

Diversifikasi produk dan pengendalian mutu produk sebagai upaya peningkatan penjualan Trini Karya

Eno Casmi¹, Subarjo¹, Bustanul Arifin¹, Alifah Widya Rachmawati¹, Hendrato Setiabudi Nugroho²

¹ Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

² Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

E-mail: eno-casmi@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Saat ini persaingan usaha semakin ketat, tak terkecuali usaha yang dimulai dari kecil dan diinisiasi untuk mensejahterakan kaum tertentu seperti kaum buruh perempuan paperbag di Trini Karya. Trini Karya diinisiasi dengan tujuan untuk mengatasi ketimpangan ekonomi kaum buruh paperbag di pinggiran Kota Yogyakarta. Saat ini Trini Karya memasuki usia delapan tahun menjalankan usaha paperbag. Produk Trini Karya telah memasuki pasar lokal di Yogyakarta seperti menyuplai kemasan berbahan kertas di UMKM Yogyakarta: Bakpia Tugu, Batik Adhinata, dsb, dan luar Yogyakarta UMKM didaerah Kalimantan dan Madura. Namun pada pejalanannya, pesaing usaha paperbag semakin menjamur, sehingga Trini Karya perlu meng-upgrade diri untuk tetap eksis dan memenangkan daya saing pasar. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan ditemukan bahwa produk karya perlu untuk membuat varian produk lain agar produknya lebih menarik, peningkatan mutu atau kualitas produknya, serta perlu adanya usaha lebih untuk meningkatkan penjualan. Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Trini Karya. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dengan tahapan meliputi identifikasi kebutuhan, mendesain program pelatihan, melaksanakan program pelatihan, serta evaluasi capaian. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh anggota Trini Karya dapat membuat diversifikasi produk berupa hiasan dinding berbahan kertas, penjagaan kualitas atau mutu produk, serta peningkatan penjualan produk melalui varian produk dan mutu produk yang lebih baik lagi. Berdasarkan evaluasi atas seluruh rangkaian kegiatan program pelatihan pada Trini Karya dapat disimpulkan bahwa rangkaian kegiatan program pengabdian ini memberikan kontribusi untuk Trini Karya.

Kata Kunci Diversifikasi Produk; Pengendalian Mutu; Peningkatan Penjualan

Abstract

Currently, business competition is getting tougher, including businesses that start small and are initiated for the welfare of certain people such as the female paperbag workers at Trini Karya. Trini Karya was initiated with the aim of overcoming the economic inequality of paperbag workers on the outskirts of Yogyakarta City. Trini Karya is currently in its eighth year of running the paperbag business. Trini Karya's products have entered the local market in Yogyakarta such as supplying paper-based packaging in Yogyakarta MSMEs: Bakpia Tugu, Batik Adhinata, etc., and outside Yogyakarta MSMEs in Kalimantan and Madura. But on the way, paperbag business competitors are mushrooming, so Trini Karya needs to upgrade itself to exist and win market competitiveness. Based on the results of the survey that has been carried out, it is found that the work product needs to make other product variants to make the product more attractive, improve the quality or quality of its products, and need more effort to increase sales. This community service program was carried out with the aim of overcoming the problems faced by Trini Karya. The method used in this service is training with stages including identifying needs, designing training programs, implementing training programs, and evaluating achievements. The training results show that all members of Trini Karya can make product diversification in the form of paper wall hangings, maintain product quality, and increase product sales through product variants and better product quality. Based on the evaluation of the entire series of training program activities at Trini Karya, it can be concluded that this series of service program activities contributed to Trini Karya.

