

**ANALISIS KEMAMPUAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM  
MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN KERIPIK SINGKONG  
(Studi Pada UMKM Keripik Singkong  
Gg. Indra Jaya, Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin)**

**ABSTRAK**

Rio Aziz Adinata<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, Teguh Wicaksono<sup>3</sup>  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17310269  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 061702981  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 061510801  
Email : rioazizadinata69@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong selama ini. 2) untuk mengetahui pengembangan sumber daya manusia yang seharusnya dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong.

Data yang diperoleh dari penelitian lapangan dianalisis secara deskriptif berdasarkan pada teori untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Namun, hasil gambaran tersebut tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih umum, meneliti tentang analisis kemampuan sumber daya manusia dalam meningkatkan omset penjualan keripik singkong (studi pada UMKM Keripik Singkong Gg. Indra Jaya, Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin).

Hasil dari penelitian adalah (Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong selama ini adalah Sumber daya manusia baru yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian dilatih oleh pemilik usaha dan dilakukan secara efektif dan efisien sehingga menjadikan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas dalam pekerjaannya. Dalam ekonomi hal ini dirasa kurang tepat karena seharusnya sebagai pelaku usaha tetap harus memperhatikan sumber daya manusia. Apakah dia memiliki keterampilan, rajin beribadah, dan memiliki kualitas yang lebih baik perlu diperhatikan.

Kata Kunci : *Sumber Daya Manusia, Omset Penjualan, Keripik Singkong*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is (1) to determine the development of human resources carried out by cassava chips SMEs so far. 2) to find out the development of human resources that should be carried out by Cassava Chips SMEs.*

*The data obtained from the field research were analyzed descriptively based on the theory to describe a research result. However, the results of this description are not used to make a more general conclusion, examining the analysis of the ability of human resources in increasing sales turnover of cassava chips (study on MSME Cassava Chips Gg. Indra Jaya, Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Banjarmasin City).*

*The results of the research are (Human Resource Development carried out by Cassava Chips SMEs so far are new human resources who do not have the skills and expertise to be trained by business owners and are carried out effectively and efficiently so as to make qualified and qualified human resources in their work. In the economy, this is deemed inappropriate because as a business actor, you should still pay attention to human resources, whether he has skills, is diligent in worshipping, and has better quality needs to be considered.*

*Keywords: Human Resources, Sales Turnover, Cassava Chips*

## PENDAHULUAN

Pengembangan SDM merupakan salah satu kunci sukses dan terpenting bagi perkembangan dan daya tahan perusahaan. SDM atau karyawan disuatu lembaga sangat penting peranannya dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Analog dengan uraian secara mikro maka fasilitas yang canggih dan lengkap belum merupakan jaminan akan keberhasilan suatu usaha, tanpa diimbangi kualitas dari karyawan yang akan memanfaatkan fasilitas tersebut. Hal ini dapat kita lihat misalnya perusahaan-perusahaan asing yang hanya memperkerjakan beberapa orang saja, hasilnya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan nasional yang karyawannya lebih banyak dengan fasilitas yang lengkap. Dengan adanya pengembangan SDM maka karyawan akan didorong belajar berkembang untuk meningkatkan mutu SDM melalui Pendidikan, Latihan dan Pembinaan. Pengembangan Karyawan dirasa semakin penting manfaatnya karena tuntutan ketatnya persaingan diantara perusahaan sejenis. Setiap personil perusahaan dituntut kerja efektif dan efisien agar kualitas dan kuantitas pekerjaannya menjadi lebih baik sehingga daya saing perusahaan semakin besar

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi mengharuskan setiap pelaku usaha untuk melakukan perkembangan bisnis dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, begitu juga dengan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya

jumlah unit usaha yang bergerak diberbagai sector. Produk yang berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan *utilitas* dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif akan dipilih konsumen. Hal ini meningkatkan penjualan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar (*market share*) sehingga akan meningkatkan pendapatan

Dengan meningkatnya omset penjualan itu berarti usaha yang dijalankan mengalami peningkatan dan akan mendorong tujuanperusahaan untuk memperoleh laba akan tercapai. Berbagai cara dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan omset Penjualannya diantaranya dengan melakukan inovasi produk, promosi, dengan rencana yang matang secara berkala, lebih fokus pada target potensial, melibatkan dunia internet, membuat paket penjualan, serta memberikan berbagai pelayanan terbaik untuk konsumen.

Sepertin contoh Provinsi Lampung tepatnya di Kota Bandar Lampung memiliki berbagai jenis bisnis yang termasuk dalam kategori Industri Pengolahan. Industri Pengolahan buah pisang menjadi keripik pisang adalah salah satu produksi rumahan yang di jadikan usaha, karena pisang kepok maupun pisang raja mudah di dapatkan di Provinsi Lampung.

Kota Bandar Lampung memiliki Sentra khusus Keripik Pisang yang terletak di Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung. Sekaligus sebagai oleh-oleh Lampung bagi pendatang dari luar Lampung. Sentra keripik pisang yang ada di Gang PU merupakan Usaha Kecil yang sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sentra keripik pisang ini merupakan komunitas dari pengusaha yang didalamnya sudah berdiri 32 UMKM keripik pisang yang didalamnya terdapat sumber daya manusia dan memiliki berbagai ciri khas mulai dari bentuk maupun rasa yang dimiliki oleh masing-masing pemilik usaha Keripik Pisang.

Dalam kurun waktu terakhir perkembangan UMKM keripik pisang di Kota Bandar Lampung mengalami kenaikan. Akan tetapi menurut penelitian yang pernah dilakukan di Provinsi Lampung terdapat beberapa kendala dalam pengembangan UMKM Provinsi Lampung salah satunya adalah rendahnya kualitas SDM dalam pengembangan UMKM yang ada di Provinsi Lampung. Hal ini juga terjadi pada UMKM keripik pisang yang ada di Kota Bandar Lampung terlebih lagi ada beberapa pengusaha keripik pisang yang mengalami penurunan usaha.

Oleh karena itu belajar dari Provinsi Lampung untuk pengembangan SDM dalam meningkatkan Omset penjualan keripik pisang dikarenakan permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM termasuk keripik

pisang di Banjarmasin yaitu rendahnya kualitas SDM dalam perkembangan UMKM. Apabila kualitas SDM dalam UMKM rendah maka pengembangan usaha yang dilakukan oleh suatu usaha juga akan sulit dilakukan karena yang memegang peranan penting dalam menjalankan segala kegiatan usaha adalah sumber daya manusia dari usaha itu sendiri. Pengembangan Sumber Daya Manusia diperlukan dalam suatu usaha karena melalui pengembangan tersebut karyawan didorong belajar berkembang untuk meningkatkan mutunya melalui pendidikan, latihan dan pembinaan yang pada akhirnya hal ini akan menguntungkan perusahaan. Apabila sumber dayanya bagus maka setiap karyawan akan bekerja secara efektif dan efisien.

Mengingat sangat pentingnya pengaruh kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian dengan judul “Analisis Kemampuan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Keripik Singkong (Studi Pada UMKM Keripik Singkong Gg. Indra Jaya, Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin)”

## **METODE PENELITIAN**

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang dimaksudkan untuk memberikan penjelasan atau disebut sebagai *explanatory research* atau *confirmatory research*. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dan satu populasi. Penelitian *eksplanatori*

adalah penelitian yang berusaha menjelaskan hubungan kasual antara variabel-variabel penelitian yang telah di rumuskan.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021 dan tempat penelitian ini dilakukan di UMKM Keripik Singkong yang beralamat di Gg. Indra Jaya, Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung lapangan.
- 2) Wawancara, penulis mengadakan tanya jawab dengan pihak perusahaan atau karyawan yang mewakili kemudian dihimpun menjadi data yang diperlukan dalam menyusun skripsi ini.

## 4. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah dengan berpedoman pada data yang diperoleh dari penelitian, yang terlebih dahulu diseleksi, dipelajari kemudian diolah dalam bentuk kalimat dan secara deskriptif yaitu semua kegiatan yang terjadi kemudian disusun secara otomatis dengan menggambarkan kegiatan-kegiatan yang berlangsung pada saat ini

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong selama ini**

UMKM Keripik Singkong belum melakukan metode pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan

dan setiap setiap ada pergantian karyawan juga dilakukan pelatihan dan tetapi melakukan praktik secara langsung untuk meningkatkan keterampilan, dan untuk tempat dan alat-alat yang disediakan UMKM Keripik Singkong sebagai sarana khusus pelatihan untuk meningkatkan keahlian itu sementara ini masih belum ada sehingga ketika bekerja karyawan langsung terjun lapangan untuk langsung bekerja.

### **Pengembangan Sumber Daya Manusia yang seharusnya dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pemilik UMKM Keripik Singkong untuk karyawan sendiri dibedakan apakah karyawan khusus untuk membersihkan singkong, menggoreng, mengemas, dan menjaga toko atau melayani pembeli. Rata-rata toko di pusat oleh-oleh khas, para pemilik toko mencari karyawan sendiri dari kampung-kampung yang memang benar-benar berniat kerja. Untuk keahlian karyawan, rata-rata pemilik toko tidak mengutamakan selama ia memiliki keinginan bekerja karena memang diajarkan dari nol pekerjaan yang akan mereka lakukan seperti wawancara yang dilakukan di UMKM Keripik Singkong bahwa tenaga kerja atau karyawan memang mencari ke kampung-kampung untuk orang yang butuh pekerjaan.

Walaupun karyawan tidak memiliki keahlian, pemilik toko tidak terlalu mempermasalahkannya karena mengutamakan kemauan untuk belajar. Kemudian jika ada karyawan yang pekerjaannya lebih

baik dibandingkan karyawan lainnya akan diberikan bonus bahkan perbedaan THR sehingga karyawan otomatis akan berusaha bekerja lebih baik dan tidak ada pelatihan bagi karyawan hanya diajarkan langsung oleh pemilik toko apa yang harus ia lakukan

## **PEMBAHASAN**

### **Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong selama ini**

Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, manajemen sumber daya (MSD) yang dilakukan oleh pemilik usaha UMKM Keripik Singkong memiliki cara tersendiri dalam merekrut sumber daya manusia. Pemilik usaha memilih sumber daya manusia dengan mencari kekampung-kampung dan melalui orang-orang yang dikenal sekitar lingkungannya.

Sumber daya manusia baru yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian dilatih oleh pemilik usaha dan dilakukan secara efektif dan efisien sehingga menjadikan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas dalam pekerjaannya. Dalam ekonomi hal ini dirasa kurang tepat karena seharusnya sebagai pelaku usaha tetap harus memperhatikan sumber daya manusia. Apakah dia memiliki keterampilan, rajin beribadah, dan memiliki kualitas yang lebih baik perlu diperhatikan.

Dalam ekonomi, dikenal bahwa sumber daya manusia yang tidak berkualitas baiknya dilatih oleh pelaku usaha. Pelatihan ini atau juga dikenal sebagai training membantu karyawan yang berkualitas atau tidak memiliki keterampilan agar

setidaknya sedikit memiliki keterampilan. Mengenai kompensasi untuk karyawan berprestasi, ekonomi memandangnya sebagai bonus upah dari keringat karyawan.

Dalam ilmu ekonomi sendiri menegaskan agar harus adanya pemberian upah sebelum keringat karyawan kering. Sedangkan mengenai bonus, bonus atau kompensasi yang dimaksud adalah tambahan dari pekerjaannya yang lebih baik dari temannya sehingga dinilai positif. Dilihat dalam menerapkan kedisiplinan sumber daya manusia dengan tujuan dapat mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana, apabila dalam hal ini terdapat salah satu sumber daya manusia melakukan kesalahan atau penyimpangan maka pemilik usaha melakukan perbaikan dengan cara menegur kepada sumber daya manusia tersebut dengan memberikan nasihat agar sumber daya manusia tersebut dapat memperbaiki kesalahan agar tidak mengulangi kembali kesalahan yang sama dalam lingkungan pekerjaan.

Menurut sistem ekonomi ini sudah baik karena kesalahan karyawan tidak dengan memarahi melainkan dengan memberikan nasihat agar memberikan perubahan. Mengenai jaminan kesehatan dan keselamatan kerja sangat dibayangkan bahwa dari seluruh usaha tidak memperhatikannya. Pelaku usaha atau pemilik usaha akan memberikan bantuan ketika karyawan sakit atau terjadi kecelakaan kerja, seharusnya ada baiknya kesehatan tersebut disebutkan dalam akad pekerjaan diawal seperti asuransi. Hal ini

benar-benar belum dilakukan oleh pemilik usaha sehingga jika dipandang dalam ekonomi belumlah sesuai.

Dalam hal ini, pemilik usaha juga benar-benar mengawasi kerja karyawannya serta mengajarkan untuk tetap selalu bersikap jujur dan berlaku sopan dalam bekerja baik terhadap sesama karyawan dan terlebih lagi terhadap pelanggan. Setiap manusia yang bekerja dituntut untuk selalu bekerja jujur dan amanah

### **Pengembangan Sumber Daya Manusia yang seharusnya dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong**

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan Sumber Daya manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong dalam meningkatkan omset penjualan adalah sebagai berikut:

#### **1) Pengetahuan.**

Pengetahuan merupakan salah satu dari pengembangan Sumber Daya Manusia. Pengetahuan merupakan langkah-langkah karyawan mengetahui dengan jelas bagaimana pekerjaannya, bagaimana meningkatkan pekerjaannya dimasa yang akan datang, dan bagaimana karyawan mengetahui akan pekerjaannya dalam memengaruhi omset penjualan. Dalam meningkatkan pengetahuan karyawan ini, penjual atau produsen baiknya mengadakan pelatihan selain untuk mengasah kemampuan mereka juga untuk menambah pengetahuan mereka terhadap hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

#### **2) Keterampilan**

Keterampilan merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan akal, Pikiran, ide, dan kreativitas dalam mengerjakan, mengubah, ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut. Dalam pengembangan sumber daya manusia yang ada, keterampilan disini merupakan sesuatu yang dilatih dan dipraktikkan secara langsung oleh pemilik UMKM Keripik Singkong.

#### **3) Keahlian**

Keahlian merupakan suatu kecakapan yang dimiliki oleh seseorang, walaupun dalam konteks kesempatan kerja keahlian sering diartikan sebagai suatu kombinasi pengetahuan dan keterampilan tangan diantara pekerja-pekerja. Seperti yang telah diketahui bahwa keahlian merupakan gabungan dari dua pembahasan sebelumnya. Dalam hal ini seluruh UMKM sangat menginginkan memiliki karyawan yang memiliki keahlian terutama dalam bidangnya. Untuk itu seharusnya ada tempat khusus dan alat-alat yang

#### **4) Wawasan**

Wawasan adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu berdasarkan apa yang diketahuinya. Wawasan dapat diperoleh dari orang lain, buku, film, dan pengalaman. Mempunyai wawasan yang banyak dapat membantu kita dalam mengambil keputusan dan berpikir positif terhadap banyak hal.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong

selama ini adalah Sumber daya manusia baru yang belum mempunyai keterampilan dan keahlian dilatih oleh pemilik usaha dan dilakukan secara efektif dan efisien sehingga menjadikan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas dalam pekerjaannya. Dalam ekonomi hal ini dirasa kurang tepat karena seharusnya sebagai pelaku usaha tetap harus memperhatikan sumber daya manusia. Apakah dia memiliki keterampilan, rajin beribadah, dan memiliki kualitas yang lebih baik perlu diperhatikan.

2. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang seharusnya dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong adalah Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan Sumber Daya manusia yang dilakukan oleh UMKM Keripik Singkong dalam meningkatkan omset penjualan.

#### **Saran**

1. Untuk pelaku usaha diharapkan agar memfokuskan diri pada pengembangan sumber daya manusia pada karyawan yang telah mereka miliki karena sumber daya manusia yang baik akan membawa dampak positif terhadap produksi, promosi, kualitas, pelayanan, dan sebagainya di usaha UMKM keripik Singkong yang secara langsung akan meningkatkan omset penjualan.
2. Untuk akademisi diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya karena penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya, oleh karena itu peneliti

menyarankan agar penelitian ini kedepannya dapat dikembangkan atau diperdalam analisisnya sehingga sehinggadapat menghasilkan hasil yang lebih baik lagi.

#### **DAFTAR ISI**

- Atmoko. T. P. H, (2018). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta*", Journal Of Indonesian Tourism : Hospitality and Recreation, 1 (2), 83-96.
- Assauri, Sofjan, (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Asri, (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Hasil Penjualan pada Perusahaan Jasa Angkutan kapal Laut (EMKL) di Kota Banjarmasin*.
- Purwati, A. A, Malau, R. F., & Hmazah, M.L (2020). *Strategi pemasaran Jasa dan Kepuasan Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia*. Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen, 8 (1), 74-93.
- Hamzah, Muhammad Luthfi, (2020). Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA).
- Cakra. W, Maruto, (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Bisnis Internet Service Provider (ISP) di Softlink.Net (Studi Kasus di Kecamatan Sumbang, Baturaden, dan Cilongok)*. Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri.
- Deviany. A. R, Jono M. M, M. Syaefudin. A, (2013).

- Analisis Persepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Analog (Analog rice)*. Bogor : IPB
- Djaslim Saladin, (2013), *Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Bandung : Ganeca Excat.
- Effendi, (2012). *Strategi Pemasaran*. Bandung : Angkasa.
- Hakim. F, Arlin. F. M. Trenggana, (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome PT. Telkom Witel Bandung*. Bandung : Universitas Telkom.
- Kamila, (2013). *Organisasi: Proses Struktur Perilaku*. Edisi Lima. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Gary A, (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Ke Satu dan Dua. (Sindoro Penerjemah). Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, (2011). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang*. Jurnal Manajemen. (Sindoro Penerjemah). Vol.10. No. 3 April 2013. h. 1149-1159.
- Lamb. H, Mc-Daniel, (2011). *Understanding Business*. New York : McGraw-Hill.
- Lupiyoadi & Hamdani, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb. H, Mc-Daniel, (2012). *Effective Advertising And Its Influence on Consumer Buying Behavior*. *European Journal of Business and Management*. ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol 3, No.3. p.55-65.
- Peter. S dan Yenni. S, (2012). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Pertiwi, (2019). *Strategi Pemasaran Produk Beras Pada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar Sulawesi Selatan*. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Melanie V. A. K, Lisbeth. M, Ferdy. R, (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome PT.Telkom Area Tomohon*. Manado : Universitas Sam Ratulangi.
- Saragih, A. E, dan Tinaprilla. N. (2015). *Sistem Pemasaran Beras Di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur*. Bogor : IPB
- Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Soemarso, (2013). *Akuntansi Suatu Pengantar*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sinta, (2019). *Strategi Pemasaran Beras Merah Organik Jatiluwih Fregrant Red Rice di CV Jatiluwih*. Bali : Universitas Udayana
- Tambajong, (2013). *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado*. Jurnal EMBA Volume 1 Nomor 3 September 2013.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Manajemen Pemasaran Internasional*,

- Jilid 1. Vol 4. Jakarta :  
Penerbit Salemba.
- Yadiati. W dan Ilham. W, (2014).  
*Pengantar Akuntansi*, Jakarta:  
Kencana Media Group.
- Zulkarnain, (2012). *Ilmu Menjual  
Pendekatan Teoritis dan  
Kecakapan Menjual*,  
Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zulkifli, L, Nurmalina. R, Novianti.  
T, (2017). *Strategi  
pemasaran beras organik  
pada kelompok tani Sri  
Makmur di Kabupaten  
Sragen*. Bogor : IPB
- Wahyuning. S, Roosnelly, (2018)  
*Strategi Komunikasi  
Pemasaran Indihome Melalui  
Aplikasi Mobile My Indihome  
(Studi Kasus di Direktorat  
Konsumer PT.  
Telekomunikasi Indonesia*,  
Bandung : Universitas Islam  
Bandung.