

Strategi Pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro Dalam Mempertahankan Bisnis Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis SWOT

Adam Aufa Wijaya *)
M. Ridwan Basalamah **)
Mohammad Rizal *)**

Email: adamaufawijay@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro is a branch of Pos Ketan Legenda based in Batu Tourism City, East Java which serves special food. The main food they sell is glutinous rice sprinkled with misis, cheese, soy powder, and others. This research aims to find out what marketing strategies they are doing in the face of the Covid-19 pandemic to maintain the family business they have been running since 1967. Because currently almost all business lines have suffered losses due to the Covid-19 pandemic.

Using a sample of Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro and the research period in 2021-2022, the results showed that there is a strategy that can be done by the 1967 Sudimoro Legend Ketan Post by utilizing existing strengths and opportunities and minimizing weaknesses and threats. In this study also indicates that family businesses that have been established since 1967 such as Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro certainly also have weaknesses and will continue to face threats around them. Not even now they are also facing the Covid-19 pandemic in order to maintain their business existence like other business.

Keywords: Strategy, Marketing, Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro, SWOT Analysis

Pendahuluan

Latar Belakang

Seluruh dunia termasuk Indonesia saat ini sedang menghadapi pandemi covid-19, dengan penyebaran yang sangat cepat hingga menyebabkan pandemi global yang berlangsung sampai sekarang. Sudah dua tahun lebih pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Hal ini mengakibatkan hampir semua lini usaha mengalami kerugian baik secara nasional maupun internasional. Tidak peduli baik dilihat dari segi jenis usaha apapun itu dan entitas dari usaha tersebut, semua sama-sama saling mengalami kerugian. Bahkan banyak bisnis yang akhirnya harus gulung tikar karena dampak dari pandemi Covid-19 ini.

Di Indonesia, Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah tempat, banyaknya karyawan yang terkena PHK, menurunnya permintaan dalam sektor ekonomi membuat aktivitas ekonomi mengalami penurunan yang cukup drastis. Sesuai rilis Katadata Insight Center (KIC) pada 28 April 2021, mayoritas UMKM (82,9%) merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9%) yang mengalami pertumbuhan positif (<https://www.ekon.go.id>).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah pada tahun 2020. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai dengan 60,4% dari total investasi (<https://www.bkpm.go.id>).

Banyak UMKM yang merasakan dampak negatif dari pandemi ini, pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)

di tahun 2020 dan dilanjutkan di tahun 2021. Realisasi PEN untuk mendukung UMKM sebesar Rp. 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah juga telah menganggarkan PEN untuk mendukung UMKM dengan dana sebesar Rp. 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum pemulihan ekonomi(<https://www.ekon.go.id>).

Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, mengambil tiga rumusan masalah yaitu: Bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap strategi pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang sudah berjalan selama 55 tahun, Strategi apa yang harus dilakukan Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19, Inovasi apa yang harus dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap strategi pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang sudah berjalan selama 55 tahun. Untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemi covid-19. Untuk mengetahui inovasi apa saja yang harus dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro di masa pandemi covid-19

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan bahan pertimbangan bagi penelitian yang sejenis kedepannya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan serta memberikan peneliti kesempatan untuk menambah sedikit pengalaman dan pengetahuan dalam mempertahankan sebuah bisnis.

Tinjauan Pustaka

Konsep Analisis Swot

Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*. Analisis SWOT membandingkan antara Faktor Eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*), dan Kelemahan (*Weaknesses*).

Manajemen Pemasaran

Menurut Afandi (2018), manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*).

Bauran Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2016), secara umum bauran pemasaran menekankan pada pengertian suatu strategi yang mengintegrasikan *product*, *price*, *promotion* dan *place*, dimana kesemuanya itu diarahkan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang dipasarkan dengan memberikan kepuasan pada para pelanggan.

