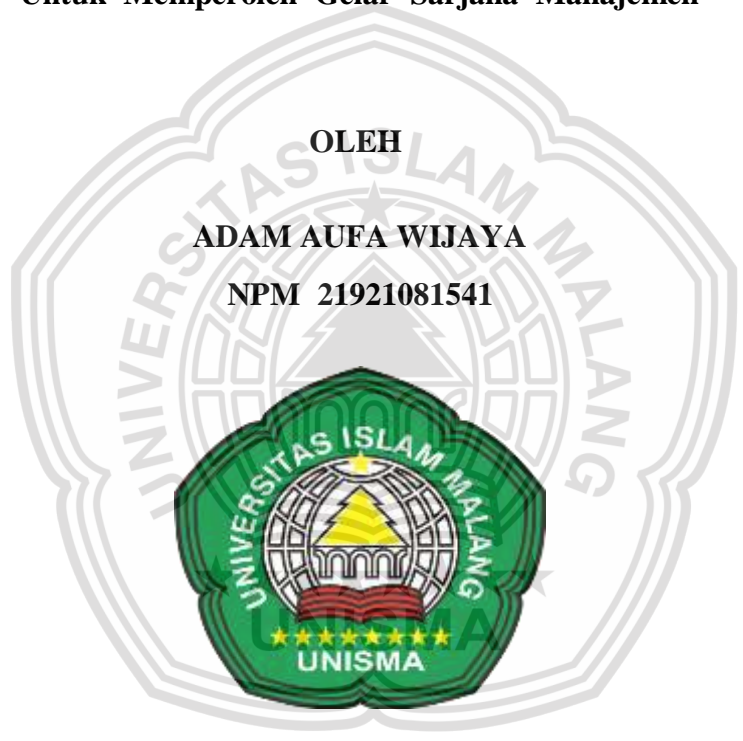




**STRATEGI PEMASARAN POS KETAN LEGENDA 1967 SUDIMORO DALAM
MEMPERTAHANKAN BISNIS KELUARGA PADA MASA
PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH
ADAM AUFA WIJAYA
NPM 21921081541**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

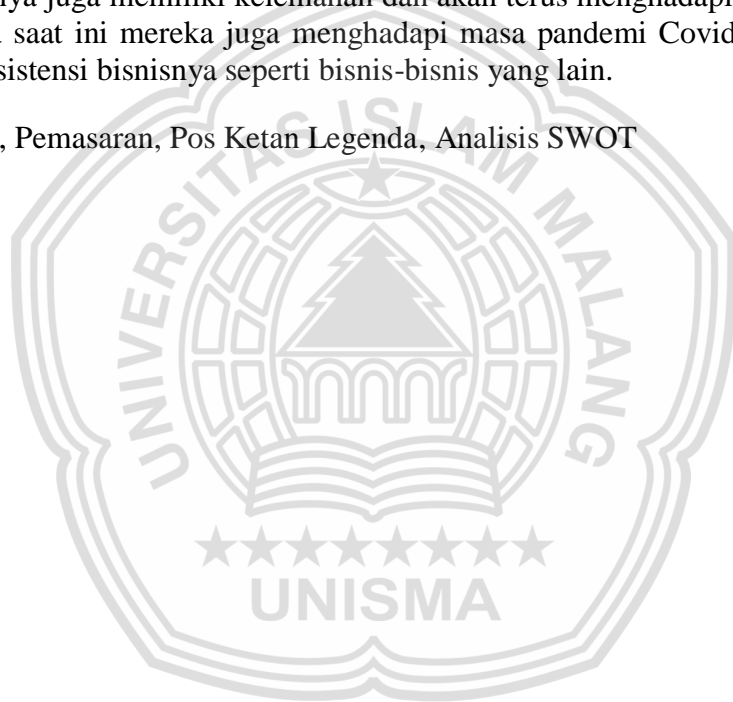
2022

ABSTRAKSI

Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro adalah cabang dari Pos Ketan Legenda yang berpusat di Kota Wisata Batu, Jawa Timur yang menyajikan makanan yang khas. Makanan utama yang mereka jual yaitu ketan yang ditaburi misis, keju, bubuk kedelai, dan lain-lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang mereka lakukan dalam menghadapi masa pandemi Covid-19 untuk mempertahankan bisnis keluarga yang sudah mereka jalani sejak tahun 1967. Karena saat ini hampir semua lini bisnis mengalami kerugian akibat pandemi Covid-19.

Dengan menggunakan sampel Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro dan periode penelitian pada tahun 2021-2022, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada strategi yang bisa dilakukan oleh pihak Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan serta ancaman yang ada. Dalam penelitian ini juga mengindikasikan bahwa bisnis keluarga yang sudah berdiri sejak tahun 1967 seperti Pos Ketan Legenda 1967 tentunya juga memiliki kelemahan dan akan terus menghadapi ancaman di sekitar mereka. Belum juga saat ini mereka juga menghadapi masa pandemi Covid-19 agar tetap bisa mempertahankan eksistensi bisnisnya seperti bisnis-bisnis yang lain.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Pos Ketan Legenda, Analisis SWOT

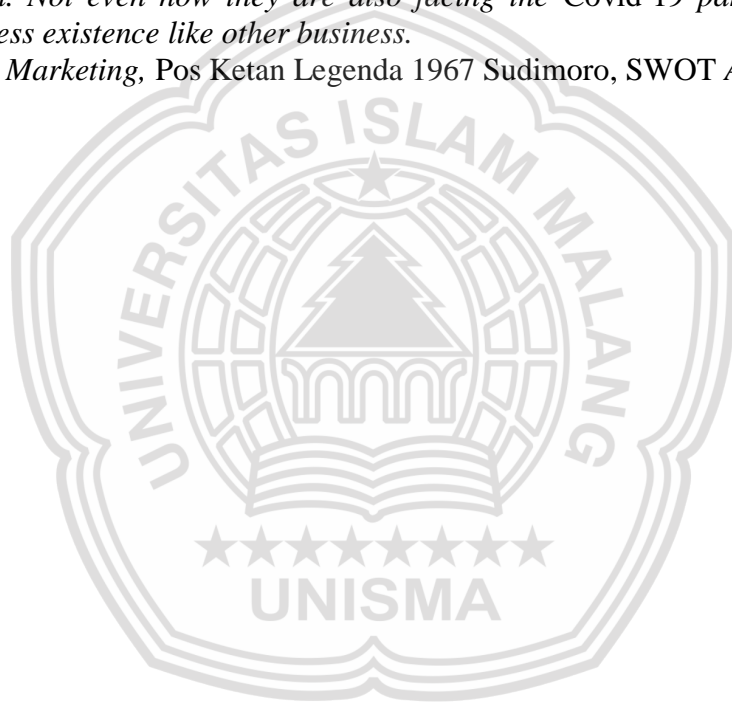


ABSTRACT

Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro is a branch of Pos Ketan Legenda based in Batu Tourism City, East Java which serves special food. The main food they sell is glutinous rice sprinkled with misis, cheese, soy powder, and others. This research aims to find out what marketing strategies they are doing in the face of the Covid-19 pandemic to maintain the family business they have been running since 1967. Because currently almost all business lines have suffered losses due to the Covid-19 pandemic.

Using a sample of Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro and the research period in 2021-2022, the results showed that there is a strategy that can be done by Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro by utilizing existing strengths and opportunities and minimizing weaknesses and threats. In this study also indicates that family businesses that have been established since 1967 such as Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro certainly also have weaknesses and will continue to face threats around them. Not even now they are also facing the Covid-19 pandemic in order to maintain their business existence like other business.

Keywords: Strategy, Marketing, Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro, SWOT Analysis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seluruh dunia termasuk Indonesia saat ini sedang menghadapi pandemi covid-19, dengan penyebaran yang sangat cepat hingga menyebabkan pandemi global yang berlangsung sampai sekarang. Sudah dua tahun lebih pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Hal ini mengakibatkan hampir semua lini usaha mengalami kerugian baik secara nasional maupun internasional. Tidak peduli baik dilihat dari segi jenis usaha apapun itu dan entitas dari usaha tersebut, semua sama-sama saling mengalami kerugian. Bahkan banyak bisnis yang akhirnya harus gulung tikar karena dampak dari pandemi Covid-19 ini.

Di Indonesia, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (darurat) di sejumlah tempat, banyaknya karyawan yang terkena PHK, menurunnya permintaan dalam sektor ekonomi membuat aktivitas ekonomi mengalami penurunan yang cukup drastis. Sesuai rilis Katadata Insight Center (KIC) pada 28 April 2021, mayoritas UMKM (82,9%) merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9%) yang mengalami pertumbuhan positif (<https://www.ekon.go.id>).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah pada tahun 2020. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai dengan 60,4% dari total investasi (<https://www.bkpm.go.id>).

Banyak UMKM yang merasakan dampak negatif dari pandemi ini, pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di tahun 2020 dan dilanjutkan di tahun 2021. Realisasi PEN untuk mendukung UMKM sebesar Rp. 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah juga telah menganggarkan PEN untuk mendukung UMKM dengan dana sebesar Rp. 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum pemulihan ekonomi (<https://www.ekon.go.id>).

Tetapi permasalahan yang dihadapi UMKM karena dampak dari pandemi Covid-19 tidak hanya dari segi ekonomi saja, seperti perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat di masa pandemi seperti ini dari *offline* ke *online*, adanya masalah tenaga kerja akibat dari pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), terhambatnya distribusi produk, kesulitan bahan baku produksi sehingga para pelaku bisnis harus bisa merealisasikan ide-ide inovatif dan kreatif mereka.

Masa pandemi saat ini menjadikan segalanya menjadi tidak pasti, maka sebuah bisnis harus tanggap dalam segala hal. Terutama dalam memasarkan

produknya, sebuah bisnis harus selalu mengikuti perilaku baru yang ada agar menarik minat calon konsumen dan tidak kalah bersaing dengan bisnis lain. Karena tujuan dari pemasaran yaitu untuk menarik minat konsumen agar tertarik membeli produk yang dijual dan juga menjaga *brand value* dari sebuah bisnis dan mengkomunikasikannya kepada konsumen agar mereka mengerti sebuah nilai dari sebuah produk.

Munculnya masalah-masalah baru akibat adanya dampak dari pandemi covid-19, analisis SWOT bisa dibilang cukup membantu, dimana perusahaan haruslah memperhatikan kondisi lingkungan internal dan eksternal mereka untuk keberlangsungan hidup usaha mereka kedepannya. Menurut Kotler dalam Maria mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Maria, 2020)

Wirausahawan dapat merealisasikan segala ide dan gagasan yang diinginkan, dengan memegang kendali atas perusahaannya. Maka salah satu jalan yang muncul adalah sebuah pendirian perusahaan keluarga. Bisnis atau perusahaan keluarga adalah sebuah perusahaan dimana terdapat kepemilikan saham yang dominan oleh suatu keluarga dan terdapat satu orang atau lebih dari anggota keluarga yang berperan aktif dalam pimpinan puncak sehingga adanya kontrol kepemilikan dan manajemen yang kuat oleh suatu keluarga dalam aktivitas perusahaan (Doriza, 2021).

Munculnya bisnis keluarga menjadi daya tarik masyarakat guna meningkatkan pendapatan dan dapat mempekerjakan anggota keluarga. Afriany & Budiarto mengemukakan dalam Doriza bahwa anggota keluarga

yang memiliki keahlian serta berkeinginan untuk membangun bisnis dapat bergabung mendirikan sebuah usaha, kepemilikan usaha oleh keluarga akan lebih menguntungkan karena kemudahan memperoleh modal yang dibutuhkan seperti perlengkapan dan peralatan (Doriza, 2021).

Kandade *et al.* mengemukakan dalam Doriza bahwa pada umumnya bisnis keluarga dibangun agar dapat bertahan lama sampai ke generasi berikutnya. Tetapi untuk mencapai keberhasilan tersebut diperlukan landasan yang kuat yang dibangun oleh perndiri dan proses regenerasi yang baik pada suksesor sehingga bisnis tersebut dapat bertahan sampai generasi berikutnya. Tetapi mempertahankan sebuah bisnis keluarga bukanlah hal yang mudah karena akan dihadapkan dengan banyak masalah seperti masalah pribadi, masalah hubungan keluarga, maupun masalah dalam manajemen bisnis (Doriza, 2021). Karena mendirikan bisnis keluarga sebenarnya bukan masalah yang rumit, tetapi yang sulit yaitu mempertahankannya hingga ke generasi berikutnya.

Salah satu bisnis keluarga yang sudah menjadi ikon di Batu, Jawa timur dan sudah memiliki beberapa cabang yang bernama Pos Ketan Legenda ini sudah berdiri sejak 1967. Asal kata dari nama “Pos” ini berawal karena dulu pemilik usaha ini yang bernama nenek Siami yang berjualan di depan kantor pos sehingga orang-orang menyebutnya pos ketan. Dan kata “Legenda” ini diberikan karena usaha ini memang sudah melegenda di kalangan pelanggan setianya.

Hasil observasi penelitian ini diperoleh dari cabang Pos Ketan Legenda 1967 yang berada di Jl. Sudimoro no. 184, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur yang kemudian dikelola oleh generasi ke 3 yang bernama Satria Kharisma Lisnanta. Bisnis ini telah bertahan selama 55 tahun hingga saat ini dan terus diturunkan kepada generasi penerus di keluarga pemilik bisnis tersebut, bahkan hingga memiliki beberapa cabang dan terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro Dalam Mempertahankan Bisnis Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19” sebagai bisnis keluarga yang sudah berdiri selama 55 tahun sejak tahun 1967 dan tetap bertahan dengan strategi yang dimilikinya di masa pandemi covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap strategi pemasaran pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang sudah berjalan selama 55 tahun?
2. Strategi apa yang harus dilakukan Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19?
3. Inovasi apa yang harus dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap strategi pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang sudah berjalan selama 55 tahun.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19 .
3. Untuk mengetahui inovasi apa saja yang harus dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro di masa pandemi covid-19.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dunia pendidikan yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan bahan pertimbangan bagi penelitian yang sejenis kedepannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan serta memberikan peneliti

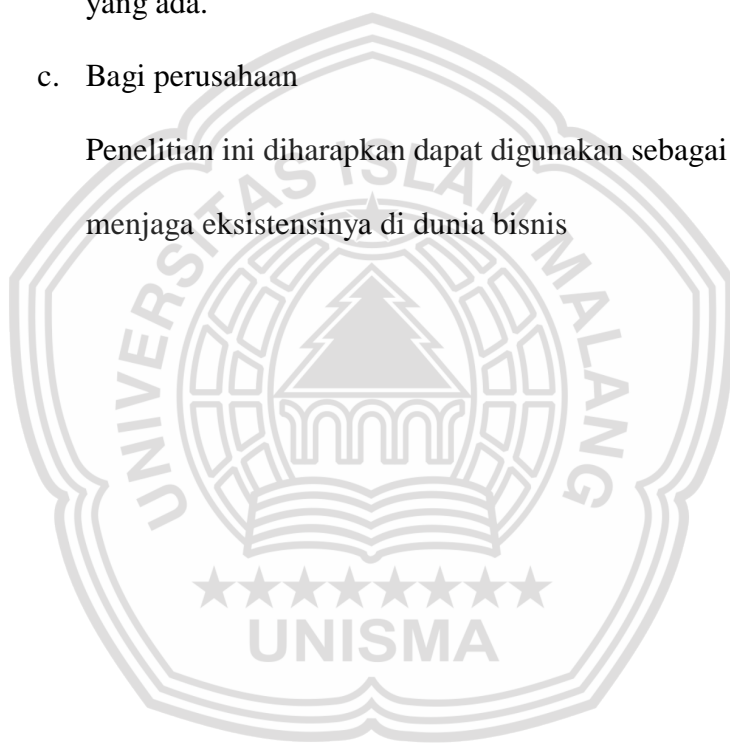
kesempatan untuk menambah sedikit pengalaman dan pengetahuan dalam mempertahankan sebuah bisnis.

b. Bagi Kalangan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan kepada segenap mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk dapat memahami bagaimana mempertahankan sebuah bisnis agar dengan segenap permasalahan yang ada.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan dalam menjaga eksistensinya di dunia bisnis





BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil matrik IFAS dan EFAS bahwa Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kelemahan dan memiliki ancaman yang pasti akan dihadapi oleh perusahaan. Tetapi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kekuatan dan peluang yang ada sehingga kelemahan dan ancaman itu bukan menjadi penghalang karena ada strategi yang bisa diterapkan sebagai langkah kedepannya.
2. Strategi yang digunakan dengan adanya kekuatan perusahaan serta pemanfaatan peluang yang ada dengan cara menetapkan standar dan mempertahankan kualitas produk yang dijual. Selain itu membuat tempat yang nyaman bagi konsumen yang datang serta memanfaatkan kemajuan teknologi yang tersedia saat ini.
3. Strategi dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, mendesain ruangan dengan mengikuti kemajuan desain saat ini serta memberikan reward bagi karyawan yang berprestasi agar karyawan untuk meminimalisir adanya pergantian keluar masuknya karyawan.

4. Strategi dalam meminimalisir dampak dari adanya ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara mempertahankan kualitas makanan yang dijual serta memberikan ciri khas atas produk makanan yang dijual serta memanfaatkan teknologi agar dapat bertahan dalam bersaing serta adanya pandemi covid-19.
5. Strategi yang bisa digunakan untuk meminimalisir dampak dari ancaman yang dihadapi perusahaan serta kelemahan perusahaan yaitu dengan cara melakukan pendekatan kepada konsumen loyal dan menciptakan ciri khas baik itu untuk produk yang dijual maupun pelayanan.

5.2 Keterbatasan

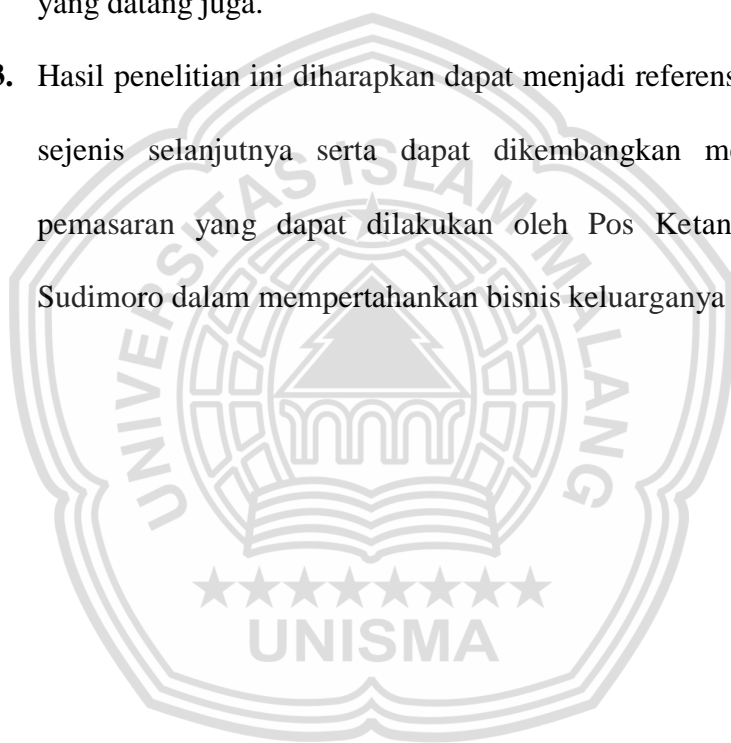
Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian hanya dilakukan di Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang terletak di Jl. Ikan Tombro No. 01, Kel. Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang.

5.3 Saran

Adapun saran yang bisa diberikan kepada Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro adalah:

1. Bagi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro diharapkan dapat selalu mempertahankan kualitas kualitas dan cita rasa produk yang dijual bahkan melakukan inovasi untuk produk yang dijual dan desain ruangan yang nyaman agar dapat meningkatkan daya tarik bagi calon konsumen maupun konsumen loyal.

2. Adanya kelemahan perusahaan serta ancaman yang dihadapi oleh perusahaan bisa diminimalisir dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan serta peluang yang ada dengan cara memberikan rasa nyaman bagi karyawan dalam bekerja di Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro. Tidak hanya bagi karyawan, Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro juga harus bisa memberikan rasa nyaman bagi konsumen yang datang juga.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis selanjutnya serta dapat dikembangkan mengenai strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro dalam mempertahankan bisnis keluarganya





DAFTAR PUSTAKA

- Aarker, David, 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Afandi, Pandi. 2018. *Manajemen Sumberdaya Manusia Teori Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bakoğlu, R., & Yıldırım, O. B. A. 2016. *The Role of Sustainability in Long Term Survival of Family Business: Henokiens Revisited*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 788-796.
- Bkpm.go.id, *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>. (diakses pada 27 Desember 2021)
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Maleong. Pendekatan kualitatif. (him. 4). Jakarta: Rineka cipta.
- Danang Sunyoto. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- David & Rangkuti, F. 2014. *Manajemen Strategi*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David Fred R., Forest R. David. 2015, *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi ke-15, New Jersey: Pearson Education.
- Djaslim Saladin. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.
- Doriza, Shinta *et al.* 2019. *Tingkat Pendidikan dan Motivasi Kesiapan Suksesor Pada Bisnis Keluarga*. JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan), Vol. 08, No. 01.
- Ekon.go.id, *Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>. (diakses pada 27 Desember 2021)
- Gunawan, Imam. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

- Kotler, Philip and Gary, Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Gary, Amstrong. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Kotler, Philip and Gary, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- M. Ungerer, & Miene, C. 2018. *A Family Business Success Map to Enhance the Sustainability of a MultiGenerational Family Business*. *International Journal of Family Business and Management Studies*, Vol. 2 No. 1.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Maria, Anna. 2020. *Analisa SWOT Sebagai dasar Penyusunan Strategi Pembukaan RPL Akademi Kesehatan John Paul II Pekanbaru*. *Jurnal HUMMANSI*, Vol. 3, No. 2.
- Martini, L. K. 2018. *Sukses Perusahaan Keluarga*. Denpasar Timur: CV. Setia Bakti.
- Oudah, M., Jabeen, F., & Dixon, C. 2018. *Determinants Linked to Family Business Sustainability in the UAE: An AHP Approach*. *Sustainability*, Vol. 10 No. 1.
- Prayogo, G Adi et al. 2019. *Faktor-Faktor Yang Membentuk Bisnis Keluarga Bertumbuh Secara Berkelanjutan*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 04, No. 02.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samaji, R, 2015, *Strategi Pengembangan Ekowisata Ngelanggeran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sekitar Desa Ngelanggeran Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sanjaya, A Prakas. 2020. *Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel*. Skripsi. Universitas Sanata dharma Yogyakarta.

- Saputra, S. A. 2015. *Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop Persib di Wilayah Bandung*. Jurnal Fakultas Manajemen Ekonomi,
- Sedjati, R. S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Serdamayanti, 2014, *Manajemen Strategi*. Cetakan kesatu. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Tjahjaningsih, Endang, and Euis Soliha. 2015. *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoretis Serta Riset Pemasaran*. Semarang, Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Kelanggengan Entrpreneurship dalam Bentuk Bisnis Keluarga: Apa yang Telah dan Masih Perlu Diungkap*. Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Vol. 2 No. 1 dan 2,
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Widoyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar