

EFEK PENYESUAIAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK(BBM) TERHADAP HARGA, OMSET, DAN AKTIVITAS USAHA KECIL

Okto Nawa Pau¹⁾

Abstrak

Kebijakan penyesuaian harga bahan bakar minyak(BBM) menimbulkan efek negatif terhadap Usaha kecil. Pemerintah menyatakan bahwa pemerintah menyesuaikan harga BBM karena besarnya subsidi BBM sebanyak lebih dari Rp 200 triliun dan akan menjadi lebih Rp 300 triliun bila BBM tidak segera dinaikkan sehingga membebani APBN. Kebijakan kenaikan BBM menambah jumlah penduduk miskin, karena menurut Direktur Eksekutif Lembaga Kajian Reformasi Pertambangan dan Energi Pri Agung Rakhmanto, (*Kompas*, 7/5/2006), kenaikan harga BBM sebesar 30 persen berpotensi mengakibatkan orang miskin bertambah sebesar 8,55 persen atau sekitar 15,68 juta jiwa. Hal ini diungkapkan juga oleh Iwan Jaya Aziz bahwa garis kemiskinan akan naik keatas dan jumlah penduduk miskin akan bertambah sebab pendapatan mereka tidak bertambah secara signifikan. Sebagai hasil kajian terhadap industri warung dan rumah makan di kota Kupang menunjukkan kenyataan bahwa omzet mereka menurun, dari sebelum kenaikan BBM. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Sebagian besar industri kecil adalah konsumen minyak tanah yang harganya telah naik 300 persen, dari Rp 1.000/per liter menjadi Rp 3.000/per liter. Dimana minyak tanah adalah komponen utama dalam proses produksi mereka. Bahkan efek yang lebih buruk lagi berpengaruh terhadap struktur biaya produksi industri makanan dan minuman yang menggunakan BBM. Tapi yang lebih penting yang harus dilakukan dalam jangka pendek untuk mengurangi efek kenaikan harga BBM adalah melakukan kontrol harga secara intensif segera setelah harga BBM baru ditetapkan. Hal ini akan menjadi tidak proporsional jika hanya dilakukan oleh pemerintah atau oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) saja. Karena itu, pelibatan masyarakat luas untuk memantau harga adalah ide yang baik.

Kata Kunci : Efek Penyesuaian, Harga, Omzet

Kebijakan pemerintah untuk penyesuaian kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) disampaikan melalui Menko Perekonomian, sesuai rapat terbatas di Kantor Presiden hari Senin 5 Mei 2008 lalu. Meskipun sehari sebelumnya pemerintah memberi pernyataan bahwa tidak terlalu cepat menaikkan harga BBM. Masih ada alternatif lainnya untuk tidak mengambil langkah ini seperti penghematan APBN. Menurut Presiden kenaikan harga BBM adalah langkah terakhir. Akan tetapi kenyataannya justru langkah inilah yang ditempuh oleh Pemerintah. Alasan menaikkan harga BBM menurut Pemerintah, adalah

karena tekanan yang semakin berat terhadap APBN 2008 akibat terus membengkaknya subsidi BBM sebagai efek langsung dari terus meroketnya harga BBM di pasaran internasional yang telah menembus angka US\$ 120 perbarrel, pada bulan Mei 2008. walaupun pada bulan Desember 2008 lalu harga BBM dunia telah anjlok menjadi \$ 47 per barrel dan Pemerintah melakukan kebijaksanaan penyesuaian harga turun untuk konsumsi solar dan premium menjelang pemilihan umum 2009.

Respon masyarakat lewat para pakar terhadap kenaikan BBM adalah terbagi dalam sikap tidak setuju dan ada yang bersikap setuju dalam berbagai bentuk

¹⁾Dosen tetap pada Jurusan Administrasi Bisnis, FISIP-Undana

gejolak dan bahkan demonstrasi mahasiswa. Adapun respons itu dapat dirangkum dari beberapa pendapat para pakar ekonomi sbb:

- 1) Respons masyarakat lewat para pakar yang tidak setuju dengan kebijakan kenaikan BBM, menyatakan bahwa pemerintah menyesuaikan harga BBM karena besarnya subsidi BBM sebanyak lebih dari Rp 200 triliun dan akan menjadi lebih dari Rp 300 triliun bila BBM tidak segera dinaikkan. Alasan itu dapat diterima bila seluruh minyak mentah diimpor dari luar negeri. kenyataannya, Indonesia masih memproduksi 910 ribu barrel minyak mentah setiap hari. Memang, produksi dalam negeri sebanyak itu tidak mencukupi, karenanya harus diimpor. Subsidi itu dihitung dari jumlah minyak mentah yang diimpor itu. Kwik Kian Gie menyebut, bila perhitungan dilakukan dengan benar, pemerintah sesungguhnya malah mendapatkan kelebihan uang tunai, yakni selisih antara harga jual BBM di dalam negeri dengan besarnya subsidi dari minyak mentah impor. Besarnya diperkirakan mencapai Rp 35 triliun.
- 2) Kebijakan kenaikan BBM menambah jumlah penduduk miskin, karena menurut Direktur Eksekutif Lembaga Kajian Reformasi Pertambangan dan Energi Pri Agung Rakhmanto, (*Kompas*, 7/5/2008), kenaikan harga BBM sebesar 30 persen berpotensi mengakibatkan orang miskin bertambah sebesar 8,55 persen atau sekitar 15,68 juta jiwa. Hal ini diungkapkan juga oleh Iwan Jaya Aziz bahwa garis kemiskinan akan naik keatas dan jumlah penduduk miskin akan bertambah sebab pendapatan mereka tidak bertambah secara signifikan. Jadi mana bisa disebut bahwa kenaikan BBM dilakukan demi orang miskin, bila dalam hitungan dan pada kenyataannya jumlah orang miskin justru akan bertambah. Hasil simulasi yang dibuat oleh Agung Rakhmanto, kenaikan harga BBM 30 persen juga akan mengakibatkan tambahan inflasi sebesar 26,94 persen. Itu artinya, kehidupan rakyat pasca kenaikan BBM pasti akan bertambah sulit.

Kebijakan Pemerintah untuk menaikkan harga BBM rata-rata 28,7% adalah kebijakan yang tidak populer dimata rakyat. Karena kenaikan itu terbukti telah memicu naiknya harga barang dan jasa, yang artinya tidak menambah kesejahteraan rakyat karena daya beli semakin menurun dan pada sisi lain pendapatannya tetap. Dana kompensasi berupa BLT plus yang diberikan tidaklah bakal mencukupi untuk menutup pendapatan rakyat banyak akibat kenaikan BBM itu. Apalagi hubungan pemerintah dengan rakyat dalam masalah BBM, bukanlah hubungan antara penjual dan pembeli, melainkan hubungan antara yang mengurus kesejahteraan rakyat dan rakyatnya yang berhak menikmati harta kekayaan milik mereka (BBM) itu dengan harga sewajarnya (murah). Kenaikan BBM, kelangkaan BBM, kenaikan harga kebutuhan pokok dan kesulitan hidup yang dialami oleh rakyat saat ini adalah efek dari kebijakan pemerintah yang pro ekonomi pasar bebas yang selama ini mencengkeram Indonesia dan menimbulkan efek negatif bagi rakyat banyak. Misalnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang menggunakan komponen BBM dalam proses produksi akan terkena imbas dari kebijakan tersebut yaitu meningkatnya biaya produksi sehingga menurunkan keuntungan. Apalagi mereka tidak dapat menaikkan harga karena persaingan dan daya beli konsumen menurun pula.

Respons para pakar yang setuju dan mendukung kebijakan kenaikan BBM adalah untuk mengurangi subsidi BBM. Karena subsidi APBN ibarat memindahkan uang dari saku sebelah kiri kesaku sebelah kanan, menimbulkan efek buruk dalam jangka panjang. Subsidi energi membuat perekonomian bangsa ini menjadi begitu tergantungnya kepada subsidi energi. Subsidi energi juga yang membuat Indonesia sebagai negara terakhir yang keluar dari jeratan krisis moneter di pertengahan tahun

90-an. Subsidi BBM juga membuat APBN Indonesia menjadi tidak kompetitif dibandingkan negara-negara penghasil minyak lainnya. Memang benar penghapusan subsidi akan membuat harga-harga melonjak dalam jangka pendek. Tetapi dana subsidi lebih baik dialokasikan untuk meningkatkan daya beli masyarakat. Misalnya dengan meningkatkan alokasi dana pendidikan, investasi usaha kecil atau pembangunan infrastruktur. Dalam jangka panjang, realokasi subsidi energi ke sektor lainnya ini akan berefek positif bagi masyarakat ketimbang dengan mempertahankan subsidi energi.

Adanya subsidi membuat infrastruktur transportasi masal menjadi tidak sekompetitif di negara lain. Akibatnya masyarakat memilih menggunakan mobil pribadi ketimbang menggunakan transportasi masal, *toh* harganya tidak jauh berbeda. Akibatnya kota-kota besar penuh dengan kemacetan yang juga merupakan salah satu sumber pemborosan energi.

Adanya subsidi ke satu jenis energi (BBM) menyebabkan jenis energi lain menjadi sangat tidak kompetitif. Jika negara ini memerlukan subsidi energi, maka sebaiknya subsidi tersebut dialokasikan ke jenis energi alternatif seperti Gasohol, Biodiesel atau Hidrogen. Walaupun menurut hemat saya sebaiknya hal tersebut tidak berupa subsidi, tetapi cara lain seperti misalnya insentif pajak. Dengan demikian, Indonesia akan menjadi tidak tergantung kepada satu jenis energi saja.

BBM, gas alam dan batu bara adalah bahan bakar fosil. Bahan bakar fosil adalah sumber energi yang tak terbarukan. Efeknya muncul pada saat sumber energi ini akan habis. Selain itu harganya juga akan selalu bergerak naik karena penawaran (*supply*) yang akan selalu berkurang. Akibatnya subsidi bahan bakar fosil semakin

lama akan semakin memberatkan APBN Indonesia.

Untuk mengurangi efek negatif harga BBM yang naik, pemerintah dapat mengizinkan pihak swasta dalam hal eksploitasi dan distribusi BBM atau sumber energi lainnya. Setelah itu laju kenaikan harga BBM akan dapat dikontrol melalui mekanisme pasar seperti di negara lain. Hasilnya BBM tidak memberatkan APBN negara, dan rakyat juga dapat menikmati sumber energi yang murah. Murah dalam artian harganya wajar, tidak dimahalmahalkan, dan juga tidak dimurah-murahkan. Pemerintah bisa tetap mengambil keuntungan dari BBM melalui pajak. Kenaikan harga BBM akibat penghapusan subsidi akan meningkatkan harga-harga dalam jangka pendek. Kendati demikian hal tersebut akan berefek lebih baik untuk jangka panjang ketimbang dengan harus mempertahankan subsidi. Peningkatan harga BBM sedikit banyak akan membuat popularitas pemerintah menurun, tetapi negara ini sedang membutuhkan pemimpin yang berani melakukan hal yang baik untuk rakyatnya, bukan pemimpin yang hanya melakukan hal yang disukai rakyatnya.

Kebijakan harga BBM merupakan elemen lingkungan bisnis yang perlu dipertimbangkan. Sejauhmana efeknya terhadap UMKM dan bagaimana strategi bertahan dalam lingkungan yang berubah? Jawabannya dapat saja berupa argumentasi yang sangat opini dan hipotesa. Dapat pula belajar dari pengalaman empiris UMKM pada 2006, dimana pemerintah melakukan survey dengan 37.950 UMKM sampel pengguna bahan bakar minyak, seperti industri tahu tempe, kerupuk, pengolahan makanan, penangkapan ikan, warung makan, penggilingan padi, industri batik rumah tangga, industri genting dan batu bata, angkutan perkotaan, dan ojek.

Sebahagian besar UMKM menggunakan BBM, sedikit saja yang menggunakan bahan bakar alternatif, seperti briket batu bara. Solar merupakan bahan yang paling tinggi digunakan, menyusul minyak tanah dan bensin. Dari sini diketahui bahwa harga BBM mempengaruhi biaya produksi, tenaga kerja, yang ujungnya berdampak pada pengurangan omset dan kenaikan harga.

Strategi UMKM dalam menghadapi perubahan tidak mungkin dilawan tetapi untuk dapat bertahan hidup beberapa langkah telah ditempuh UMKM. Untuk menutupi kenaikan biaya produksi, seyogianya harga jual produk dinaikkan. Namun, ditengah persaingan yang ketat dan nuansa penurunan daya beli, kenaikan harga produk tidak serta merta mendapat respon positif, apalagi jika produk itu bukan merupakan kebutuhan primer. Bagi yang tidak menaikkan harga jual produk, dapat menempuh strategi pengurangan ukuran produk, kualitas produk, keuntungan usaha, dan efisiensi biaya produksi. Disamping strategi itu, ada pengusaha mikro yang mengganti bahan bakar utama setelah kenaikan BBM yang jumlahnya hanya 3,5%.

Strategi berikutnya, Sebagian UMKM tampak mengurangi tenaga kerja. Usaha mikro semula mempekerjakan rata-rata 2,0 orang tetapi pasca kenaikan harga BBM berkurang 1,5%. Adapun usaha kecil mengurangi tenaga kerja 3,2% menjadi 5,7 orang. Pengurangan ini untuk mengurangi beban biaya produksi dan berkaitan dengan volume produksi yang makin rendah. Sebagian pemangkasan hanya berlangsung pada tenaga kerja yang tidak vital, mengurangi jam kerja, atau mengubah status tenaga kerja permanen menjadi part time.

Pada 2007, LIPI juga mengkaji efek kenaikan BBM terhadap kesejahteraan masyarakat dengan sektor utama industri kecil, nelayan dan transportasi. Tingkat kesejahteraan diukur oleh proporsi pendapatan masyarakat untuk konsumsi bahan makanan, yaitu beras dan lauk pauk.

Dipertimbangkan juga bahwa tingkat kesejahteraan tidak hanya dipengaruhi kenaikan harga BBM, tetapi juga variabel lain, seperti dana kompensasi BBM, dan kelancaran mendapatkan BBM.

Pada akhirnya efek kenaikan harga BBM terhadap industri kecil ditentukan oleh karakter UMKM dalam mengkonsumsi BBM. Semakin intensif konsumsi BBM, semakin besar tekanan yang ditanggung oleh UMKM. Gambaran tentang kondisi Usaha mikro kecil secara nasional yang dipaparkan di atas adalah suatu akumulasi dari kondisi daerah yang menghasilkan angka rata-rata yang tidak jauh berbeda dengan kondisi di Kota Kupang yang menjadi fokus dari kajian ini.

Efek Penyesuaian Kenaikan BBM Terhadap Harga, Omset dan Aktivitas UMKM

Efek terhadap harga

UMKM industri kecil pengguna bahan bakar minyak di kota Kupang terdiri dari industri pengolahan makanan, penangkapan ikan, warung makan, penggilingan jagung dan padi, parut kelapa, industri kerajinan rumah tangga, tahu tempe, kerupuk, industri batako, angkutan perkotaan, dan ojek.

Analisa efek kenaikan harga BBM yang dilakukan pemerintah cenderung *under estimate*. Pemerintah seringkali berpegang pada argumentasi teoritis tanpa mencoba menganalisis lebih dalam dengan kenyataan di lapangan. Sebagai contoh, pemerintah menaikkan harga BBM hingga lebih dari 30% dan menyatakan bahwa efeknya akan kecil terhadap inflasi. Berdasarkan pengalaman historis, jika rata-rata kenaikan harga BBM 30% akan menaikkan inflasi sebesar 0,7-1,2%. Mungkin dengan argumen inilah kemudian diperkirakan efek kenaikan BBM terhadap inflasi adalah kecil yaitu hanya akan berkisar antara 2,5-3,0%. Dengan

Produsen akan sulit mentransfer kenaikan beban kepada konsumen dengan menaikkan harga jual produknya. Sebab konsumen juga mengalami tambahan beban dan penurunan daya beli karena pendapatan tidak mengikuti kenaikan harga. Akibat dilema ini, banyak rumah makan dan warung menurunkan omzet penjualannya bahkan menghentikan kegiatan produksinya, hal ini juga nampak dari bertambah tingginya angka pengangguran di kota akibat ketiadaan lapangan kerja di sektor industri kecil.

Efek terhadap UMKM

Menggunakan harga rata-rata kenaikan BBM 28,7 persen pada 5 Mei 2008 persen untuk empat jenis BBM utama (bensin, minyak tanah, minyak gas dan minyak diesel), hasil analisis menunjukkan bahwa kenaikan harga BBM tersebut efeknya terhadap inflasi sebesar 0,8 sampai 1,3 persen. Artinya bahwa harga barang yang tadinya berharga Rp1,000 seharusnya hanya akan naik menjadi Rp1,008 sampai Rp1,013 setelah kenaikan harga BBM. Tentu angka kenaikan tersebut, sama sekali tidak memberatkan masyarakat. Namun pada kenyataannya, di lapangan kenaikan harga BBM selalu menyebabkan kenaikan harga barang-barang menjadi sangat tinggi (di atas 10 persen), bahkan sampai di atas 25 persen. Selanjutnya, efek yang lebih buruk lagi adalah pengaruhnya terhadap struktur biaya produksi industri makanan yang menggunakan BBM.

Ekspektasi kenaikan harga yang berlebihan menyebabkan munculnya sentimen pasar. Sehingga produsen memanfaatkan kenaikan harga BBM untuk menaikkan harga output-nya secara berlebihan, dengan dalil penyesuaian harga kenaikan harga input akibat kenaikan BBM. Para distributor dan pengecer memanfaatkan kenaikan harga BBM untuk menambah

margin keuntungannya. Akibatnya harga akhir dari barang dan jasa yang sampai kepada masyarakat menjadi berlipat ganda. Oleh karena kekurangan informasi, maka masyarakat menerima apa adanya kenaikan harga ini sebagai suatu kenyataan hukum ekonomi.

Efek kenaikan harga BBM terhadap aktivitas usaha kecil di Kota Kupang terlihat dari penurunan aktivitas usaha sebagai akibat dari omzet yang terus menurun. Namun industri baru rumah makan dan pengolahan hasil pertanian terlihat meningkat khususnya rumah makan Se'i Babi dan ikan bakar, meskipun harga jual daging babi dan ikan cenderung meningkat namun masyarakat selalu mencoba mencari jenis usaha baru. Hal ini lebih disebabkan oleh usaha memenuhi selera konsumen kota yang selalu mencari produk khas dan suasana khas daerah khususnya Kota Kupang.

Kesimpulan

Kesimpulan dari uraian di atas adalah bahwa efek kenaikan harga BBM terhadap harga, omzet dan aktivitas usaha industri kecil tidak dapat dihindari karena BBM merupakan komponen biaya produksi industri kecil.

Tapi yang lebih penting yang harus dilakukan dalam jangka pendek untuk mengurangi efek kenaikan harga BBM adalah melakukan kontrol harga secara ketat segera setelah harga BBM baru ditetapkan. Hal ini penting untuk mencegah kenaikan harga yang berlebih-lebihan dan inflasi yang tidak terkontrol. Tapi akan menjadi berat sebelah jika hanya dilakukan oleh pemerintah atau oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sendiri. Karena itu keterlibatan masyarakat luas dalam memantau pergerakan harga adalah ide yang baik.

demikian diperkirakan inflasi hingga akhir tahun akan berada di posisi 12%. Dalam situasi tidak normal, asumsi-asumsi formal seringkali tidak berjalan. Betapa banyak prediksi teoritis gugur, seperti pada kasus krisis ekonomi 1997. Hal ini juga kita lihat dalam kenaikan BBM 1 Oktober 2005 lalu. Harga-harga telah melambung terlebih dahulu, jauh sebelum kenaikan harga BBM ditetapkan. Pasca pengumuman, kenaikan harga kembali melonjak namun kini secara merata.

Ekspektasi inflasi yang diharapkan rendah, pada kenyataannya BI merevisi prediksi inflasi tahun ini pasca kenaikan BBM dari semula 12% menjadi 14%. Di lapangan sendiri, masyarakat mengalami beban yang jauh dari prediksi pemerintah, dan terdistribusi secara tidak merata. Sebagai contoh, dari data statistik industri 2003 diketahui bahwa komponen input BBM hanya merupakan 3,68% dari input total industri. Sehingga kenaikan harga BBM 30% hanya akan menyebabkan kenaikan biaya produksi 3,68% saja.

Namun di lapangan, kenyataan berbicara lain. Industri kecil dan padat karya memiliki intensitas komponen input BBM jauh lebih tinggi, sehingga banyak usaha kecil yang gulung tikar karena tidak mampu menahan kenaikan harga BBM yang fantastis.

Isu kenaikan BBM telah dituding sebagai momentum untuk kenaikan harga berbagai jenis barang dan jasa. Kenaikan BBM menjadi mitos yang telah memacu sentimen pasar, dimana cenderung tercipta ekspektasi negatif yang berlebihan terhadap kenaikan harga, sebagai efek kenaikan harga BBM. Hal ini menyebabkan BBM dituding sebagai penyebab utama dari semua kenaikan harga, padahal faktanya sebagian besar justru disebabkan sentimen

pasar yang memanfaatkan momentum kenaikan harga BBM.

Pengusaha cenderung menaikkan harga jauh di atas kenaikan BBM. Sebagai kajiannya dapat dijelaskan sbb: Alat transportasi Ojek telah menjadi transportasi alternatif industri kecil. Tarif ojek jauh dekat dalam Kota Kupang sebelum kenaikan BBM adalah berkisar Rp 1.000. s/d Rp 3.000 setelah kenaikan BBM (bensin) dari Rp 4.500.- menjadi Rp 6.000, tarif ojek naik menjadi Rp 3000.- s/d Rp 5.000.- kenaikan harga bensin yang hanya sebesar 33 persen mengakibatkan kenaikan tarif ojek sebesar 44 persen. Ini berarti bahwa kenaikan BBM telah menjadi momentum bagi pengusaha untuk menaikkan harga barang dagangannya tanpa suatu perhitungan yang tepat.

Contoh lainnya adalah industri rumah makan. Harga satu porsi nasi campur sebelum kenaikan BBM hanya berkisar antara Rp 2.500 s/d 4000 namun setelah kenaikan BBM, harga 1 porsi nasi campur berada di kisaran Rp 5.000.- s/d Rp 7.500.- atau rata-rata 66 persen. Kecenderungan mencari keuntungan yang lebih besar dari kenaikan BBM menjadi stigma terhadap para pengusaha.

Efek terhadap Omzet

Omzet UMKM industri kecil sangat tergantung pada kesetiaan pelanggan dan penambahan pelanggan baru yang datang membeli produk yang dijualnya. Sebagai hasil kajian terhadap industri warung dan rumah makan di Kota Kupang menunjukkan bahwa omzet mereka menurun, dari sebelum kenaikan BBM. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Sebagian besar industri kecil adalah konsumen minyak tanah yang harganya telah naik 300 persen, dari Rp 1.000/per liter menjadi Rp 3.000/per liter. Dimana minyak tanah adalah komponen utama dalam proses produksi mereka.

Daftar Rujukan

- Anindita, R. 2008. Pendekatan Ekonomi Untuk Analisis Harga. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Davis, H.J. and R.A. Golberg. 1957. 'A Concept of Agribusiness'. Harvard Graduate School of Business Administration. Boston, Massachusetts.
- Djohanputra, B. 2008. Prinsip prinsip ekonomi Makro. PPM, Jakarta.
- Uiltinan, J.P dan G.D. Paul. 1994. Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga, Jakarta..
- Guitiman, J.P dan G.W. Paul. 1994. Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- [Http://www.targetmdgs.org](http://www.targetmdgs.org) Menggunakan Joomla! Generated: 13 December, 2008, 19:46
- [HTTP://WWW.Kompas](http://www.kompas.com) 7 Mei 2008
- Kaunang, S., S. Leki, Seran S., Nawa Pau. 2009. Dampak Kenaikan BBM terhadap Expektasi Harga di Kota Kupang, Keja Sama Lembaga Penelitian Undana dengan Badan Penelitian Kota Kupang.
- Kotler, P. 1992. Manajemen Pemasaran : analisis, perencanaan dan pengendalian. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 1994. Dasar dasar Pemasaran . Inter Media Jakarta.
- 2005, Prospek dunia Usaha dan Potensi Pembiayaan oleh Perbankan, Prosiding Seminar Bank Indonesia.
- Velasquez, M.G, 2001. Business Ethics concepts and cases, Prince Hall inc.