

**STRATEGI PENETAPAN HARGA SEMEN
PADA PT IGASAR SEMEN PADANG GROUP**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) sebagai Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

SUCI APRILIA HENDRI
NIM. 17134078

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PENETAPAN HARGA SEMEN
PADA PT IGASAR SEMEN PADANG GROUP**

Nama : Suci Aprilia Hendri
Nim/BP : 17134078/2017
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2020

Diketahui Oleh
Koordinator Program Studi
DIII Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001

Disetujui Oleh
Pembimbing



Arief Maulana, S.E., M.M
NIP. 19821223 201404 1 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PENETAPAN HARGA SEMEN
PADA PT IGASAR SEMEN PADANG GROUP**

Nama : Suci Aprilia Hendri
Nim/BP : 17134078/2017
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

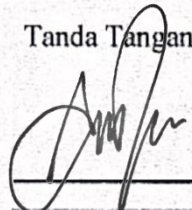
Padang, Agustus 2020

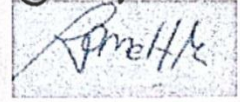
Tim Penguji

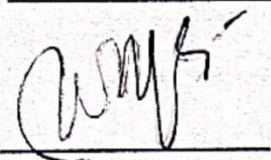
Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Arief Maulana, S.E.,M.M
2. Anggota : Ramel Yanuarta, R.E.,S.E.,M.S.M
3. Anggota : Whyosi Septrizola, S.E.,M.M







SURAT PERNYATAAN

Saya yang berandatangan dibawah ini :

Nama : Suci Aprilia Hendri
TM/NIM : 2017/17134078
Tempat/Tanggal lahir : Bukittinggi, 1 April 1999
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Diploma III
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Sudirman No. 72 003/003 Birugo, Bukittinggi
Judul Tugas Akhir : **Strategi Penetapan Harga Semen pada PT
Igasar Semen Padang Group**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Padang, 4 Agustus 2020

Membuat Pernyataan



Suci Aprilia Hendri

NIM : 17134078

ABSTRAK

Nama/NIM : Suci Aprilia Hendri/17134078

**Judul Tugas Akhir : Strategi Penetapan Harga Semen pada PT Igasar
Semen Padang Group**

Pembimbing : Arief Maulana, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga semen yang diterapkan pada PT Igasar Semen Padang Group. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi langsung untuk pengambilan data dilakukan menggunakan data primer yang berasal dari perusahaan terkait dan data sekunder yang berasal dari literatur bacaan.

Penelitian yang didapatkan dari PT Igasar Semen Padang Group ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan dalam PT Igasar Semen Padang Group ini belum terealisasi dengan baik. Strategi yang diterapkan dalam penetapan harga semen, yaitu strategi penetapan harga Skimming. Dimana perusahaan akan memasang harga yang sangat tinggi untuk suatu barang, kemudian harga tersebut akan semakin menurun seiring berjalannya waktu.

Kata kunci: Strategi Penetapan Harga.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul: **“Strategi Penetapan Harga Semen pada PT Igasar Semen Padang Group.”** Penulisan tugas akhir ini diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Selesainya penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Arief Maulana, S.E., M.M, selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ramel Yanuarta, R.E., S.E., M.S.M dan Ibu Whyosi Septrizola, S.E., M.M selaku Dosen penguji Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Idris, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dina Patrisia, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Okki Trinanda, S.E., M.M, selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.

5. Para dosen dan karyawan yang telah membantu dalam menuntut ilmu di almamater ini.
6. Ibuk Melindawati S.E., M.M selaku Kepala divisi niaga PT Igaras Semen Padang Group.
7. Untuk orang tua yang selalu membantu dan memotivasi, baik moril maupun materil, serta doa kepada penulis selama ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan masukan dan dorongan kepadapenulis dalam pelaksanaan penelitian.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk kesempurnaan tugas akhir ini, maka penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari semua pihak. Atas masukan dan saran yang diberikan penulis ucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Masalah	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Bauran Pemasaran	9
1. Definisi Bauran Pemasaran	9
B. Penetapan Harga	11
1. Peranan Harga	11
2. Sasaran Penetapan Harga	12
3. Tujuan Penetapan Harga	14
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	16
5. Strategi Penetapan Harga	19
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	23
A. Bentuk Penelitian	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
1. Lokasi penelitian	23
2. Waktu penelitian	23
C. Rancangan Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Tahapan Penelitian	24

3. Prosedur Penelitian	25
4. Objek penelitian	25
5. Sumber Data	25
BAB IV PEMBAHASAN	27
A. Profil Perusahaan	27
a. Sejarah Singkat PT Igaras Semen Padang Group	27
b. Visi dan Misi PT Igaras Semen Padang Group	28
c. Sasaran Pokok Perusahaan	29
d. Jenis Produk yang Ditawarkan	30
e. Struktur Organisasi PT Igaras	33
f. Kegiatan pada PT Igaras	34
B. Hasil Penelitian	35
BAB V PENUTUP	39
A. Simpulan	39
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nama Perusahaan Distributor Semen di Sumatera Barat	4
Tabel 2. Daftar Nama dan Harga Semen Perusahaan Pesaing	4
Tabel 3. Daftar Harga Semen PT Igaras	5
Tabel 4. Daftar Harga Semen Berdasarkan Tipe Semen pada PT Igaras	35
Tabel 5. Perbandingan Harga Semen dari Tahun ke Tahun pada PT Igaras	35
Tabel 6. Perbandingan Harga Semen dengan Perusahaan Pesaing	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penjualan Semen di Indonesia dalam Pasar Domestik	2
Gambar 2. Grafik Pertumbuhan Penjualan Semen Domestik	3
Gambar 3. Grafik Penurunan Penjualan Semen Domestik	6
Gambar 4. Struktur Organisasi Perusahaan di PT Igaras Semen Padang Group	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Harga <i>Ready Mix</i> Tahun 2020	42
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	43

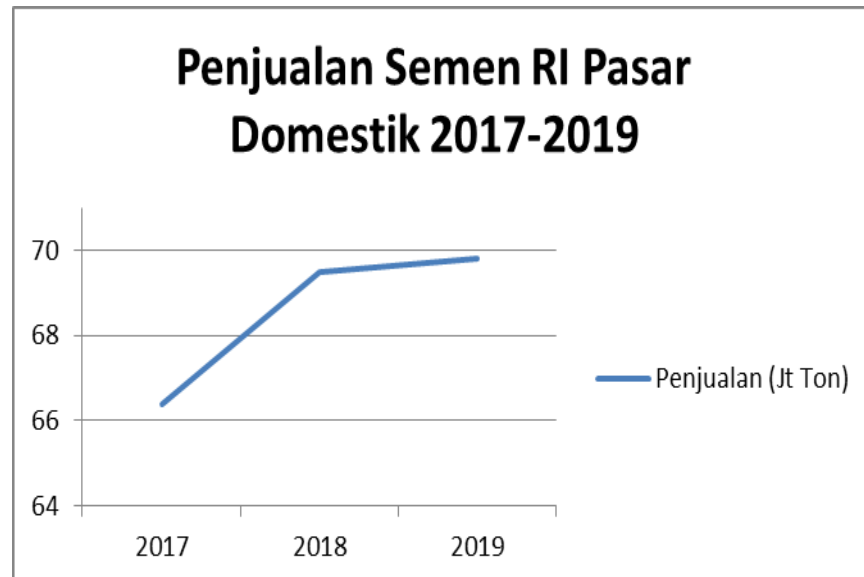
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dunia bisnis saat ini dapat dilihat bahwa persaingan pada dunia bisnis semakin ketat. Persaingan bisnis yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kinerja dari perusahaan mereka agar dapat bersaing dengan dunia pasar. Dalam hal ini, perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan dalam sektor pembangunan sangat berkembang di Indonesia pada saat ini. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya bangunan yang telah berdiri saat ini, seperti: pembuatan jalan, jembatan, dan gedung. Menurut Firmansyah (2019), “Banyaknya bangunan-bangunan yang ada saat ini tentunya memperhatikan kualitas dari bangunan yang digunakannya.”

Bahan yang paling utama pada sebuah bangunan adalah semen karena semen merupakan bahan baku yang utama yang digunakan dalam pembangunan rumah atau gedung. Perkembangan pembangunan yang terjadi di Sumatera Barat dapat dilihat dari masih banyaknya bangunan baru yang akan berdiri. Hal itu membuat kebutuhan akan semen semakin meningkat. Menurut Kotler dan Keller (2009), “Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran.”

Perkembangan pembangunan yang terjadi di Sumatera Barat dapat dilihat dari masih banyaknya bangunan baru yang akan berdiri. Hal itu membuat kebutuhan akan semen semakin meningkat. Berikut ini adalah gambar Penjualan Semen Indonesia dalam Pasar Domestik:

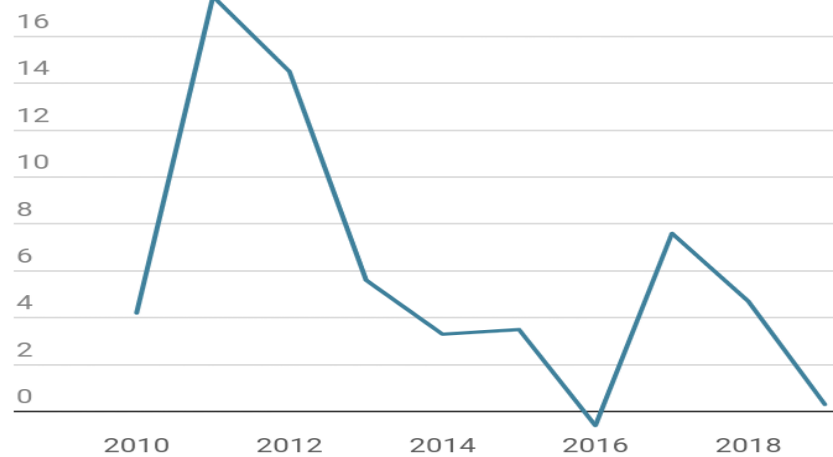


Gambar 1. Grafik Penjualan Semen Indonesia dalam Pasar Domestik
 Sumber: www.asi.or.id (Asosiasi Semen Indonesia), Tahun 2020.

Berdasarkan kurva penjualan semen di atas dapat dilihat pada tahun 2019 terjadi peningkatan penjualan semen dari tahun 2017, yaitu sebesar 76,1 juta ton dan naik 1,2% dari tahun 2018. Sejak 10 tahun terakhir volume penjualan semen dalam negeri mencatatkan pertumbuhan tertinggi pada 2011 sebesar 17,7% (*year of year*) dan terendah di tahun 2016 karena mengalami penurunan 0,6%. Hal ini berarti bahwa dalam kurun waktu 10 tahun terakhir pertumbuhan penjualan semen domestik pada 2019 merupakan yang terendah kedua setelah tahun 2016.

Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Pertumbuhan Penjualan Semen Domestik 2010-2019 (%)



Gambar 2. Grafik Pertumbuhan Penjualan Semen Domestik
Sumber: www.asi.or.id (Asosiasi Semen Indonesia), Tahun 2020.

Peningkatan penjualan semen salah satunya didorong oleh banyaknya proyek infrastruktur yang sedang dibangun oleh pemerintah di beberapa daerah. Proyek-proyek infrastruktur yang akan berjalan pastinya membutuhkan bahan pokok semen, semen yang dibutuhkan banyak dipasok oleh PT Semen Indonesia yang dulunya bernama PT Semen Gresik. Dalam menyalurkan semen PT Semen Padang membentuk beberapa perusahaan distributor semen untuk membantu menyalurkan semen. Pada wilayah Sumatera Barat terdapat beberapa perusahaan distributor semen. Berikut daftar perusahaan distributor Semen Padang di Sumatera Barat:

Tabel 1. Nama Perusahaan Distributor Semen di Sumatera Barat

No	Nama Perusahaan
1.	Andalas Jaya Bersama, PT
2.	Cendana Sembilan, PT
3.	Cipto Sadar Pratama, PT
4.	Defni Sejahtera Mandiri, PT
5.	Igasar, PT
6.	Perusahaan Perdagangan Indonesia, PT
7.	PUSKUD Sumbar
8.	RIS Investindo Sarana, PT
9.	Sumber Niaga Interindo, PT
10.	Yatama Multi Sejahtera, PT
11.	Zetka Niagatama Ltd, PT

Sumber: www.semenpadang.co.id, Tahun 2020.

Pada beberapa daftar nama perusahaan distributor semen di atas pada wilayah Sumatera Barat banyak dari konsumen membeli semen pada PT Igasar Semen Padang Group dapat dilihat dari perusahaan yang terus berkembang dengan melakukan diversifikasi usaha, seperti adanya kegiatan beberapa bisnis yang muncul dikelola dengan kinerja baik salah satu yang menjadi andalan perusahaan yakni perdagangan semen. Berikut ini adalah tabel daftar nama dan harga semen perusahaan pesaing:

Tabel 2. Daftar Nama dan Harga Semen Perusahaan Pesaing

No.	Nama Perusahaan Pesaing Semen di Indonesia	Harga Semen per 50/kg
1	PT Semen Padang	Rp 60.000,-
2	PT Semen Tonasa	Rp 55.000,-
3	PT Semen Indonesia (Semen Gresik)	Rp 51.700,-
4	PT Lafarge Holcim Indonesia, Tbk	Rp 52.200,-
5	PT Indocement Tungal Prakarsa, Tbk (Semen Tiga Roda)	Rp 53.350,-
6	PT Semen Baturaja, Tbk	Rp 60.000,-
7	PT Semen Bosowa Maros	Rp 58.000,-
8	PT Cemindo Gemilang	Rp 52.700,-
9	PT Conch Cement Indonesia	Rp 49.500,-

Sumber: www.lishargamaterial.com, Tahun 2020.

Peningkatan pada penjualan semen merupakan faktor yang penting dalam memasarkan produk. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam memulai memasarkan suatu produk, yaitu harga. Perusahaan dalam menetapkan suatu harga pada suatu produk pasti akan berharap untuk mendapatkan laba. Laba yang dihasilkan dalam suatu produk tersebut digunakan untuk perusahaan dalam melanjutkan pemasaran suatu produk. Akan tetapi, harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak hanya untuk mendapat pesaing. Menurut Bayu (2014), “Sebelum menetapkan suatu harga perusahaan harus dapat melihat siapa target pasar yang akan dituju agar harga yang diterapkan dapat menjadi harga yang tepat.” Berikut ini adalah tabel harga semen pada PT Igaras:

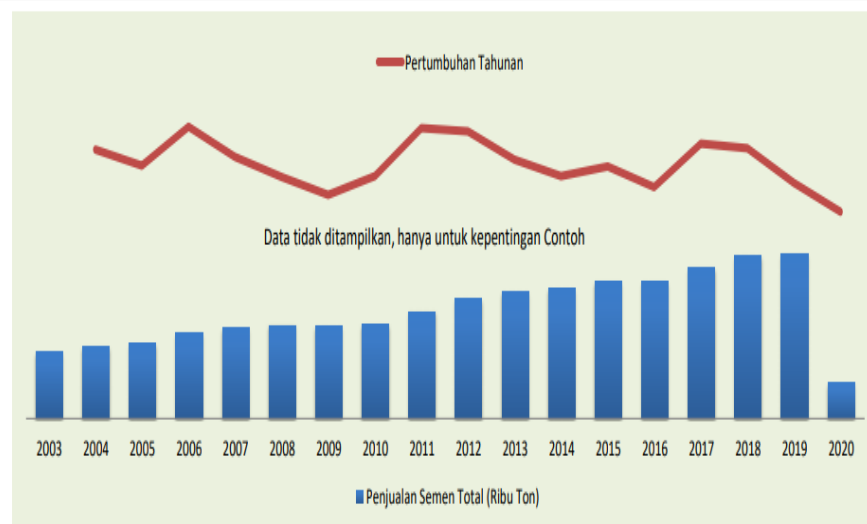
Tabel 3. Daftar Harga Semen PT Igaras Semen Padang Group

Tahun	Harga Semen Zak / 50kg
2018	Rp 62.500
2019	Rp 62.000
2020	Rp 60.000

Sumber: Data primer, Tahun 2020.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor penetapan harga. Menurut Henri (2015), “Secara umum, faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga adalah faktor biaya produksi, kondisi perekonomian, elastisitas permintaan, penawaran dan permintaan, persaingan, peraturan pemerintah, tujuan perusahaan, dan lainnya.”

Menurut Bayu (2014), “Harga dapat pula menjadi indikator kualitas produk. Hal ini disebabkan oleh pandangan konsumen bahwa produk dengan harga murah memiliki kualitas buruk, sedangkan produk dengan harga yang mahal memiliki kualitas produk yang baik. Terlepas dari hal itu, harga yang murah dapat dijangkau oleh banyak lapisan konsumen, sehingga pangsa pasarnya menjadi lebih luas.” Berikut ini adalah gambar Penurunan Penjualan Semen Domestic 2003-2020:



Gambar 3. Grafik Penurunan Penjualan Semen Domestic 2003-2020

Sumber: www.indoanalisis.co.id(Asosiasi Semen Indonesia), Tahun 2020.

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa persaingan akan harga cukup ketat. Hal ini mengindikasikan bahwa harga dapat mempengaruhi peta persaingan dalam memperoleh *market share*.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih lanjut untuk mengetahui: **“Strategi Penetapan Harga Semen pada PT Igasar Semen Padang Group.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa yang menjadi sasaran dalam penetapan harga semen pada PT Igaras Semen Padang Group?
2. Apa tujuan penetapan harga semen pada PT Igaras Semen Padang Group?
3. Bagaimana Strategi penetapan harga semen yang ditetapkan pada PT Igaras Semen Padang Group?

C. Tujuan Masalah

Tujuan yang diharapkan dari kegiatan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui sasaran dalam penetapan harga semen pada PT Igaras Semen Padang Group.
2. Mengetahui tujuan penetapan harga semen pada PT Igaras Semen Padang Group.
3. Mengetahui strategi penetapan harga semen yang tepat pada PT Igaras Semen Padang Group.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a. Akademik

Sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan khususnya bagi program studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

b. Penulis

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dan menambah pengetahuan tentang manajemen strategi penetapan harga.

c. Pembaca

Sebagai bahan yang dapat digunakan untuk meningkatkan cara berfikir, bertindak, dan bersikap sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian bagi PT Igaras adalah sebagai bahan yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam penetapan harga semen di periode selanjutnya.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Strategi Penetapan Harga Semen pada PT Igaras Semen Padang Group, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor penetapan harga jual produk yang digunakan oleh PT Igaras Semen Padang Group di antaranya adalah:

1. Sasaran dalam penetapan harga semen pada PT Igaras Semen Padang Group adalah berorientasi pada profit/keuntungan, yaitu perusahaan berusaha untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.
2. Tujuan penetapan harga semen dari PT Igaras Semen Padang Group adalah unggul dalam bagian pasar yaitu berusaha keras agar bagian dari pasarnya menjadi besarnya menjadi yang terbesar, sehingga market share yang dimiliki tinggi.
3. Pangsa pasar (*market share*) itu sendiri merupakan besarnya bagian penjualan yang dimiliki oleh competitor di pasar yang relevan. Ketika market share tinggi, maka akan menarik para pelanggan untuk membeli semen di PT Igaras Semen Padang Group, sehingga akan menambah pendapatan perusahaan.
4. Strategi penetapan harga yang digunakan adalah strategi penetapan harga skimming, yaitu memberikan harga awal yang tinggi ke harga yang rendah. Tujuan dari penetapan ini adalah untuk menutupi biaya investasi, seperti

riset dan pengembangan yang biasanya juga bernilai tinggi. Selanjutnya harga tersebut akan dikurangi secara bertahap agar produk dapat bersaing.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas , maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. PT Igaras Semen Padang Group sebaiknya menggunakan strategi harga dengan harga yang lebih murah terlebih dahulu, karena strategi harga yang murah dapat dengan mudah diikuti oleh pesaing dan dapat menjadi minat konsumen dalam membeli semen.
2. PT Igaras Semen Padang Group dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan cara melakukan *cost transformasi*, di mana perusahaan memangkas biaya yang tidak memberikan keuntungan dari bisnis untuk meningkatkan laba, tanpa berdampak negatif pada kualitas produk dan perusahaan dapat melakukan ekspansi ke daerah yang dinilai membutuhkan semen, atau yang tidak memiliki bahan baku semen. Akan tetapi daerah tersebut harus berlokasi relatif dekat dengan pabrik.
3. PT Igaras Semen Padang Group dalam menetapkan strategi harga lebih baik menggunakan strategi harga yang dimulai dengan menetapkan harga awal yang rendah karena strategi harga jika dilakukan dengan harga yang lebih rendah terlebih dahulu. Setelah itu baru dinaikkan akan dapat menarik konsumen yang sudah membeli semen ke PT Igaras Semen Padang Group tetap menjadi konsumen di PT Igaras Semen Padang Group. Hal itu juga harus sebanding dengan kualitas dan harga semen.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada
- Asosiasi Semen Indonesia.(2020). *Data Pertumbuhan dan Penjualan Semen*. Diambil 20 Agustus 2020, dari website <http://www.asi.or.id>
- Ari Setyanigrum, Jusuf Usaya, Efendi. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*: Andi
- Ariany Frederika.(2017). *Analisis Produktivitas Metode Pelaksanaan Pengecoran Beton Ready Mix pada Balok dan Lantai Gedung*. Jurnal Spektran,5(1),56-63
- Bayu Cahyono. (2014). *Analisa Strategi Penetapan Harga pada Taman Pintar Yogyakarta*. Hal 140
- Faisal Dana Firmansyah. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen di PT Semen Indonesia Logistik di Kecamatan Gresik*. Journal OF Controlled rEase, 156, 315-322.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*: Andi Offset
- H Muhammad Birusman Nuryadin.(2007). *Harga dalam Perspektif Islam*. *Mazahabib*, 4/(1), 86-99
- Henri Saragih. (2015). *Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya terhadap Volume Penjualan pada PT Nutricia Indonesia Sejahtera Medan*. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, I(2), 197048
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- List Harga Material. (2020). *Harga Semen Agustus 2020*. Diambil 20 Agustus 2020, dari website <http://listhargamaterial.com/material-bangunan-umu/harga-semen/>
- Muhammad Farhan. (2016). *Penambahan Abu Batubara sebagai Bahan Campuran untuk Proses Pembuatan Semen*. Other thesis, Politeknik Negeri Sriwijaya.4 - 29
- Nurapiah.(2018). *Perspektif Ekonomi Islam tentang Penetapan Harga dan*