
IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP UMKM KULINER DI WILAYAH KELURAHAN MERUYA SELATAN

Alvita Sari¹

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Mercu Buana

*e-mail: alvita.sari@mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This community service program is motivated by the many Culinary MSMEs in the South Meruya sub-district area which have difficulties in the marketing aspect. Based on the conditions above, efforts need to be made to help culinary MSMEs get up and improve their business activities so that their productivity and turnover will gradually increase again. For this reason, the Community Service Team from the Faculty of Economics and Business, Mercubuana University, Jakarta, consisting of lecturers and students, helps culinary MSMEs, especially in the South Meruya Village, Kembangan District, West Jakarta with the "Competitiveness System Workshop" program. comprehensive program to provide encouragement to the community and Culinary MSMEs. The aim of this program is to be able to create 'Job creation', so that micro entrepreneurs can be accommodated, and given workshops. Later Culinary MSME actors who have met the criteria for upgrading can continue to develop. On the other hand, this new normal is actually expected to be a momentum for good opportunities for local business actors to rise and move forward. The objectives of this Community Service are: (1) To develop and enhance an entrepreneurial spirit, high trust and independence. (2) To increase marketing knowledge of the basic needs of culinary MSMEs (3) To help culinary MSMEs understand the marketing mix which consists of 4 P (Product, Price, Place, Promotion). In order to increase competitiveness in living its business life.

Keywords: Competitiveness system workshop, 4 P, New Normal

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini termotivasi dari banyaknya UMKM Kuliner wilayah kelurahan Meruya Selatan yang kesulitan dalam aspek pemasaran. Berdasarkan kondisi di atas, perlu ada upaya yang dilakukan untuk membantu pelaku UMKM kuliner bangkit dan meningkatkan kembali kegiatan usahanya agar produktivitas dan omzetnya secara perlahan-lahan akan meningkat lagi. Untuk itu, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa membantu pelaku UMKM kuliner khususnya di Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan Jakarta Barat dengan kegiatan "Workshop Sistem Daya Saing " Program abdimas yang kami laksanakan ini bersifat komprehensif untuk memberikan dorongan kepada masyarakat dan UMKM Kuliner. Tujuan program ini supaya bisa menciptakan 'Job creation', agar pelaku usaha mikro bisa ditampung, dan diberi workshop-workshop. Nantinya pelaku UMKM Kuliner yang sudah memenuhi kriteria naik kelas bisa terus berkembang. Di sisi lain, sesungguhnya new normal ini diharapkan menjadi momentum untuk peluang baik bagi pelaku usaha lokal untuk bangkit dan maju. Tujuan Pengabdian Masyarakat ini adalah : (1) Untuk mengembangkan, meningkatkan jiwa kewirausahaan, kepercayaan dan kemandirian yang tinggi. (2) Untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran barang kebutuhan dasar UMKM kuliner (3) Untuk membantu UMKM kuliner memahami marketing mix yang terdiri 4 P (Product, Price, Place, Promotion). Agar dapat meningkatkan daya saing dalam menjalani kehidupan bisnisnya.

Kata Kunci : Workshop system daya saing ,4 P,New Normal

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil mikro adalah usaha dengan skala kecil atau industri rumah tangga yang sebagian masih dikerjakan di rumah dengan alat yang sederhana atau tradisional selain itu memperkerjakan sedikit orang dan berorientasi pada pasar lokal. Usaha kecil mikro ini merupakan usaha utama yang dijalankan oleh masyarakat karena dapat dijalankan dengan modal yang sedikit. Usaha Kecil Mikro ini merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu daerah. Karena memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan mengatasi pengangguran.

Usaha Kecil Mikro (UKM) merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tersebar di setiap daerah. Setiap daerah tersebut memiliki usaha yang beraneka ragam mulai dari kerajinan, makanan, pertanian, perternakan dan lainnya. Usaha kecil mikro ini juga menjadi ciri khas dari suatu daerah tersebut dan biasanya dijadikan sebagai oleh-oleh. Selain itu juga sebagai penopang perekonomian dan dapat mencegah pengangguran dan kemiskinan.

Perkembangan UKM di Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat yang tumbuh signifikan harus diikuti pula dengan perbaikan kualitas UKM itu sendiri agar mampu bersaing. Adapun saat ini dari data BPS jumlah UMKM hingga awal September 2021, terdapat lebih dari 264.000 UMKM yang bergabung dalam program Jakpreneur. pelaku UMKM yang dibina sudah mencapai 8.637 orang pada akhir 2020 dan hingga 12 Maret 2021 sudah ada sekitar 10.000 Jakpreneur, Hal tersebut dinyatakan oleh Kepala Dinas PPAPP (Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk) DKI Jakarta. Persoalan usaha biasanya ada masalah dengan modal, SDM, bahan baku, pemasaran dan manajemennya.

Menurut Disperindag Koperasi dan UKM dalam penerapan bauran pemasaran 4P di Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan tersebut masih kurang baik. Terutama pada usaha makanan dan minuman yang masih kurang dalam penerapan pemasaran tersebut. Usaha tersebut masih menerapkan pemasaran secara sederhana dan apa adanya. Padahal penerapan bauran pemasaran ini sangat penting untuk perkembangan usaha. Perlunya peningkatan 4P bagi usaha makanan dan minuman di Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan seperti produk, place, price dan promosi.

Produk usaha makanan dan minuman di Kelurahan Meruya Selatan ini rata rata masih dengan wadah sederhana tanpa ada inovasi pada kemasan produk seperti dalam penggunaan merk. Makanan dan minuman ini masih disajikan dengan sederhana dan kurang menarik bagi konsumen. Selain itu variasi seperti rasa, tampilan dan bahan masih kurang. Keunikan produk supaya menarik konsumen masih kurang sehingga konsumen banyak yang belum minat membeli. Produk kebanyakan masih belum ada izin PIRT dan belum diuji oleh Dinas Kesehatan setempat. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk masih rendah dan belum layak dipasarkan.

Distribusi masih belum dimanfaatkan secara baik oleh usaha makanan dan minuman. Meskipun tempat distribusi sangat mendukung yaitu sebagai pusat keramaian tetapi banyak usaha makanan dan minuman masih kurang dalam mendistribusikan produk kepada konsumen. Tempat adalah dimana dijualnya produk dan biasanya tempat berfungsi sebagai penyaluran distribusi produk ke konsumen. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Dalam pemanfaat tempat distribusi UKM makanan dan minuman masih belum bisa memanfaatkan dengan baik.

Price atau harga yang diterapkan oleh usaha makanan dan minuman di Kelurahan Meruya Selatan ini masih belum baik. Banyak yang menjual produk yang tidak sesuai dengan pasaran, ada yang menjual produk dengan harga yang tinggi dan ada yang menjual produk yang harganya terlalu rendah sehingga keuntungan sedikit dan merugikan usaha lainnya. Selain itu belum ada penerapan

strategi harga pada produk makanan dan minuman sehingga konsumen tidak tertarik untuk membeli.

Strategi promosi masih belum baik diterapkan oleh usaha makanan dan minuman di Kelurahan Meruya Selatan. Kurangnya promosi terutama promosi dengan menggunakan media baik media cetak atau media sosial. Media cetak yaitu promosi lewat koran, brosur, pamflet dan mmt. Sementara promosi lewat media media sosial juga masih belum baik padahal di zaman sekarang banyak masyarakat yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi. Sehingga berpeluang untuk menjual produk di media sosial tetapi pelaku usaha makanan dan minuman ini masih belum menyadarinya dan belum terlatih menggunakan promosi lewat media sosial.

Maka dari permasalahan tersebut bauran pemasaran sangat menarik untuk diteliti terutama untuk mengetahui dampak terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman di Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan. Penelitian ini diharapkan membawa dampak positif terhadap perkembangan usaha tersebut.

2. METODE

Kegiatan workshop dimulai dengan menyebarkan link pendaftaran melalui google form dan pendaftaran manual RT/RW setempat, peserta terdaftar di berikan kegiatan pelatihan secara online dan offline dengan metode workshop pendampingan. Pada metode ini dipilih untuk menyampaikan teori-teori dan konsep dasar yang harus dikuasai oleh peserta. Pengetahuan yang disampaikan dalam metode ini meliputi : (1) penjelasan tentang pengenalan bauran pemasaran di bidang kuliner untuk UMKM (2) implementasi bauran pemasaran (Produk, Penetapan harga, Promosi yang tepat dan Inovasi Distribusi) pada UMKM Kuliner yang telah berjalan.

Jenis Luaran Sesuai Rencana Kegiatan

Kegiatan workshop ini telah dipublikasikan pada beberapa media online.

Mekanisme Evaluasi Kegiatan

Evaluasi sejauh mana pemahaman dan penerapan bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh para pelaku UMKM Kuliner di kelurahan Meruya Selatan.



Gambar 1. Flyer kegiatan PKM series : Keberlangsungan Usaha Pengembangan Produk Kuliner

Daftar hadir peserta dan Link
DATA RESPONDEN pkm Series Kuliner

Tabel 1. Data Responden

No	1. Jenis Kelamin	2. Usia Bapak / Ibu / Saudari	3. Jenis usaha kuliner yang dijalani saat ini	4. Omset per tahun (Rp)	5. Jumlah karyawan	6. Pernah mendapat pembinaan UMKM dari Pemerintah ?
1	Perempuan	51 - 60 tahun	Snack	Gak menentu	Gak ada	Tidak
2	Perempuan	51 - 60 tahun	Produk dr HNI (HERBAL), Klo makanantekwan sesuai pesanan	Tidak tentu sesuai permintaan	Usaha sendiri	Ya
3	Perempuan	51 - 60 tahun	Minuman bunga telang	5 juta	2	Ya
4	Perempuan	41 - 50 tahun	catering	60 jt	nga ada	Ya
5	Perempuan	20 - 30 tahun	Keripik pisang dll	TDK tentu	Saya sendiri	Ya
6	Perempuan	51 - 60 tahun	Makananringan	Gak tau	Gak ada	Tidak
7	Perempuan	31 - 40 tahun	Makanan	1500000	Jualan sendiri	Tidak
8	Perempuan	51 - 60 tahun	HNI dan berjualantekwan sesuai pesanan aja	Belum tetap	Sendiri	Ya
9	Perempuan	51 - 60 tahun	Minuman bunga telang	5 juta	2	Ya
10	Perempuan	31 - 40 tahun	Makananringan	Kurang lebih 12 jt pertahun	Dikerjakan bersama keluarga	Tidak
11	Perempuan	41 - 50 tahun	Catering	15 juta per th	5 org	Ya
12	Perempuan	20 - 30 tahun	Mkn ringan dan kue basah	TDK tentu	Kerja sendiri	Ya
13	Perempuan	51 - 60 tahun	Minumaninstan	Saya buat klo adapesanan..	1 orang	Tidak
14	Perempuan	31 - 40 tahun	Kerajinan tangan	Tidak tentu	0	Tidak
15	Perempuan	41 - 50 tahun	Snack /kentang krisphy	2 jt	1 orang	Ya
16	Perempuan	41 - 50 tahun	KOPI	Rp. 150.000.000	2	Tidak
17	Perempuan	41 - 50 tahun	Kue basah dan kue kering	2 jt	1	Ya
18	Perempuan	> 60 tahun	Anekapepes	4 jt	1	Ya
19	Perempuan	51 - 60 tahun	Catering/tumpeng	Tidak tentu	Masih keluarga	Ya
20	Perempuan	41 - 50 tahun	Makanan ringan	Rp. 10.000.000	Tidak ada	Tidak
21	Perempuan	51 - 60 tahun	Kue basah	2.000.000	2 orang	Ya
22	Perempuan	41 - 50 tahun	Pkk (pepesayam)	Tidak tentu	Tidak ada	Tidak
23	Perempuan	41 - 50 tahun	Jajanan betawi dan mie ayam	tidak tentu	1	Ya
24	Perempuan	20 - 30 tahun	Aneka kue	10	1	Tidak

Link https://bit.ly/Daftar_PkM_170222

Kuesioner dan LinkLink kuesioner <https://bit.ly/KuisiomerPkMKuliner>

Gambar 2. Kuisiomer PKM

Tabel 2. Tabel Pertanyaan

Keterangan

Kode	Pertanyaan
K1	Apakah kegiatan ini meningkatkan produksi ?
K2	Apakah kegiatan ini merubah perilaku ke arah yang positif ?
K3	Apakah kegiatan ini meningkatkan mutu lingkungan ?
K4	Apakah kegiatan ini menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat dengan memanfaatkan keahlian civitas akademik yang relevan ?
K5	Apakah kegiatan ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
K6	Apakah kegiatan ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
K7	Apakah kegiatan ini berguna sebagai bahan ajar atau modul pelatihan untuk pengayaan sumber belajar.
K8	Apakah kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bermanfaat bagi masyarakat.
K9	Apakah kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memenuhi target kerjasama.

K1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	7	29,2	29,2	29,2
Valid Setuju	17	70,8	70,8	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	13	54,2	54,2	54,2
Valid Setuju	11	45,8	45,8	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	9	37,5	37,5	37,5
Valid Setuju	15	62,5	62,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	7	29,2	29,2	29,2
Valid Setuju	17	70,8	70,8	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	10	41,7	41,7	41,7
Valid Setuju	14	58,3	58,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat setuju	10	41,7	41,7	41,7
Valid Setuju	14	58,3	58,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	4,2	4,2	4,2
Valid Sangat setuju	10	41,7	41,7	45,8
Setuju	13	54,2	54,2	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	11	45,8	45,8	45,8
Setuju	13	54,2	54,2	100,0
Total	24	100,0	100,0	

K9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	8	33,3	33,3	33,3
Setuju	16	66,7	66,7	100,0
Total	24	100,0	100,0	

Saran-saran

1. Bagus dan setuju
2. Kalau bisa kegiatan ini bisa 3 atw 6 bulan sekali ,buat menambah pengetahuan ibu2
3. Kalau ada pelaksanaan pelatihan, hendaknya ada pendampingan agar usahanya bisa
4. berjalan secara lancar.
5. klau bs sesering mungkin kita adakan pelatihan umkm biar tambah semangatb
6. Semoga sukses
7. Bagus dengan ada nya kegiatan ini
8. Sudah bagus
9. Lebih banyak lg pelatihannya
10. Ada pendampingan utk usaha umkm yg ada dilingkungan meruya selatan
11. Kegiatan seperti sangat membantu sy sebagai pelaku UMKM untuk menambah
12. wawasan
13. Terimakasih univ Mercu buana atas ilmunya semoga bermanfaat semoga lebih byk
14. lagi diadakan pelatihan2 seperti ini
15. Semoga tambah kompak
16. Boleh di adakan bertahap buat kemajuan UMKM yang ada di sekitar kampus UMB
17. Sering-sering aja supaya menambah pengetahuan lebih luas

- 18. Mohon d tindak lanjuti para peserta UMKM,agar berkualitas
- 19. -
- 20. lebih sering mengadakan kegiatan seperti ini,spy bs meningkatkan pengetahuan n bs
- 21. mengkatkan omset usaha
- 22. Kami tunggu pelatihan selanjutnya
- 23. Lebih turun ke sekitar UMKM dekeat UMB
- 24. Perlu adanya pendampingan lanjutan untuk kemajuan usaha UMKM
- 25. Perlu adanya kegiatan yg bersinambungan & pendampingan buat pelaku usaha
- 26. Kita tunggu pelatihan selanjut nya
- 27. sangat membantu
- 28. Semoga lebih di tingkat kan lagi

Publikasi online di Youtube dan Link



**PKM Series FEB Mercubuana, 17
Februari 2022 di Kelurahan Meruya Sela...**

123 views · 2 mo ago

Gambar 3. Publikasi Onlien

Link <https://youtu.be/wZy7jHfavrY>

Publikasi media masa online dan Link



<https://miindonews.co.id/nasional/21/02/2022/fakultas-ekonomi-universitas-mercu-buana-tuntaskan-program-pengabdian-masyarakat-dengan-meruya-selatan/>

<https://biuus.com/universitas-mercu-buana-gelar-pengabdian-masyarakat-dengan-tema-keberlangsungan-usaha-pengembangan-produk-kuliner/>

Foto Kegiatan



Gambar 4. Foto Kegiatan

3. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan berupa pelatihan bagaimana cara memasarkan produk kuliner melalui shop online yang sangat banyak variasinya, maka para pelaku UMKM dapat mempromosikan dan menjual produknya lebih luas lagi.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat pada pelaku UMKM Kuliner di lingkungan Kelurahan Meruya Selatan adalah sebagai berikut :

1. Tahap persiapan, yang terdiri dari tahap:
 - a) Satu minggu sebelum pelatihan dimulai survey peserta, mendata peserta yang akan diundang dalam kegiatan pelatihan secara daring
 - b) Melakukan koordinasi dengan Pihak Kelurahan mengenai prosedur acara, susunan kegiatan dan perlengkapan audio/visual.
2. Tahap pelaksanaan, yang terdiri dari:
 - c) Pemberian materi mengenai materi kuliner shop secara daring
 - d) Sesi tanya jawab serta mengulas permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM kuliner di lingkungan Kelurahan Meruya Selatan
 - e) Melakukan diskusi
3. Evaluasi atau monitoring
 - f) Melihat kemajuan dari Tim UMKM kuliner yang di monitor
 - g) Kesimpulan dari monitoring

Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Tahun Akademik 2021/2022, dengan periode waktu pelaksanaan 5 bulan. Berikut ini jadwal kegiatan yang telah dilaksanakan.

Hasil Mentoring

Berdasarkan hasil mentoring salah satu UMKM yaitu Ibu Wati yang memiliki usaha katering dia sangat merasakan manfaat pelatihan yang diadakan Tim Kuliner, tidak hanya Ibu Wati saja peserta lain juga sangat semangat dalam mendapatkan pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pelaku UMKM di Meruya Selatan yang kebanyakan menjawab setuju pada tiap pernyataan yang ditanyakan di link kuesioner PKM.

4. **KESIMPULAN**

Pentingnya memberikan pelatihan kepada kelompok UMKM dengan harapan memberi tambahan wawasan pengetahuan mengenai cara pemasaran yang lebih baik bagi usaha UMKM di Bidang Kuliner yangtelah terbukti para pelaku UMKM yang menggunakan Shop online dapat bertahan pada masa pandemi Covid, banyak aplikasi shop online yang dapat dipilih dan dipelajari dengan mudah, sehingga mereka dapat memperluas area konsumen yang ingin merasakan kuliner yang mereka tawarkan.

Kami berharap Kelompok UMKM di lingkungan Kelurahan Meruya Selatan memiliki kemampuan lebih baik lagi untuk menjual berbagai Kuliner yang akan mereka jual secara online dan selalu semangat dalam usahanya untuk meningkatkan penjualannya yang dimiliki oleh pelaku UMKM di masa depan

Di masa pandemi ini dengan segala keterbatasan yang ada kita harus selalu optimis untuk terus berusaha menambah wawasan dan sekaligus langsung mengeksekusi ide-ide yang ada untuk keberlanjutan hidup.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada Unit Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mercu Buana Jakarta, Fakultas Ekonomi Bisnis, Prodi S1 Manajemen yang telah memberikan dukungan financial sehingga Penulis dapat melakukan kegiatan abdimas di kelurahan Meruya Selatan. Terima kasih juga atas bantuan dari Bapak Ibu Pejabat di Kelurahan Meruya Selatan atas fasilitas yang diberikan secara inkind yaitu ruangan, jaringan internet dan partisipasi tim nya.

REFERENSI

- Ayu, Nilam. 2017."Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers. *Jurnal Manajemen* Vol 1 No.6 Februari 2017.
- Badan Pusat Statistik 2016. *Survei Industri Mikro dan Kecil*. Jakarta: Kantor Pusat Statistik.
- Barata, Atep. 2009. *Membuka Usaha Kecil*. Bandung : Arfindo Raya.
- Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah (2019). Tentang Perkembangan UKM Jawa Tengah.
- Dwi, Ibnu. 2015."Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model". *Jurnal Evolusi* Vol 3 No.1 Maret 2015.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Undip Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Handrimurtjahyo, A.D. dkk. (2007). *Faktor-Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Industri Kecil*. Kasus pada Industri Gerabah dan Keramik Kasongan, Bantul, Yogyakarta. (Online). Tersedia di: <http://uajy.ac.id>. Diakses 11 April 2019
- Hartono dan Deny Dwi Hartomo. 2014. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta". *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 14, No 1 ,2014: 15-30.
- Hermawan, Haris. 2015."Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol 1 No.2 Desember 2015.
- Hurruyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Supardan. 2017."Analisis Strategi Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Manajemen* Vol No 1 24 November 2017.
- Sutrisno, Dadan dkk. 2016."Perencanaan Strategis Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi Permasalahan Pemasaran. *Jurnal Wacana* Vol 19 No.2 2016