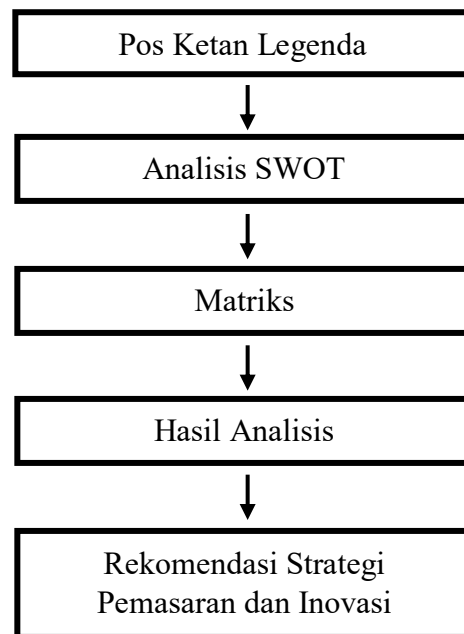
Konsep Strategi Pemasaran

Menurut pendapat Sedarmayanti (2014) menyatakan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah tujuan “kemenangan”. Asal kata “strategi” turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*.

Konsep Bisnis Keluarga

Bakoğlu & Yıldırım (2016), mengatakan bahwa bisnis keluarga cenderung memiliki orientasi jangka panjang. Pemilik bisnis keluarga memiliki keinginan untuk meneruskan bisnis keluarga melalui generasi selanjutnya dengan memastikan kekuatan dari bisnis dan hubungan antara pemangku kepentingan yang akan memberikan masa depan yang baik atau positif bagi bisnis keluarga.

Kerangka Konseptual



Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pos Ketan Ketan Legenda 1967. Alamat: Jl. Ikan Tombro No. 1, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65142. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Januari 2022 sampai dengan Selesai.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dari Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro selaku informan kunci.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penetapan informan kunci yang dipilih sebagai orang yang menguasai tentang materi yang akan diteliti, serta dapat memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan analisis SWOT. Metode analisis deskriptif digunakan untuk analisa faktor pendorong dan penghambat pada Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro. Sedangkan analisis SWOT digunakan untuk analisa strategi pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro agar tetap bisa bertahan di masa pandemic covid-19.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisa Data dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Pemasaran pada Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro, mereka menerapkan *marketing mix* yaitu 4P karena perusahaan ini tergolong perusahaan yang menjual produk bukan jasa yang terdiri dari 4 hal pokok meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.

- a. Produk yang dijual oleh Pos Ketan legenda 1967 Sudimoro berjumlah 3 jenis dengan bermacam-macam varian pada setiap jenisnya seperti:
 1. 20 macam ketan dengan bermacam-macam *topping*.
 2. Minuman panas, dingin, dan yang berbahan baku susu murni.
 3. Makanan ringan seperti kentang, cireng, dan mi goreng.
- b. Harga
Untuk strategi harga yang diterapkan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yaitu berdasarkan kriteria produk yang dijual dan sasaran konsumen karena Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro sendiri memiliki harga yang berbeda pada setiap jenis produknya dimulai dari harga Rp. 7.000 sampai dengan Rp.17.000
- c. Tempat
Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro pada awalnya mendirikan outletnya di daerah Joyo Agung. Tetapi karena kurang tepat dan strategisnya lokasi di Joyo Agung mengharuskan outlet harus berpindah ke Sudimoro tepatnya di Jl. Ikan Tombro No. 01, Kel. Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142.
- d. Promosi
Bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro dalam meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produknya kepada calon konsumen yaitu seperti:
 1. Media Sosial
 2. Personal Selling
 3. Pameran

Analisis SWOT Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro

- a. Kekuatan
 1. Kualitas ketan import
 2. Harga yang terjangkau
 3. Menjaga kebersihan toko
- b. Kelemahan
 1. Pelayanan yang sedikit lambat ketika toko kondisi ramai
 2. Ada bahan baku yang terlewat ketika pengecekan basi atau tidaknya bahan
 3. Harus ada penyesuaian ketika terjadi pergantian karyawan
 4. Kurangnya inovasi pada desain ruangan
- c. Peluang
 1. Sedikitnya pesaing yang menjual produk ketan
 2. Pasar yang sudah cukup luas
 3. Berkembangnya teknologi sebagai sarana promosi
- d. Ancaman
 1. Adanya pandemi Covid-19
 2. Adanya pesaing dengan tempat yang lebih nyaman

Matriks Internal dan Eksternal

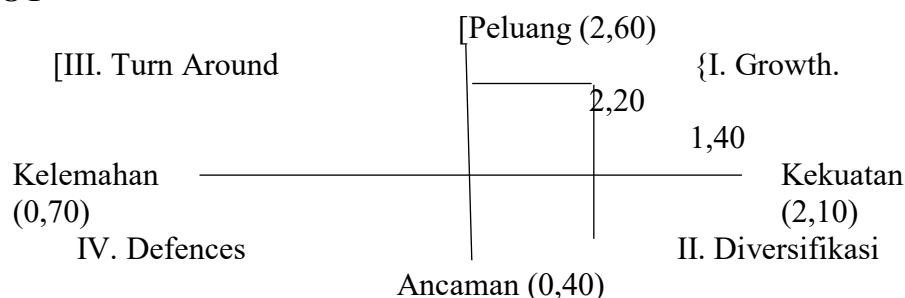
Faktor-Faktor. Internal.	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan.			
Kualitas ketan <i>import</i>	0,20	5	1,00
Harga yang terjangkau	0,10	3	0,30
Menjaga kebersihan toko	0,20	4	0,80
Subtotal	0,50		2,10
Kelemahan			
Pelayanan sedikit lambat ketika toko kondisi ramai	0,10	1	0,10
Ada bahan baku yang terlewat ketika pengecekan basi atau tidaknya bahan	0,10	1	0,10
Harus ada penyesuaian ketika terjadi pergantian karyawan	0,20	2	0,40
Kurangnya inovasi pada desain ruangan	0,10	1	0,10
Subtotal	0,50		0,70
Total	1,00		1,40

Pada kolom kekuatan dapat disimpulkan bahwa faktor yang memiliki bobot paling tinggi yaitu kualitas ketan mereka gunakan sebagai bahan baku adalah kualitas ketan import dan mereka selalu menjaga kebersihan toko. Pada kolom kelemahan dapat dilihat bahwa keempat faktor tersebut memiliki bobot yang sama rendahnya sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor ini saling keterkaitan dan sama lemahnya.

Faktor-Faktor. Eksternal	Bobot.	Rating.	Skor
Peluang.			
Sedikitnya pesaing yang menjual produk makanan	0,20	4	0,80
Pasar yang sudah cukup luas	0,30	5	1,50
Berkembangnya teknologi sebagai sarana promosi	0,20	3	0,30
Total	0,70		2,60
Ancaman			
Adanya pandemi Covid-19	0,10	2	0,20
Adanya pesaing dengan tempat yang lebih nyaman	0,20	1	0,20
Total	0,30		0,40
Total EFAS	1,00		2,20

Pada kolom peluang dapat disimpulkan bahwa dua faktor ini sama pentingnya sesudah faktor pasar yang sudah luas. Sedangkan pada kolom ancaman dapat disimpulkan bahwa kedua faktor ini cukup lemah bagi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro.

Diagram SWOT



Berdasarkan diagram SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro selaku perusahaan yang diteliti sedang berada pada quadran 1 yaitu posisi *growth* yang dapat dilihat dari titik koordinat yang terbentuk yaitu 2,20 dan 1,40 yang dapat dihitung dari pengurangan setiap total skor pada matrik IFAS dan matrik EFAS. Jadi pada matrik IFAS dihitung dengan rumus (Kekuatan-Kelemahan). Sedangkan pada matrik EFAS dihitung dengan rumus Peluang-Ancaman sehingga strategi yang tepat adalah strategi *growth*.

Pembahasan SWOT

IFAS EFAS	Strengh(S) 1. Kualitas ketan <i>import</i> . 2. Harga yang terjangkau. 3. Menjaga kebersihan toko.	Weakness (W) 1. Pelayanan sedikit lambat ketika toko kondisi ramai. 2. Ada bahan baku yang terlewat ketika pengecekan basi atau tidaknya bahan. 3. Harus ada penyesuaian ketika terjadi pergantian karyawan. 4. Kurangnya inovasi pada desain ruangan.
Opportunities(O) 1. Sedikitnya pesaing yang menjual produk ketan. 2. Pasar yang sudah cukup luas. 3. Berkembangnya teknologi sebagai sarana promosi.	Strategi SO 1. Menetapkan standar serta mempertahankan kualitas produk yang dijual 2. Membuat tempat yang nyaman bagi konsumen 3. Memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin untuk melakukan promosi	Strategi WO 1. Peningkatan pelayanan untuk memuaskan konsumen 2. Mendesain ruangan agar nyaman dan menarik konsumen 3. Memberikan reward bagi karyawan yang berprestasi
Threat(T) 1. Adanya pandemi Covid-19 2. Adanya pesaing dengan tempat yang lebih nyaman.	Strategi ST 1. Mempertahankan kualitas makanan serta menciptakan ciri khas dari ketan yang dijual 2. Memanfaatkan teknologi dengan baik untuk menghadapi ketatnya persaingan serta pandemi Covid-19	Strategi WT 1. Melakukan pendekatan pada konsumen loyal 2. Menciptakan ciri khas baik itu dari segi produk yang dijual maupun pelayanan

1. Strategi SO
 - a. Menetapkan standar serta mempertahankan kualitas produk yang dijual
 - b. Membuat tempat yang nyaman bagi konsumen
 - c. Memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin untuk melakukan promosi
2. Strategi ST
 - a. Peningkatan pelayanan untuk memuaskan konsumen
 - b. Mendesain ruangan agar nyaman dan menarik konsumen
 - c. Memberikan reward bagi karyawan yang berprestasi
3. Strategi WO
 - a. Mempertahankan kualitas makanan serta menciptakan ciri khas dari ketan yang dijual
 - b. Memanfaatkan teknologi dengan baik untuk menghadapi ketatnya persaingan serta pandemi Covid-19
4. Strategi WT
 - a. Melakukan pendekatan pada konsumen loyal
 - b. Menciptakan ciri khas baik itu dari segi produk yang dijual maupun pelayanan

Simpulan

1. Dilihat dari hasil matrik IFAS dan. EFAS bahwa Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kelemahan dan memiliki ancaman yang pasti akan dihadapi oleh perusahaan. Tetapi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kekuatan dan peluang yang ada sehingga kelemahan dan ancaman itu bukan menjadi penghalang karena ada strategi yang bisa diterapkan sebagai langkah kedepannya.
2. Strategi yang digunakan dengan adanya kekuatan perusahaan serta pemanfaatan peluang yang ada dengan cara menetapkan standar dan mempertahankan kualitas produk yang dijual. Selain itu membuat tempat yang nyaman bagi konsumen yang datang serta memanfaatkan kemajuan teknologi yang tersedia saat ini.
3. Strategi dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, mendesain ruangan dengan mengikuti

kemajuan desain saat ini serta memberikan *reward* bagi karyawan yang berprestasi agar meminimalisir adanya pergantian keluar masuknya karyawan.

4. Strategi dalam meminimalisir dampak dari adanya ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara mempertahankan kualitas makanan yang dijual serta memberikan ciri khas atas produk makanan yang dijual serta memanfaatkan teknologi agar dapat bertahan dalam bersaing serta adanya pandemi covid-19.
5. Strategi yang bisa digunakan untuk meminimalisir dampak dari ancaman yang dihadapi perusahaan serta kelemahan perusahaan yaitu dengan cara melakukan pendekatan kepada konsumen loyal dan menciptakan ciri khas baik itu untuk produk yang dijual maupun pelayanan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian hanya dilakukan di Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro yang terletak di Jl. Ikan Tombro No. 01, Kel. Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang.

Saran

1. Bagi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro diharapkan dapat selalu mempertahankan kualitas kualitas dan cita rasa produk yang dijual bahkan melakukan inovasi untuk produk yang dijual dan desain ruangan yang nyaman agar dapat meningkatkan daya tarik bagi calon konsumen maupun konsumen loyal.
2. Adanya oleh perusahaan bisa diminimalisir dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan serta peluang yang ada dengan cara memberikan rasa nyaman bagi karyawan dalam bekerja di Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro. Tidak hanya bagi karyawan, Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro juga harus bisa memberikan rasa nyaman bagi konsumen yang datang juga.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis selanjutnya serta dapat dikembangkan mengenai strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro dalam mempertahankan bisnis keluarganya.

Referensi

- Aarker, David, 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Afandi, Pandi. 2018. *Manajemen Sumberdaya Manusia Teori Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bakoğlu, R., & Yıldırım, O. B. A. 2016. *The Role of Sustainability in Long Term Survival of Family Business: Henokiens Revisited*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 788-796.
- Bkpm.go.id, *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>. (diakses pada 27 Desember 2021)
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Maleong. Pendekatan kualitatif. (him. 4). Jakarta: Rineka cipta.
- Danang Sunyoto. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- David & Rangkuti, F. 2014. *Manajemen Strategi*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David Fred R., Forest R. David. 2015, *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi ke-15, New Jersey: Pearson Education.
- Djaslim Saladin. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.

- Doriza, Shinta *et al.* 2019. *Tingkat Pendidikan dan Motivasi Kesiapan Suksesor Pada Bisnis Keluarga*. JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan), Vol. 08, No. 01.
- Ekon.go.id, *Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>. (diakses pada 27 Desember 2021)
- Gunawan, Imam. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- M.Ungerer, & Miene, C. 2018. *A Family Business Success Map to Enhance the Sustainability of a MultiGenerational Family Business*. *International Journal of Family Business and Management Studies*, Vol. 2 No. 1.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Maria, Anna. 2020. *Analisa SWOT Sebagai dasar Penyusunan Strategi Pembukaan RPL Akademi Kesehatan John Paul II Pekanbaru*. *Jurnal HUMMANSI*, Vol. 3, No. 2.
- Martini, L. K. 2018. *Sukses Perusahaan Keluarga*. Denpasar Timur: CV. Setia Bakti.
- Oudah, M., Jabeen, F., & Dixon, C. 2018. *Determinants Linked to Family Business Sustainability in the UAE: An AHP Approach*. *Sustainability*, Vol. 10 No. 1.
- Prayogo, G Adi *et al.* 2019. *Faktor-Faktor Yang Membentuk Bisnis Keluarga Bertumbuh Secara Berkelanjutan*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 04, No. 02.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samaji, R, 2015, *Strategi Pengembangan Ekowisata Ngelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sekitar Desa Ngelanggan Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sanjaya, A Prakas. 2020. *Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel*. Skripsi. Universitas Sanata dharma Yogyakarta.
- Saputra, S. A. 2015. *Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop Persib di Wilayah Bandung*. *Jurnal Fakultas Manajemen Ekonomi*,
- Sedjati, R. S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Serdamayanti, 2014, *Manajemen Strategi*. Cetakan kesatu. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Tjahjaningsih, Endang, and Euis Soliha. 2015. *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoretis Serta Riset Pemasaran*. Semarang. Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Widoyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Adam Aufa Wijaya *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohammad Rizal ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma