga dapat disimpulkan, Kemitraan di PT Sumber Berkah Niaga memenuhi kriteria berdasarkan kemitraan waralaba menurut Hafsah (2003), yaitu adanya transfer manajemen, adanya kepastian pasar, promosi, kepastian pasokan bahan baku, adanya pengawasan mutu, adanya pengembangan SDM melalui *Training* dan sebagian besar resiko usaha ditanggung oleh perusahaan karena mencakup citra dari perusahaan dan hasil perhitungan nilai tiap komponen yaitu komponen S (*Strength*) sebesar 98.17, komponen W (*Weakness*) sebesar 26.56, komponen O (*Opportunities*) sebesar 991.6 dan T (*Threats*) sebesar 38.99 dan titik koordinat berada pada kuadran 1 yaitu Opportunities berdasarkan Strength (O-S) yang artinya PT Sumber Berkah Niaga dapat memaksimalkan setiap peluang dengan berbagai kekuatan yang dimilikinya di tengah berbagai kelemahan dan ancaman dengan 1) PT Sumber Berkah Niaga dapat meningkatkan pelayanan prima dengan memaksimalkan tingkat kepuasan para mitra usaha. 2) Mengoptimalisasi setiap peran dalam setiap pelaksanaan hubungan kerjasama guna meningkatkan keharmonisan hubungan yang terjalin.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik. 2017. Rata-rata Konsumsi Per Kapita Ayam Pedaging di Indonesia 2007-2017. https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/728 diakses pada tanggal 28 Mei 2018 pukul 01.30 WIB.

Hafsah, M Jafar. 2003. Kemitraan Usaha : Konsepsi dan Strategi. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

Martodireso, Sudadi dan Widada Agus Suryanto. 2002. Agribisnis Kemitraan Usaha Bersama. Kanisius. Jakarta.

Sumardjo. 2004. Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis. Penebar Swadaya. Jakarta.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.