

DAYA SAING PT SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGI (SMART) Tbk SEBAGAI PRODUSEN MINYAK KELAPA SAWIT (CPO) di INDONESIA.

Vandrias Dewantoro , Budi Widayanto, Nurul
Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRACT

Purposes of this research are analyze productivity reached by PT SMART Tbk among his competitor and analyze level of efficiency PT. SMART Tbk compared to his competitor.

Method of this research using casual comparability. This research compares between PT. SMART Tbk and competitor that is PT. PP LONSUM Tbk, PT. AALI Tbk and PT. BSP Tbk from the size productivity and efficiency, to analyse its competitiveness.

Result of this research show that, company has highest productivity is PT. SMART Tbk, then second PT. PP LONSUM, then PT. BSP Tbk and low is PT. AALI Tbk, then for efficiency, company that is most efficient is produce of CPO is PT. SMART Tbk, then secon is PT. AALI Tbk, then PT. BSP Tbk and low is PT. PP LONSUM Tbk.

Conclusion from this research is PT. SMART Tbk is company having highest competitiveness because PT. SMART Tbk has not only the highest productivity but also the highest efficiency. Suggestion for PT SMART Tbk are adding machine amount, maintaining management of observation plantation and efficiency cost production up to yielding CPO.

Keyword: Competitiveness, Productivity and Efficiency

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbagai usaha dilakukan untuk meningkatkan daya saing kelapa sawit, baik perkembangan areal produktif maupun produktifitasnya. Para pengusaha kelapa sawit melakukan banyak hal untuk pengembangan kelapa sawit seperti mengadakan gerakan peningkatan produktivitas nasional dengan program penggunaan bibit unggul dalam penanaman baru dan peningkatan intensitas pemeliharaan pada usaha 2004.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 339/Kpts/PD.300/5/2007, dapat diketahui bahwa PT Sinar Mas Agro Resources and Technology (SMART) Tbk yang merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dalam bidang kelapa sawit. PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (SMART) Tbk memberikan kontribusi sebesar 15,38% dari 36 perusahaan yang tergabung dalam Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia.

PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (SMART) Tbk merupakan perusahaan kelapa sawit yang melakukan banyak kegiatan di bidang kelapa sawit seperti mengusahakan penggilingan kasar, pabrik penghancuran buah inti dan instalasi penyulingan, dengan produksi yang kontinu dan lahan yang luas dan produktif. PT SMART Tbk sebagai perusahaan produsen CPO yang telah go public, memiliki sumberdaya yang memadai untuk bersaing lebih unggul guna mempertahankan posisinya sebagai produsen CPO di Indonesia. PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (SMART) Tbk memiliki luas lahan 327,204 ha (2005) dapat menghasilkan produksi CPO sebesar ±1,367,000 ton/tahun. Yang diproduksi oleh 31 pabrik dengan 33.557 tenaga kerja. PT SMART Tbk merupakan perusahaan produsen CPO yang memiliki strategi operasional yang berbeda dari pesaingnya untuk meningkatkan produktivitasnya yaitu meningkatkan efisiensi operasional bisnis yang terintegrasi dari perkebunan, pabrik

pengolahan kelapa sawit dan penyulingan CPO, meningkatkan pengenalan produk dan pangsa pasar (Diversifikasi Produk Vertikal).

B. Rumusan Masalah

1. Dimanakah posisi PT SMART Tbk diantara pesaingnya dilihat dari pencapaian produktivitasnya?
2. Bagaimanakah tingkat efisiensi usaha PT SMART Tbk dibandingkan dengan efisiensi pesaingnya?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis produktivitas yang dicapai oleh PT SMART Tbk diantara produktivitas pesaing.
2. Menganalisis tingkat efisiensi PT SMART Tbk dibandingkan dengan efisiensi pesaing.

E. Kerangka Pemikiran

1. Penelitian Terdahulu

- a. Hasil penelitian dari Cyrilus Benikrisanto (2006) yang berjudul "Analisis Daya Saing Minyak Kelapa Sawit Indonesia di Pasar Internasional" menyatakan bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap atribut-atribut minyak kelapa sawit seperti harga, produksi dalam negeri, nilai ekspor, pangsa pasar dan daya saing dengan menggunakan pendekatan model CMS (Constant Market Share) menunjukkan bahwa daya saing minyak sawit Indonesia di pasar internasional pada tahun 2002 dan tahun 2004 relatif kuat terutama ke Pakistan dan India, sedangkan daya saing minyak sawit ke Negara Tujuan utama pada tahun 2003 relatif lemah dengan negara tujuan yang mempunyai daya saing

tertinggi Inggris.

- b. Hasil analisis www.wikipedia.org (2007) yang berjudul "Perusahaan Kelapa Sawit Indonesia" mengenai perusahaan-perusahaan pemasok kelapa sawit di Indonesia beserta total luas lahan dan luas lahan produktif. Dapat disimpulkan bahwa PT SMART Tbk merupakan perusahaan pemasok terbesar untuk kebutuhan CPO Indonesia yaitu sebesar 15.000 ton pada tahun 2007 dengan total luas lahan 327.204 ha (Sinar Mas Group) dan luas lahan produktif 118.050 ha (SMART)

2. Daya Saing

Daya saing merupakan salah satu parameter yang sangat mendasar dalam pengembangan suatu usaha. Konsep mengenai daya saing sangatlah luas, kita awali dengan mengetahui konsep daya saing secara global yaitu kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan (Abdullah dkk, 2002). Michael Porter, guru besar strategi bersaing Universitas Harvard juga menyatakan bahwa daya saing secara daerah, UK DTI (United Kingdom – Departement Trade and Industry) dalam Abdullah (2002) menyatakan sebagai kemampuan suatu daerah dalam menghasilkan pendapat dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan domestik maupun internasional.

Bank Dunia dalam Abdullah dkk (2002) menyatakan konsep daya saing perusahaan yaitu bahwa "daya saing mengacu kepada besaran serta laju perubahan nilai tambah per unit yang dicapai oleh perusahaan" dan sebagai cakupan aspeknya adalah produktivitas dan efisiensi. Setiap perusahaan menginginkan

perusahaannya memiliki daya saing yang strategis yang dicapai ketika sebuah perusahaan berhasil memformulasikan dan menerapkan strategi penciptaan nilai. Ketika perusahaan mengimplementasikan suatu strategi yang tidak dapat ditiru perusahaan lain atau terlalu mahal untuk menirunya perusahaan ini memiliki keunggulan persaingan bertahan atau dapat bertahan (Hitt dkk, 2002).

3. Strategi Bersaing

Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, arena fundamental di mana persaingan berlangsung. Tujuan dari strategi bersaing adalah membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan dalam industri (Porter, 1993). Dalam persaingan tersebut perusahaan membutuhkan suatu cara untuk menerapkan strategi tersebut, cara itu disebut dengan keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif. Hitt dkk, (2002) menyatakan bahwa perusahaan memilih strategi tingkat bisnis generik untuk membangun dan mengeksplorasi keunggulan kompetitifnya.

- a. Kepemimpinan Biaya
- b. Diferensiasi
- c. Fokus

4. Produktivitas

Produktivitas sangat peka terhadap daya saing (Mulyono,2004), maka setiap perusahaan akan memusatkan perhatian pada produktivitasnya untuk dapat bertahan di antara pesaing-pesaingnya. Secara konsep dasar produktivitas merupakan rasio mengenai apa yang diperoleh

dari apa yang diberikan, seberapa jauh masukan (input) dapat menghasilkan keluaran (output) sesuai dengan standar (baku) yang telah ditetapkan (Atmosoeprapto,2000)

5. Efisiensi

Efisiensi adalah output aktual sebagai persentasi kapasitas efektif. Efisiensi merupakan kombinasi input yang paling efisien untuk menghasilkan output tertentu dan ini sering disebut efisiensi produksi. Efisiensi Produksi dapat diukur berdasarkan fungsi produksi.

Menurut Michael E Porter, salah satu unsur daya saing di tingkat mikro perusahaan yang cukup kuat adalah cost leadership adalah rendahnya biaya-biaya pengolahan, yang meliputi biaya langsung dan tidak langsung, yang sukar ditandingi oleh negeri lain.

6. Konsep Biaya

Untuk mengetahui sejauh mana daya saing suatu perusahaan, perlu diketahui pula biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Dalam pembahasan mengenai biaya perlu adanya pembatasan, karena yang dimaksud dengan biaya sangat beranekaragam sesuai dengan tujuan analisis.

H. Hipotesis

1. Dengan melihat luas lahan tertanam, volume produksi CPO, tingkat ekstraksi TBS (EOR/rendemen) dan maka diduga produktivitas yang dicapai oleh PT SMART Tbk adalah tertinggi diantara para pesaingnya.
2. Dengan melihat harga pokok penjualan, total penjualan, volume produksi yang terjual, ketersediaan operasional seperti pabrik pengolahan dan total kapasitas

pemrosesan, maka diduga tingkat efisiensi yang dijalankan PT SMART Tbk adalah tertinggi dibandingkan dengan efisiensi pesaingnya.

J. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal-komparatif yaitu penelitian yang menggabungkan sebab akibat dengan suatu pengamatan terhadap konsekuensi yang sudah terjadi dan menengok ulang data yang ada untuk menemukan faktor-faktor penyebab yang mungkin terdapat disana (Szwarc, 1997).

2. Macam dan Sumber Data

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

B. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hipotesis pertama, diduga bahwa produktivitas yang dicapai oleh PT SMART Tbk adalah tertinggi diantara para pesaingnya, maka dilakukan perhitungan rasio volume produksi CPO dan luas lahan produktif.

Sebelum mengetahui hasil hipotesis tersebut, data diuji dengan one way anova untuk mengetahui apakah secara bersama-sama data tersebut memiliki perbedaan. Berikut adalah tabel anova produktivitas.

Tabel 3.2 Tabel Anova Produktivitas Perusahaan Kelapa Sawit Go Public 2002 – 2006

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	44.162	3			
Within Groups	58.725	76	14.721		
Total	102.887	79	.773	19.051	.000

Dari tabel 3.2 dapat diketahui bahwa ada perbedaan nyata (high significant) pada produktivitas PT SMART Tbk, PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansinya yaitu 0,000 yang menyatakan bahwa ada perbedaan nyata (high significant). Selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan metode LSD, untuk mengetahui apakah ada perbedaan nyata produktivitas setiap perusahaan terhadap perusahaan yang lain. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan metode LSD terhadap produktivitas setiap perusahaan terhadap perusahaan yang lain.

Tabel 3.3 Tabel LSD Produktivitas Perusahaan Kelapa Sawit Go Public 2002 – 2006

(I) Perusa- haan	(J) Perusa- haan	Mean Differ- ence (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Smart	Lonsum	.7255150(*)	.2779750	.011	.171880	1.279150
	AALI	1.7685150(*)	.2779750	.000	1.2114880	2.322150
	BSP	1.7460150(*)	.2779750	.000	1.192380	2.299650
Lonsum	Smart	-.7255150(*)	.2779750	.011	-1.279150	-.171880
	AALI	1.0430000(*)	.2779750	.000	.489365	1.596635
	BSP	1.02050000(*)	.2779750	.000	.466865	1.574135
AALI	Smart	-1.7685150(*)	.2779750	.000	-2.322150	-1.214880
	Lonsum	-1.0430000(*)	.2779750	.000	-1.596635	-.489365
	BSP	-.0225000	.2779750	.936	-.576135	.531135
BSP	Smart	-1.7460150(*)	.2779750	.000	-2.299650	-1.192380
	Lonsum	-1.0205000(*)	.2779750	.000	-1.574135	-.466865
	AALI	.0225000	.2779750	.936	-.531135	.576135

*The mean difference is significant at the .05 level.

Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa PT SMART Tbk memiliki produktivitas lebih besar dari PT PP Lonsum Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk. Setelah diketahui dari metode LSD untuk mengetahui mengetahui posisi maka, selanjutnya mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Berikut adalah hasil pengujian yang dihitung menggunakan one way anova untuk mengetahui rata-rata produktivitas setiap perusahaan.

Dari gambar 3.7 dapat diketahui bahwa produktivitas tertinggi adalah PT SMART Tbk Sehingga hipotesis diterima karena:

Ho : $X_{p\ sm} \leq X_{p\ l}, X_{p\ b}, X_{p\ a}$
 Ho : 2, 86 ≤ 2, 14 ; 1,12 ; 1,10

Keterangan :

$X_{p\ sm}$: Produktivitas PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk

$X_{p\ l}$: Produktivitas PT PPLondon Sumatra Utara Indonesia Tbk

$X_{p\ b}$: Produktivitas PT Bakrie Sumatra Plantation Tbk

$X_{p\ a}$: Produktivitas PT Astra Agro Lestari

Dengan demikian hipotesis pertama yaitu produktivitas yang dicapai oleh PT SMART Tbk adalah tertinggi diantara para pesaingnya yaitu PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk dapat diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hipotesis ke dua dalam penelitian ini menyatakan bahwa, diduga tingkat efisiensi yang dijalankan PT SMART Tbk adalah tertinggi dibandingkan dengan efisiensi pesaingnya. Sebelum mengetahui hasil hipotesis tersebut, data diuji dengan one way anova untuk mengetahui apakah secara bersama-sama data tersebut memiliki perbedaan. Berikut adalah tabel anova produktivitas.

Abel 3.4 Tabel Anova Harga Pokok Penjualan Perusahaan Kelapa Sawit Go Public 2002
- 2006

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Betwen Groups	13033198264875.450	3			
Within Groups	26235349287139.300	76	4344399421625.151		
Otal	39268547552014.750	79	345201964304.465	12.585	.000

Dari tabel 3.4 dapat diketahui bahwa ada perbedaan nyata (high significant) pada harga pokok penjualan PT SMART Tbk, PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansinya yaitu 0,000 yang menyatakan bahwa ada perbedaan nyata (high significant). Selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan metode LSD, untuk mengetahui apakah ada perbedaan nyata harga pokok produk di setiap perusahaan terhadap perusahaan yang lain. Berikut adalah hasil pengujian dengan penggunaan metode LSD terhadap produktivitas setiap perusahaan terhadap perusahaan yang lain.

Berdasarkan tabel 3.5 diketahui bahwa HPP PT SMART Tbk lebih kecil daripada PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk, PT BSP Tbk. Setelah diketahui dari metode LSD, selanjutnya mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Berikut adalah hasil pngujian yang dihitung menggunakan one way anova untuk mengetahui rata-rata harga pokok penjualan setiap perusahaan. Dari gambar 3.8 dapat diketahui bahwa harga pokok penjualanterendah adalah PT. SMART Tbk. Dengan melihat hal tersebut maka efisiensi PT SMART Tbk adalah tertinggi sehingga hipotesis kedua diterima karena:

Tabel 3.5 Tabel LSD Harga Pokok Penjualan Perusahaan Kelapa Sawit Go Public 2002
- 2006

(I) Perusahaan	(J) Perusa- haan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Smart	Lonsum	-998573.1000000(*)	185796.1152189	.000	-1368618.133660	-628528.066340
	AALI	-99315.7500000	185796.1152189	.595	-469360.783660	270729.283660
	BSP	-614786.0500000(*)	185796.1152189	.001	-984831.083660	-244741.016340
Lonsum	Smart	998573.1000000(*)	185796.1152189	.000	628528.066340	1368618.133660
	AALI	899257.3500000(*)	185796.1152189	.000	529212.316340	1269302.383660
	BSP	383787.0500000(*)	185796.1152189	.042	13742.016340	753832.083660
AALI	Smart	-899257.3500000(*)	185796.1152189	.595	-270729.283660	469360.783660
	Lonsum	-515470.3000000(*)	185796.1152189	.000	-1269302.383660	-529212.316340
	BSP	614786.0500000(*)	185796.1152189	.007	-885515.333660	-145425.266340
BSP	Smart	614786.0500000(*)	185796.1152189	.001	244741.016340	984831.083660
	Lonsum	-383787.0500000(*)	185796.1152189	.042	-753832.083660	-13742.016340
	AALI	515470.3000000(*)	185796.1152189	.007	145425.266340	885515.333660

*The mean difference is significant at the .05 level

Ho : $X_{Esm} \leq X_{Ea}, X_{Eb}, X_{E1}$
Ho : $1.721.259 \geq 1.820.575 ; 2.336.045$
; $2.719.832$

Keterangan:

X_{Esm} : Efisiensi PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk

X_{Ea} : Efisiensi PT Astra Agro Lestari

X_{Eb} : Efisiensi PT Bakrie Sumatra Plantation Tbk

X_{E1} : Efisiensi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk

Dengan demikian hipotesis kedua yaitu efisiensi yang dicapai oleh PT SMART Tbk adalah tertinggi diantara para pesaingnya yaitu PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Produktivitas yang dicapai oleh PT SMART Tbk 2,86 dan berdasarkan nilai tersebut, PT SMART Tbk merupakan perusahaan yang memiliki produktivitas tertinggi, karena nilai produktivitasnya tertinggi, karena nilai produktivitasnya tertinggi di antara pesaing, yaitu PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk.
2. Tingkat efisiensi PT SMART Tbk adalah dengan melihat nilai HPP CPO PT SMART Tbk memiliki efisiensinya paling tinggi, karena nilai HPPnya paling rendah diantara pesaing, yaitu PT PP LONSUM Tbk, PT AALI Tbk dan PT BSP Tbk.

B. Saran

1. Dengan melihat nilai produktivitas PT SMART Tbk diharapkan untuk kedepannya PT SMART Tbk untuk meningkatkan tingkat ekstraksi, karena seperti yang diketahui bahwa

tingkat ekstraksi CPO PT SMART Tbk belum dapat menyaingi perusahaan pesaing dan juga belum mampu memenuhi standart nasional. Cara yang ditempuh adalah, memperpendek masa tunggu TBS sebelum diolah menjadi CPO dengan menambah jumlah mesin pengolahan di pabrik dan mengkondisikan panen TBS pada umur tanaman utama (7 – 18 tahun). Saran untuk tetap dapat memenangkan persaingan di masa depan adalah menambah jumlah lahan produktif dengan cara menambah jumlah perkebunan inti yang berasal dari perkebunan plasma karena untuk membuka lahan baru dibutuhkan cost yang tinggi dan keterbatasan dari pemerintah yang membatasi jumlah lahan kelapa sawit pada tahun 2008 hal tersebut mengingat luas lahan PT SMART Tbk belum dapat menjadi yang tertinggi. Selain itu mempertahankan pengawasan kebun yang intensif, berkaitan dengan produksi, pemupukan dan pemanenan.

2. PT SMART Tbk memiliki rata – rata HPP terendah diantara pesaingnya, berdasarkan nilai tersebut menjadikan PT SMART Tbk memiliki efisiensi paling tinggi. Dengan itu PT SMART Tbk diharapkan mempertahankan efisiensi yang telah dicapai secara dinamis dengan menambah jumlah mesin di pabrik pengolahan sehingga total kapasitas mesin pengolahan dapat meningkat pula. Selain itu PT SMART Tbk diharapkan dapat mempertahankan atau bahkan mengefisienkan biaya – biaya produksi kebun samapai dengan biaya-biaya pabrik untuk menghasilkan CPO.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdula, Piter dkk. 2002. Daya Saing Daerah (Konsep dan Penguakuarn di Indonesia). BPFE, Yogyakarta
- Administrator. 2006. Laporan Tahunan PT SMART Tbk. Jakarta
- Administrator. Perkembangan Produksi Minyak Goreng Sawit Di Indonesia. www.bbj-jfk.com . [12 Desember]
- Administrator. The Power Of Position. www.positioning.com. [4 Februari 2008]
- Arsyad, Lincoln. 2000. Ekonomi Manajerial. BPFE, Yogyakarta
- Atmosoeprapto, Kisdarto. 2000. Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Azwar, Saifuddin. 1997. Metode Penelitian. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Chandra, Aditiawan. 2005, 17 Mei. Revitalisasi Industri Kelapa Sawit Nasional. Kompas
- David, Fred R. 2004. Manajemen Strategis. Prentice Hall, New Jersey.
- Drajad, Bambang. Prospek Kebun Sawit Masih Cerah. www.bisnisindonesia.com. [27 Januari 2008]
- Dwi, Difa. 2006. Analisis Pola Produksi Pada CV. CITA KARYA FURNITURE (FUNIMART) di Kotabaru Kecamatan Gondokusuman Yogyakarta. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian. Univesitas Pembangunan Nasional. Yogyakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Haming, Murdifin dkk. 2007. Manajemen Produksi Modern. Bumi Aksara, Jakarta
- Heizer, Jay and Barry dkk. 2002. Manajemen Strategis (Daya Saing dan Globalisasi). Salemba Empat, Jakarta
- Hitt, Michael dkk. 2002. Manajemen Strategis (Daya Saing dan Globalisasi). Salemba Empat, Jakarta
- Kasali, Rhenald. Persaingan Antar Industri di Indonesia. www.senada.co.id [20 Februari 2008]
- Lesmono, Tresno. 2000. Akuntansi Biaya. Pusat Penelitian AA YKPN, Yogyakarta.
- Mulyono, Mauled. 2004. Penerapan Produktivitas dalam Organisasi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nazir, M. 1998. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nicholson, Walter. 1995. Teori Mikroekonomi (Prinsip Dasar dan Perluasan). Inarupa Aksara, Jakarta.
- Pahan, Iyung. 2007. Panduan Lengkap Kelapa Sawit (Manajemen Agribisnis dari Hulu Hingga Hilir). Penebar Swadaya, Jakarta.
- Porter, M. 1993. Keunggulan Bersaing (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul). Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Risza, Suyanto. 1995. Kelapa Sawit (Upaya Peningkatan Produktivitas). Kanisius, Yogyakarta.
- Saleh, Sambusar. 1996. Statistik Induktif. UPP-AMP YKPN, Yogyakarta.
- Siegel, Andrew F. 2000. Practical Busines Statistes. Mc Graw-Hill Higher Education, United States of America.
- Supit, Anton. Persaingan Antar Industri di Indonesia. www.senada.co.id [20 Februari 2008]