

*Submitted 15 Agustus 2022*  
*Accepted 30 Agustus 2022*

## **STRATEGI PROMOSI JAJANAN DODOL DI DESA BONDALEM SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS BULELENG**

### ***PROMOTION STRATEGY OF DODOL SNACKS IN BONDALEM VILLAGE AS BULELENG'S TRADITIONAL SOLUTIONS***

**Defyartha Kepakisan**

Program Studi Diploma IV Manajemen Perhotelan, Institut Pariwisata Dan Bisnis  
Internasional

*Wahartha12@gmail.com*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi promosi yang terdiri dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Strategi promosi jajanan dodol di Desa Bondalem sebagai oleh-oleh khas Buleleng. Pada metode penelitian yang digunakan adalah metode 4p dan bauran pemasaran. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil menunjukkan bahwa usaha jajanan dodol pada Industri Rumah Tangga di Desa Bondalem Kecamatan tejakula Kabupaten Buleleng berdasarkan hasil perhitungan, nilai bobot dan rating X keseluruhan nilai pada faktor internal (IFAS) total sebesar 0,38 Sedangkan dari hasil perhitungan nilai bobot dan rating (Y) dapat dihasilkan keseluruhan jumlah bobot total sebesar 0,15 untuk faktor eksternal (EFAS), terletak pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan strategi untuk bertahan dan dapat menjaga perusahaan menjadi lebih baik lagi. Maka dari itu analisis SWOT diperoleh beberapa strategi yang terdapat pada kuadran yang nantinya akan menjadi prioritas strategi yang tepat untuk dilaksanakan terlebih dahulu dengan menggunakan analisis SWOT

**Kata Kunci** : Strategi promosi, 4p, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT.

### ABSTRACT

This study aims to determine the promotion strategy which consists of Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. The strategy of promoting dodol snacks in Bondalem Village as a typical Buleleng souvenirs. The research method used is the 4p method and the mix marketing. The types of data used in this research are primary data and secondary data. Data collection techniques through observation, interviews, documentation and questionnaires. Data The results obtained were then analyzed using SWOT analysis. The results show that dodol snack business in the Home Industry in Bondalem Village, Tejakula District Buleleng Regency based on the calculation results, the value of the weight and the overall X rating of the . value on internal factors (IFAS) a total of 0.38. Meanwhile, from the results of the calculation of the weight value and rating (Y) can be generated as a whole total weight of 0.15 for the factor (EFAS), is located in quadrant I. This shows that the company requires a strategy to survive and be able to keep the company even better. Therefore, the SWOT analysis obtained several strategies contained in the quadrant that later it will be the right strategic priority to be implemented first with using SWOT analysis

*Keywords: Promotion strategy, 4p, Marketing Mix, SWOT analysis*

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan suatu daerah. Selain memberikan keuntungan bagi tempat wisata itu sendiri secara ekonomi, manfaat positif juga dirasakan di bidang infrastruktur. Fasilitas-fasilitas pendukung seperti rumah makan, tempat penginapan, sentra industri, dan pusat oleh-oleh muncul serta berkembang di destinasi-destinasi populer.

Buleleng merupakan salah satu kabupaten yang terletak di belahan utara Pulau Bali. Potensi wisata yang dikembangkan di wilayah ini sangat beragam, seperti wisata alam, sejarah, budaya, pendidikan, dan kuliner. Hal tersebut tentu mempengaruhi peningkatan wisatawan mancanegara dan nusantara dari tahun ke tahun. Perkembangan pariwisata di Kabupaten Buleleng mengalami kemajuan yang sangat pesat sejak pemerintah pusat mengambil langkah strategis dengan menyerahkan kewenangan mengelola sektor pariwisata kepada pemerintah kabupaten/kota demi mendukung pengembangan pariwisata nasional melalui desa wisata.

Desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki

arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik tentu mempunyai potensi untuk lebih dikembangkan lagi, Prasukmana & Mulyadin (2013).

Pengembangan desa wisata merupakan suatu upaya yang digunakan untuk memanfaatkan sumber daya alam dengan sebaik-baiknya untuk menarik minat wisatawan sehingga dapat menguntungkan dan dapat mensejahterakan masyarakat sekitarnya. Kegiatan belanja yang dilakukan wisatawan seperti membeli makanan oleh-oleh memberikan manfaat ekonomi langsung bagi penduduk sekitarnya, dan merupakan salah satu penggerak ekonomi yang tidak membutuhkan dana besar untuk memproduksi jika dibuat skala kecil rumahan. Wisatawan yang berbelanja langsung ke rumah-rumah penduduk, atau berbelanja makanan produksi rumahan selain memberikan kontribusi ekonomi juga memberikan kebanggaan tersendiri, karena memajukan potensi yang ada, memperkenalkan keunikan yang dimiliki daerah tersebut, serta membuat produk local mendapatkan tempat khusus bagi konsumen yang datang.

Wisata belanja merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang dalam rangka membeli barang ataupun jasa di suatu lokasi. "Oleh-oleh" adalah barang yang dibawa seseorang dari berpergian sebagai bukti kenangan untuk diri sendiri atau buah tangan untuk orang lain. Oleh-oleh atau buah tangan dapat berupa makanan yaitu barang/produk yang dapat dikonsumsi, dikunyah dan ditelan oleh manusia, Almatsier (2009). Desa Bondalem berada di Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng. Desa Bondalem yang mempunyai luas wilayah 669 hektar, dengan jumlah penduduk yang tersebar di 10 Banjar Dinas yaitu sebanyak 13.508 jiwa, jumlah penduduk laki-laki sebanyak 7.082 jiwa, jumlah penduduk perempuan sebanyak 6.426 jiwa dan jumlah KK keseluruhan sebanyak 4.309 KK.

Merupakan desa wisata yang terkenal sebagai desa kuliner tradisional seperti dodol, iwel, kaliadrem, gipang, siopak, dan blayag. Diantara makanan khas sebagai oleh-oleh Bondalem yang sangat terkenal di pasaran yaitu dodol.

Makanan jajanan dodol ini dapat dijadikan sebuah ikon suatu destinasi pariwisata. Makanan atau cemilan yang khas bisa menjadi sebuah ikon tempat wisata. Putra (2014) karena dianggap sebagai barang yang dapat mencerminkan perbedaan budaya dan gaya hidup masing-masing tempat dan menjadi daya tarik wisata untuk berkunjung.

Jajanan dodol Desa Bondalem terbuat dari ketan hitam, santan, dan gula merah, memiliki cita rasa yang khas manis dan wangi. Selain cita rasa yang khas, dodol ini kemasannya sangat unik. Kulit pembungkusnya dari kulit jagung dengan ukuran lebih besar dibanding dodol lainnya. Penganan

ini sangat cocok dinikmati dengan minuman berupa teh, dan kopi. Harusnya dodol ini bisa dipasarkan setiap waktu, karena biasa juga dipergunakan untuk keperluan upacara adat seperti upacara adat perkawinan, potong gigi, odalan, hari raya Galungan dan Kuningan.

Berkembangnya produksi jajanan dodol di berbagai daerah dengan cita rasa dan kemasan yang menarik, tentu memperbanyak oleh-oleh makanan khas yang ada di Kabupaten Buleleng. Banyaknya jajanan dodol di pasaran membuat pelanggan atau wisatawan mempunyai pilihan lain. Hal ini memunculkan persaingan dan ancaman bagi produk jajanan dodol Desa Bondalem sebagai oleh-oleh khas Buleleng.

Untuk mengatasi ancaman dan persaingan jajanan dodol di pasaran, maka diperlukan strategi promosi yang lebih baik. Dodol ini hendaknya mendapatkan promosi yang lebih efektif agar semakin terkenal dan dapat dijadikan sebagai satu oleh-oleh khas Buleleng. Oleh-oleh yang mampu memberikan kontribusi positif, kebanggaan bagi penduduk lokal, dan sarana melestarikan budaya setempat dibidang kuliner.

Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran (promotion mix) yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi perusahaan dan konsumen. Hal ini juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pengguna jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan market/pasar, Daryanto 2011.

Strategi promosi sangat diperlukan terutama pada saat situasi krisis ekonomi atau pada masa pandemi yang menimbulkan kesulitan masyarakat untuk menjual hasil industri usahanya. Hal ini dialami juga oleh masyarakat yang ada di Desa Bondalem yang memiliki industri jajanan Dodol Bondalem. Untuk meningkatkan industri usaha jajanan Dodol Bondalem sebagai oleh-oleh khas Buleleng sangatlah penting digunakannya berbagai macam promosi. Melihat pentingnya suatu promosi yang dapat menunjang peningkatan pengguna jasa di suatu perusahaan, maka penulis memilih judul STRATEGI PROMOSI JAJANAN DODOL DI DESA BONDALEM SEBAGAI OLOEH-OLEH KHAS BULELENG

Penulis dapat menguraikan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas berkenaan dengan Strategi Promosi Jajan Dodol di Desa Bondalem Sebagai Oleh oleh Khas Buleleng maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan penulis adalah “Bagaimanakah Strategi Promosi Jajanan Dodol di Desa Bondalem Sebagai Oleholeh Khas Buleleng agar bisa terkenal di Indonesia?

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Bondalem yang beralamat Jalan Ketut Sangging, Bondalem, Tejakula, Buleleng, Bali. Penelitian yang dilaksanakan 2 bulan yakni mulai dari bulan Maret sampai dengan April 2021.

Jenis Data

### Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk keterangan tidak berbentuk angka (Pantiyasa, 2019). Dalam penelitian ini data yang berbentuk kualitatif adalah analisis SWOT dari Jajanan dodol di Desa Bondalem yang terdiri dari Strength (kekuatan), Weaknes (kelemahan), Opportunity (kesempatan), dan Threat (ancaman).

### Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah informasi yang didapatkan dari lapangan dengan berbentuk angka (Pantiyasa, 2019). Dalam penelitian ini data yang berbentuk kuantitatif adalah analisis IFAS dan EFAS.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif yaitu membuat uraian mengenai hasil penelitian kemudian menyajikan hasil penelitian tersebut dalam bentuk yang baik sehingga mendapat gambaran mengenai situasi penelitian, kemudian digabungkan dengan pendekatan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat). Menurut Kotler dalam Dewi (2017), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Marketing Mix 4P (Bauran Promotion)

#### Matrik SWOT

Analisis Internal adalah bertujuan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diidentifikasi. Dalam menganalisis faktor tersebut digunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary). Penentuan faktor dilakukan sebelum membuat matriks IFAS.

#### Analisis External

adalah external dilakukan untuk mendapatkan faktor peluang yang akan dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Untuk

mengevaluasi faktor tersebut maka digunakan matriks EFAS (External Factor Analysis Summary). Penentuan faktor eksternal dilakukan sebelum membuat matriks EFAS. HASIL DAN PEMBAHASAN Analisis Marketing Mix 4P (Bauran Promotion) Bidang Promotion yang dibahas dalam penelitian ini adalah kegiatan Promotion berkaitan dengan 4P ( product, price, promotion, place) dan bauran pemasaran yang mewakili faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal pada jajanan dodol di Desa Bondalem Sebagai Oleh-oleh khas buleleng yang didapat dari melakukan wawancara dan observasi.

### **Analisis Matrik SWOT**

Berdasarkan fakta yang telah didapat di Jajanan dodol di Desa Bondalem dari hasil wawancara dengan pengusaha Jajanan dodol di Desa Bondalem dapat dikembangkan menjadi suatu alternatif strategi yang dapat dilakukan melalui analisis SWOT yang didasarkan pada situasi lingkungan internal dan eksternal. Berikut ini adalah paparan analisis SWOT tentang strategi promosi jajanan dodol di Desa Bondalem sebagai oleh-oleh khas Buleleng.

#### **1. Kekuatan (strength)**

- a. Dodol ini dapat bertahan lebih lama
- b. Pembungkusnya unik menggunakan kulit jagung
- c. Menggunakan pemanis dan pengawet alami
- d. Bahan baku utama murah dan relative mudah di temukan

#### **2. Kelemahan (Weakness)**

- a. Proses produksi masih menggunakan teknologi tradisional.
- b. Kurangnya adanya promosi
- c. Pencatatan usaha masih menggunakan secara manual
- d. Jalur distribusi dan pemasaran kurang di optimal hanya di pasarkan di sekitar Desa Bondalem.

#### **3. Kesempatan (opportunity)**

- a. Banyaknya tempat wisata di Desa bondalem dan sekitarnya
- b. Tingginya minat masyarakat terhadap Jajanan dodol
- c. Berkembangnya media social dan internet untuk promosi dan distribusi produk.

#### **4. Ancaman (Threat)**

- a. Pesaingan ketat dalam industri jajanan dodol sejenis.

- b. Kemasan dan rasa dodol pesaing yang lebih beragam dan variatif.
- c. Adanya kesan dodol sebagai makanan manis yang kurang sehat terutama bagi penderita diabetes.
- d. Bukan cemilan sehat karena manis, terutama bagi yang sedang diet

Dalam penelitian ini akan dapat di kaji rumusan strategi yang dapat dipakai berdasarkan data yang diperoleh dapat diidentifikasi factor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS). Analisis Internal (IFAS) dan Analisis Eksternal (EFAS)

Hasil indentifikasi faktor. Kekuatan dan Kelemahan ini dapat dijadikan factor strategi internal, selanjutnya diberikan bobot dan rating untuk setiap faktor, maka dapat diperoleh total skor nilai seperti terlihat pada matriks IFAS table 4.2 berikut ini,

**Tabel 4.2**  
**IFAS (Internal Analysis Strategy Summary) Penentuan Rating Faktor Internal**

Faktor- faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Strenght (Kekuatan)</b>			
1. Dodol ini dapat bertahan lebih lama	0,13	4	0,52
2. Pembungkus sangat unik menggunakan kulit jagung	0,12	3	0,36
3. Menggunakan pemanis dan pengawet alami	0,12	3	0,36
4. Bahan baku utama murah dan relative mudah di temukan	0,12	4	0,48
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>1,72</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1. proses produksi masih menggunakan teknologi tradisional	0,12	3	0,36
2. Kurangnya adanya promosi	0,12	3	0,36
3. Pencatatan usaha masih menggunakan secara manual	0,12	3	0,36
4. Jalur distribusi dan pemasaran kurang di optimal hanya di pasarkan di sekitar Desa Bondalem	0,12	3	0,36
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>11</b>	<b>1,44</b>

Sumber: Data jajanan dodol di Desa Bondalem diolah (2021)

Dari hasil pengolahan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) diatas diketahui bahwa jumlah skor bobot untuk analisis kekuatan pada Jajanan dodol diDesa Bondalem ini adalah 1,72 Sedangkan nilai kelemahannya sebesar 1,44 yang berarti bahwa Jajanan dodol di Desa Bondalem memberikan respon baik terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan karena jumlah skor bobot dari kekuatan lebih besar dari jumlah skor dari kelemahan. Dengan kata lain, perusahaan telah

mampu memanfaatkan kekuatan yang ada dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

**Table 4.3**  
**EFAS (External Analysis Strategy Summary) Penentuan Rating Faktor Eksternal**

Faktor- faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Opportunities (peluang)</b>			
1. <u>banyaknya tempat wisata di Desa Bondalem</u>	0,14	4	0,56
2. <u>Tingginya peminat masyarakat dalam jajanan dodol</u>	0,16	5	0,8
3. <u>berkembangnya media sosial dan internet untuk promosi dan distribusi dengan baik</u>	0,14	4	0,56
<b>TOTAL</b>			<b>1,99</b>
<b>Ancaman (Threat)</b>			
1. <u>banyaknya pesangan ketat dalam industry jajanan dodol yang sejenis</u>	0,15	3	0,45
2. <u>kemasan dan rasa dodol pesaing yang beragam variatifnya</u>	0,14	3	0,42
3. <u>adanya kesan jajanan dodol sebagai makanan manis yang kurang sehat bagi penderita diabetes</u>	0,13	4	0,52
4. <u>Bukan cemilan sehat karena manis, terutama bagi yang sedang diet</u>	0,15	3	0,45
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>1,84</b>

Sumber: Data jajanan dodol di Desa Bondalem diolah (2021)

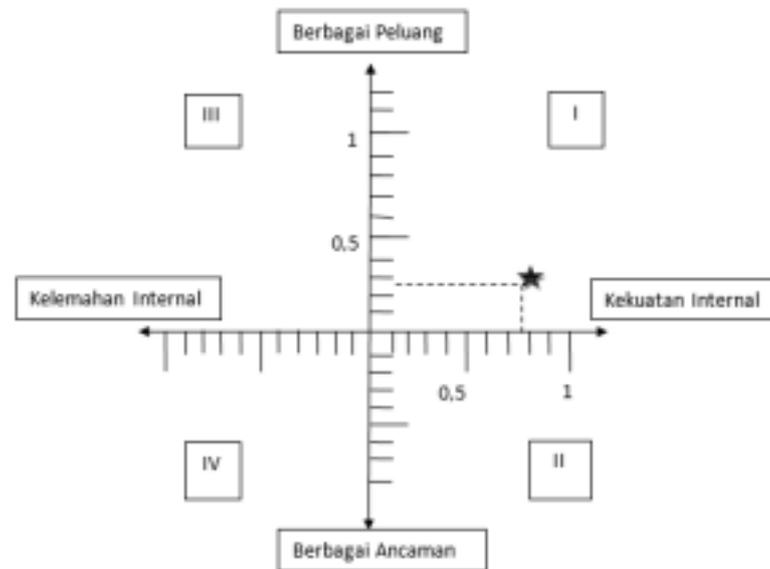
Dari hasil pengolahan matriks EFAS diatas diketahui bahwa jumlah skor bobot untuk analisis peluang pada Jajanan dodol di Desa Bondalem adalah 1,99 Sedangkan untuk ancamannya sebesar 1.84 yang berarti bahwa Jajanan dodol di Desa Bondalem ini memberikan respon baik terhadap peluang dan ancaman yang ada di lingkungan usaha jajanan dodol Desa Bondalem ini karena jumlah skor bobot dari peluang lebih besar dari jumlah skor dari ancaman. Dengan kata lain, Usaha telah mampu memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman yang ada.

### Diagram Kartesius

Sesuai dengan hasil perhitungan IFAS dan EFAS yang telah dibahas sebelumnya, maka diperoleh titik koordinat sumbu X dan berdasarkan pengurangan jumlah rating yang dikalikan bobot pada kolom kekuatan (strengths) dengan jumlah total rating yang dikalikan bobot pada kelemahan (weaknesses). Sedangkan penentuan titik koordinat sumbu Y diperoleh berdasarkan pengurangan total jumlah rating yang dikalikan bobot pada kolom peluang (opportunities) dengan jumlah rating dikalikan bobot pada kolom ancaman (threats) seperti yang terlihat dibawah ini :

Titik koordinat sumbu X =  $1,72-1,44 = 0,38$  (internal) Titik koordinat sumbu Y =  $1,99-1,84 = 0,15$  (eksternal) Titik koordinat kuadran SWOT menepi di X 0,38 dan Y 0,15 Langkah selanjutnya adalah mencari kuadran SWOT yang

tepat berdasarkan titik koordinat X dan Y untuk dimasukkan ke Diagram Kartesiu



Berdasarkan titik koordinat yang diperoleh, dapat ditentukan bahwa posisi Jajanan dodol di Desa Bondalem Sebagai oleh-oleh khas Buleleng berada pada kuadran I (pertama) yakni mendukung kebijakan pertumbuhan strategi promosi Jajanan dodol di Desa Bondalem yang memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian tindakan yang dapat diambil oleh Jajanan dodol di Desa Bondalem adalah memanfaatkan seluruh

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pada diagram cartesius sumbu X (internal) berada pada 0,38 dan sumbu Y (eskternal) pada 0,15 yang berada pada kuadran I dimana pada kuadran ini jajanan dodol di Desa Bondalem melakukan strategi dengan meminimalkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Sehingga strategi promosi saat ini dapat diterapkan mendukung kebijakan pertumbuhan yaitu memperluas kerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Buleleng dan juga mempromosikan ke Daerah lain menggunakan media sosial melalui Instagram dan web lainnya yang harus kuat di bidang market yang akan dituju agar dapat tercapainya target pasar yang mana secara signifikan mengalami kenaikan dan mendominasi jumlah kunjungan pelanggan dari daerah lain agar membeli atau memesan jajanan dodol di Desa Bondalem

ini. yang semakin meningkat. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang yang harus dioptimalkan.

masalah internal dan merebut peluang pasar sebesar- besarnya dengan cara sebagai berikut:

1. Menyebarluaskan informasi promosi, pengembangan suatu produk dan kemasan.
2. Berinovasi dalam menciptakan rasa atau varian baru dan memberikan promo kepada para pelanggan yang membeli.
3. Memperluas media sosial (internet) dan selalu memperbarui website dalam pemberian informasi mengenai kegiatan pembuatan dodol maupun mengenai promosi dan lebih banyak menggunakan media cetak dan elektronik.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan untuk Jajanan dodol di Desa Bondalem adalah:

1. Jajanan dodol di Desa Bondalem ini hendaknya melakukan promosi dengan melihat sesuatu yang tengah menjadi trend saat ini melalui media sosial seperti instagram, maka promosi dilakukan lebih berifat personal dan lebih dekat dengan calon pelanggan.
2. Jajanan dodol di Desa Bondalem hendaknya memperluas promosi pasar keluar daerah. Jajanan dodol di Desa Bondalem ini perlu membuat strategi 4p sesuai dengan situasi promosi keluar daerah bali bahkan Internasional
3. Menjalin kerjasama dengan pemerintah dan perusahaan besar seperti krisna oleh-oleh dan kurnia oleh-oleh agar jajanan dodol ini terkenal di Bali bahkan Internasional

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fathoni, H.A. 2006. Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: Remaka Cipta.
- Jogiyanto. 2005. Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Andi Offset
- Pantiyasa, I. W (2019) Teknik Pengumpulan Data. Denpasar: Jayapanggu Press
- Rangkuti, Freddy. 2013. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Syafudin Hidayat 2002, Metodologi Penelitian, Mandar maju. Bandung
- Arta. K. S (2012) Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, undiksha, Singarja
- Ali Khomsan. 2003. Pangan dan Gizi Untuk Kesehatan. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Basu Swastha. 1996. Azas-Azas Marketing. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Damanik, Darmawan & Wibowo, FX Setiyo. 2018. "Implementasi Strategi 4P Dalam Meningkatkan Frekuensi Public Event Di Harris And Conventions Bekasi (HHCB)" Jakarta: Universitas Bunda Mulia
- David, F.R. 2005. Strategic Management, Concept & Case, 10th edition. New Jeersey: Pretince Hall
- Dewi, Ni Ketut Ratna Sari. 2017. "Strategi Pemasaran Di Starbucks Airport Bali" Skripsi Sarjana pada Program Studi Manajemen Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional, Bali
- Ferrel, O.C dan Hartline, M.D. 2008. Marketing strategy 4 th edition. USA: Thomson South-Western
- Harjanto, R. (2009). Prinsip-prinsip periklanan. Jakarta: PT Gramedia.
- Hurriyati, (2005), Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung Alfabeta
- Indrayana, 2009. Analisis Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Danliris Di Sukoharjo. Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Idrus, H. 1994. Jurnal Pembuatan Dodol. Balai Besar Penelitian Pengembangan Industri Hasil Pertanian. Departemen Perindustrian.
- Kotler dan Amstrong. 2004. Prinsipprinsip Marketing. Edisi ketujuh Jakarta: Salemba Empat. Kualitatif. Edisi pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Philip Kotler, G. A. (2012). Prinsipprinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Priasukmana Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin, Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah, jurnal, 2013. h. 38 3

Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Salemba Empa

Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2017). STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN MAKANAN KHAS KOTA CURUP KABUPATEN REJANG LEBONG. Bandung: Alfabeta

Swastha dan Irawan.2005, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Danrilis di Sukoharjo. Skripsi

Tjiptono, F. (2007). Pemasaran jasa, cetakan ketiga. Malang: Bayu Media Publishing

Tjiptono, Fandy 2008, Startegi Pemasaran Edisi 3, Andi, Yogyakarta.

Desa Bondalem Kecamatan Tejakula, 2017 Profil Desa - Website Desa Bondalem ([bondalem-buleleng.desa.id](http://bondalem-buleleng.desa.id))