Keywords Product Diversification; Quality Control; Sales Increase



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



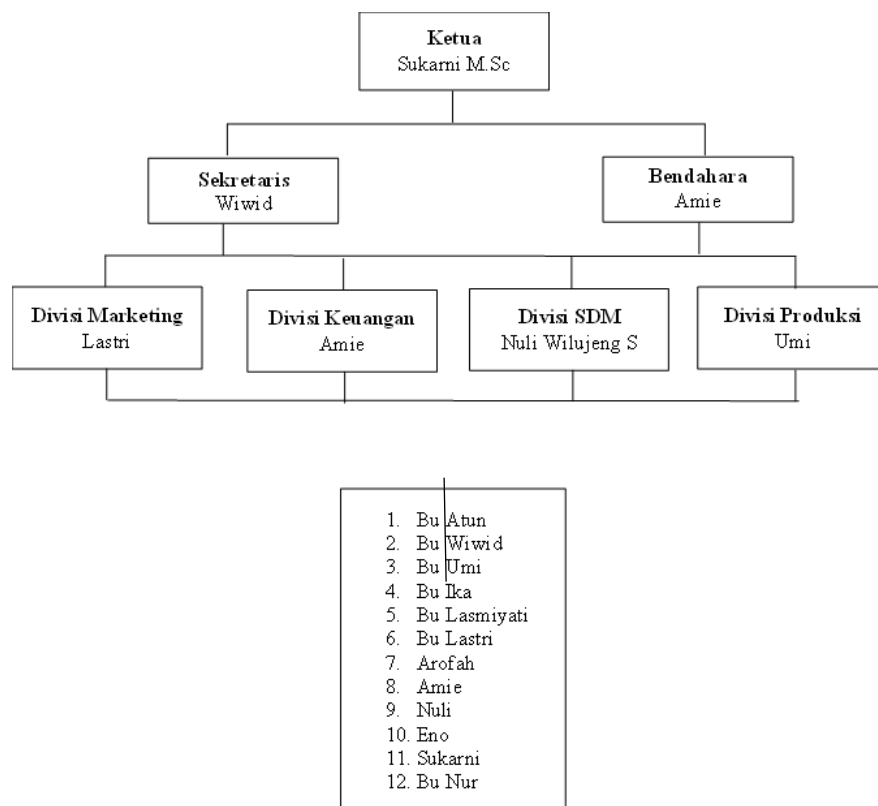
PENDAHULUAN

Trini Karya didirikan pada 27 November 2016 oleh beberapa civitas akademik dosen dan mahasiswa dari beberapa kampus di Yogyakarta sebagai salah satu bentuk keprihatinan adanya ketimpangan ekonomi yang ada disudut pinggiran kota Yogyakarta tepatnya di Dusun Trini, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Trini Karya secara khusus memproduksi paper bag atau tas kertas dengan berbagai macam desain dan ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Produksi tas kertas dikerjakan secara manual oleh para perempuan di Dusun Trini, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Adapun jenis bahan kertas yang digunakan untuk memproduksi tas kertas adalah kertas ivory, bc, kraft putih, kraft coklat, kertas marga. Produk tas kertas Trini Karya cocok digunakan dalam berbagai kebutuhan konsumen seperti tas untuk penjualan toko fashion, factory outlet, distro, kuliner, souvenir, kegiatan seminar, event, hajatan/syukuran dan lain-lain. Keunggulan dari produk tas kertas Trini Karya terletak pada bahan yang ramah lingkungan, kerapian, harga terjangkau serta pelayanan desain gratis bagi konsumen.

Sesuai dengan tujuan didirikannya Trini Karya untuk mengatasi permasalahan ketimpangan ekonomi, Trini Karya memiliki visi yang mulia yakni: Mewujudkan usaha bersama yang membangun potensi ekonomi dan sosial untuk kesejahteraan anggota, dan misi: Meningkatkan peran dan partisipasi pengurus dan anggota sebagai pemilik usaha Bersama; Mengembangkan kemandirian pengurus dan anggota melalui pelatihan dan pendampingan.; serta Menyelenggarakan pendidikan koperasi untuk meningkatkan dan memajukan perekonomian keluarga.

Manajemen Usaha Trini Karya

Manajemen usaha Trini Karya dikelola oleh anggota usaha bersama Trini Karya dengan bentuk pra koperasi sehingga dimiliki oleh seluruh anggota Trini Karya layaknya sebuah koperasi. Saat ini anggota Trini Karya berjumlah 25 orang. Seluruh anggota memiliki peran yang penting dalam keberlangsungan usaha Trini Karya. Adapun divisi yang ada di Trini Karya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Organisasi Trini Karya

Sesuai dengan Struktur Organisasi di atas, berikut deskripsi pekerjaan masing-masing pengurus dan divisi:

- a. Ketua, bertanggung jawab dalam hal membangun sistem manajemen usaha serta organisasi yang akan dilaksanakan. Mengkoordinasikan kegiatan seluruh anggota pengurus dan menangani tugas

- pengurus yang berhalangan, memimpin rapat dan mewakili koperasi didalam dan di luar forum. Berfungsi sebagai pengurus, selaku pimpinan, serta bertanggungjawab pada Rapat Anggota
- b. Sekretaris, bertanggungjawab dalam administrasi manajemen usaha.
 - c. Bendahara, bertanggungjawab untuk mengatur dan menampung semua keuangan yang ada dan mengeluarkan sesuai prosedur, menyiapkan anggaran setiap bulan, mengawasi penerimaan dan pengeluaran uang (termasuk kas dan simpanan pokok, wajib, dan sukarela), menyimpan bukti asli penerimaan dan pengeluaran yang telah tervalidasi, mengontrol anggaran, membuat laporan keuangan.
 - d. Divisi Produksi, divisi ini bertugas menterjemahkan pesanan konsumen dari proses pembuatan pola dan desain sesuai yang diminta, penentuan bahan tas kertas, hingga proses tas kertas siap untuk dilipat oleh anggota Trini Karya.
 - e. Divisi Sumber Daya Manusia (SDM), bertanggung jawab terhadap perekrutan dan pengelolaan anggota baik dari mahasiswa maupun ibu-ibu dan masyarakat di Dusun Trini. Dalam hal ini, SDM ingin membangun kesadaran dan pengetahuan pada ibu-ibu terkait semangat kerjasama, gotong royong yang sejatinya melandasi usaha bersama dan rintisan koperasi produksi. Divisi SDM dalam upaya pendampingan ini juga diharapkan mampu menyesuaikan kebutuhan dari pihak masyarakat (ibu-ibu).
 - f. Divisi Marketing, bertanggung jawab pada penjualan produk tas kertas yang dilakukan secara online maupun offline. Penjualan offline dilakukan dengan personal selling, serta secara online dilakukan dengan mengelola website www.trinikarya.com dan berbagai akun media sosial lainnya. Divisi marketing merupakan ujung tombak pemasaran agar memperoleh order.
 - g. Anggota, Anggota Trini karya memiliki tanggung jawab untuk memproduksi tas kertas dari proses melipat hingga siap dikirim ke konsumen.

Sumberdaya yang menduduki posisi di dalam struktur kepengurusan usaha ini telah diwakili dari pemuda dan ibu-ibu buruh rumahan Dusun Trini. Mereka mengemban tugas baik sebagai penanggungjawab maupun anggota dari divisi. Usaha bersama ini dibangun dengan dilandasi semangat usaha sosial, yakni saling bergotong royong, bekerjasama demi manfaat sosial dan tidak hanya sekedar mengejar profit semata.

Permasalahan Trini Karya

Pada dasarnya diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting bagi sebuah usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Diversifikasi seringkali digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan peluang bisnis dengan melakukan modifikasi pada produk yang mereka produksi. Kotler menjelaskan bahwa diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini. Lebih dalam lagi Effendi menjelaskan bahwa diversifikasi produk dapat digunakan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal. Disisi lain Tjiptono mengemukakan diversifikasi produk merupakan upaya mencari dan menciptakan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

Sejak awal berdiri tahun 2016 Trini Karya telah menunjukkan pertumbuhan usaha yang cukup signifikan, hal tersebut tercermin dalam pencapaian omzet trini dari tahun ke tahun yang terus meningkat. Pertumbuhan Trini Karya saat ini seiring dengan pertumbuhan UMKM yang mulai melekat dengan *packaging* yang menarik dan memberikan *value added* pada produk yang mereka jual. *Packaging* yang menarik dapat menarik lebih banyak konsumen sehingga penjualanpun meningkat. Selain itu eksklusivitas produk semakin terlihat dengan *packaging* yang menarik membantu perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya. Terdapat beberapa pelanggan setia Trini Karya yang cukup besar dan loyal seperti Tugu Jogja, Batik Adinata dan lain – lain. Tidak dipungkiri bahwa saat pelanggan Trini Karya saat ini lebih banyak *existing customer* dari pada konsumen baru. *Existing customer* cukup loyal dengan Trini Karya dikarenakan kualitas dan pelayanan yang diberikan cukup memuaskan. Namun disisi lain Trini Karya kesulitan untuk mendapatkan konsumen baru karena semakin banyaknya usaha sejenis yang memberikan berbagai macam penawaran yang menarik seperti waktu pengerjaan yang lebih ringkas, warna yang lebih menarik, bahan yang lebih lengkap dan tawaran *bundling* yang menarik juga. Oleh karena situasi tersebut maka diperlukan perhatian khusus untuk Trini berinovasi pada produk yang dijual

agar dapat lebih bersaing dengan pesaing baru serta menambah lebih banyak lagi konsumen baru. Selain itu, menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat, dari sisi sumber daya manusia sendiri perlu *upgrade* kemampuan dan motivasi untuk tetap terus mengembangkan usahanya

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pembuatan diversifikasi produk untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan anggota Trini Karya, penyampaian materi menjaga mutu produk untuk meningkatkan kualitas paperbag Trini Karya, serta pelatihan peningkatan penjualan. Pelatihan adalah salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan kompetensi seluruh anggota Trini karya dengan memberikan pembinaan tambahan keterampilan tertentu. Adapun pelatihan dilakukan dengan mengadaptasi dari model konseptual yang dilakukan oleh Gustiana, dkk (2022) yakni identifikasi kebutuhan, mendesain program pelatihan, melaksanakan program pelatihan, serta evaluasi.

Tahap identifikasi kebutuhan mitra meliputi analisis kebutuhan mitra terkait kegiatan pelatihan diversifikasi produk, pelatihan penjaminan mutu produk, dan peningkatan penjualan yang diharapkan untuk memberdayakan seluruh anggota Trini Karya. Tahap kedua yakni mendesain program pelatihan yang terdiri dari penentuan tujuan pelatihan, sasaran pelatihan, dan metode pelatihan yang akan digunakan. Tahap ketiga program pengabdian ini melaksanakan pelatihan sesuai dengan rencana yang telah disepakati pada tahap kedua dan diakhiri dengan evaluasi untuk memastikan tercapainya tujuan kegiatan pelatihan. Adapun sasaran pelatihan ini adalah seluruh anggota Trini Karya yang aktif dalam pembuatan paperbag dan menjadi anggota struktural Trini Karya sebanyak 17 orang. Peserta diberikan pelatihan selama 1 hari pada tanggal 13 Juli 2024 di Gedung Paud Dusun Trini, Sleman Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan diversifikasi produk, pelatihan penjaminan mutu produk, dan peningkatan penjualan di Gedung Paud Dusun Trini, Sleman Yogyakarta diawali dengan analisis kebutuhan lapangan terkait materi pelatihan. Seluruh anggota Trini Karya berharap dapat memperoleh pelatihan untuk membuat produk lain berbahan kertas yang memiliki nilai jual, pelatihan untuk menjaga kualitas atau mutu produk, dan pelatihan untuk meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan oleh Trini Karya. Selama perjalanan usaha Trini Karya dijalankan hingga saat ini masih terfokus pada pembuatan produk paperbag yang mana saat ini produk paperbag semakin kompetitif seiring dengan semakin bertambahnya usaha yang sejenis. Oleh karena itu, anggota Trini Karya berharap dapat membuat produk lain yang masih ada kaitannya dengan kertas agar dapat meningkatkan pendapatan usaha Trini Karya.

Tahap kedua yakni pelaksanaan program pelatihan diversifikasi produk. Trini Karya dilatih dan diberikan contoh untuk membuat produk olahan kertas lain selain paperbag berupa hiasan dinding yang dibuat dari lintingan kertas yang tidak terpakai bernilai jual tinggi, hiasan rumah tangga seperti tatakan piring, vas bunga, kartu undangan pernikahan, dan produk lainnya. Berikut adalah dokumentasi praktek pembuatan salah satu produk untuk diversifikasi produk dari olahan kertas.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Diversifikasi Produk Berbahan Limbah Kertas

Tahap ketiga yakni pelatihan peningkatan mutu atau kualitas produk, dan peningkatan penjualan produk. Materi disampaikan secara terperinci dan jelas oleh pembicara perwakilan dari Asosiasi Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia (APIKRI) Athi Munzilah dan Harmoko. Untuk membuat produk yang variatif dibutuhkan keterampilan dan jiwa seni yang kuat, maka Trini Karya perlu ada pelatihan yang dilakukan secara continue untuk pembuatan produk lain, untuk menjaga mutu atau kualitas produk di butuhkan kesiapan sumber daya tempat dan startegi pengemasan yang lebih bagus, serta perlu agresifitas pada bagian marketing untuk lebih mengenalkan produk Trini Karya dan menjual produk Trini Karya.



Gambar 3. Penyampaian Materi Diversifikasi Produk oleh Pak Moko APIKRI

Selain pelatihan diversifikasi produk, pelatihan mutu produk, dan pelatihan peningkatan penjualan yang diberikan oleh perwakilan APIKRI, untuk menambah semangat usaha anggota Trini Karya juga diberikan pelatihan refreshment oleh Dian Sartika Sri, S.Psi, M.Psi dari Rumah Konsul. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan semangat berkarya dan berbisnis untuk menjalankan bisnis Trini Karya sehingga penjualan dapat meningkat.



Gambar 4. Seluruh Anggota Trini Karya Mengikuti Pendampingan Program Pengabdian Masyarakat

Persaingan usaha yang semakin kompetitif saat ini memaksa para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam pembuatan produk. Tjiptono, dkk (2008:148) menjelaskan bahwa diversifikasi merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini pada saat suatu usaha atau bisnis tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, keadaan pasar yang kurang stabil, serta adanya dampak dari naik turunnya penjualan dan/atau keuntungan. Untuk membuat sebuah usaha dapat berkompetisi dipasar yang semakin kompetitif ini, perusahaan juga perlu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas atau mutu produk menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi berbagai sistem produksi (Hariastuti, 2018). Peran penting dalam mengatasi permasalahan dan membuat kesuksesan pada suatu produk hingga

diterima oleh pasar dan masyarakat terdapat pada pengendalian mutu produk (Hadiat, dkk, 2019). Selain itu, mutu produk juga dapat menentukan kepuasan pelanggan dalam upaya untuk keadah perbaikan yang terus menerus (Yana, 2015). Oleh karena itu perusahaan harus berupaya untuk menjaga kepuasan pelanggan melalui mutu yang ditawarkan untuk menarik pelanggan agar melakukan pembelian kembali sehingga dapat volume penjualan pun dapat meningkat (Putri dan Rahmizal, 2022).

SIMPULAN

Seluruh rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dengan baik dan semua target luaran tercapai sesuai dengan perencanaan. Selama proses kegiatan program pengabdian ini, seluruh peserta sangat antusias menerima materi dan melakukan praktik pembuatan produk seni lainnya berbahan dasar limbah kertas. Anggota Trini Karya telah mendapatkan edukasi dan pendampingan diversifikasi produk, pengendalian mutu, dan penjualan produk dari expert dibidangnya. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan peserta Trini mendapatkan ilmu dan pengalaman tentang membuat varian produk berbahan kertas, mendapatkan ilmu mengenai bagaimana menjaga kualitas produk, serta ilmu untuk meningkatkan penjualan melalui produk lain yang dibuat dari bahan kertas dan mutu produk yang baik sehingga rangkaian kegiatan program pengabdian ini memberikan kontribusi untuk Trini Karya. Adapun saran kedepannya agar diselenggarakan kembali program pengabdian kepada masyarakat secara teoritis dan praktik dengan materi lain seperti penguatan sumber daya untuk meningkatkan kinerja anggota Trini Karya. Selain itu penting sekali untuk pelatihan dan pendampingan dilakukan secara periodik memberikan kesempatan kepada para peserta untuk dapat berlatih secara lebih intensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*.
- Afrianto, E. (2008). *Pengawasan mutu bahan/produk pangan*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Agustono, B. W., & Setyowati, N. (2017). Diversifikasi produk sebagai upaya strategi pemasaran produk olahan jagung. *Karanganyar*, 2011, 355–364.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- Farida, J. (2015). *Teori dan aplikasi sembilan kunci keberhasilan bisnis jasa: Sumber daya manusia, inovasi, dan kepuasan pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hadiat, D. A., Handarto, & Nurjanah, S. (2019). Analisis pengendalian mutu produk tempe menggunakan statistical quality control (SQC) di industri rumah tangga Yayah Komariah, Majalengka. *SENTER 2019: Seminar Nasional Teknik Elektro 2019*, (November 2019), 376–387.
- Hartati, D. (n.d.). Evaluasi mutu bahan baku dan bahan pembantu, proses produksi dan produk akhir Roti Kecil di Perusahaan Roti Ganep's Traditional Snacks.
- Indriaty, Setyoko, Marjanah, & Mardiyah, A. (2021). Diversifikasi olahan jamur merang (*Volvariella volvacea*) sebagai produk makanan bagi PKK Bungong Seulanga di Birem Rayeuk Aceh Timur. *Jurnal Abdimas BSI*, 4(2), 191–198.
- Kartawan, K., Rinandiyana, L., & Kurniawan, D. (2016). Pengembangan usaha melalui peningkatan kemampuan bersaing produk UMKM dalam memasuki masyarakat ekonomi ASEAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(2).
- Khalidun, R. (2016). Pemberdayaan (pemuda) karang taruna dalam meningkatkan dan menumbuhkan minat bisnis kreatif di Desa Giri Madia Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12(2), 168–185. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v12i2.2398>
- Purwanta, E., Lidyasari, T. A., Baroroh, K., & Rachmawati, I. (2024). Pelatihan digital marketing bagi sumber daya manusia di objek wisata Kalibiru. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 5(2), 32–37. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v5i2.193>
- Putri, N. D., & Ragmizal, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap penjualan dan Indoriva Online pada PT. Multisukses Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Palupi, R. A. T. (2019). Analisis strategi diversifikasi varian rasa produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Produk Jenang di UD Teguh Rahardjo Ponorogo).
- Saputri, R. D., & Syarifah, L. (2021). Video profil sebagai sarana promosi memajukan wisata alam Kalibiru dan

- peningkatan ekonomi masyarakat. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 21(2), 89–98.
- Setyadi, H. A., Sardiarinto, S., Nugroho, W., & Perbawa, D. S. (2024). Penggunaan aplikasi CapCut untuk menghasilkan konten video kreatif bagi para santri. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 1841–1848.
- Syarif, A., & Sutrisno. (2023). Peningkatan literasi keuangan syariah melalui aktivitas dakwah pimpinan ranting Muhammadiyah. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 4(2), 219–228. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v4i2.143>
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran strategik*.
- Wibowo, D. (2009). Pengendalian mutu proses produksi roti pisang di Perusahaan Roti Milano Surakarta.
- Yana, S. (2015). Analisis pengendalian mutu produk roti pada Nusa Indah Bakery Kabupaten Aceh Besar. *Journal*, 4(1), 17–23.