

STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM KAMPUNG SOLIDEO FARM DI DUSUN KLOANGBOLAT DESA GELITING KECAMATAN KEWAPANTE KABUPATEN SIKKA

Elisabeth Dua Rika¹, Mohamad Amir², Nur Chotimah³

^{1,2,3}Pendidikan Ekonomi, Ikip Muhammadiyah Maumere
Email : Elisabetrika98@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy for Solideo Farm free-range chicken eggs in Kloangbolat Hamlet, Geliting Village, Kewapante District, Sikka Regency. This study uses qualitative research. The data sources used in this study are primary data sources and secondary data sources. To analyze the data using the SWOT matrix. Based on the results of an internal analysis of the strengths and weaknesses of Solideo Farm as well as an external analysis of the opportunities that can be achieved and the threats faced, there are 6 product strategies consisting of: Consistency over time or maintaining corporate identity, consistently maintaining product services, consistently maintaining the estimated value of products, paying more attention to customer convenience, using information technology-based services for ease of transactions (adding product diversification), maintaining product quality. There are 3 pricing strategies consisting of: consistently maintaining the estimated value of financing, consistently maintaining competitive administration costs, extending the payment term, setting prices competitively. There are 2 location strategies consisting of: expanding the marketing area, focusing more on market potential around the Solideo Farm location. There are 3 promotion strategies consisting of: expanding promotional media, increasing the frequency of promotions while taking into account cost efficiency, optimizing the capabilities of existing sales people.

Keywords : *Marketing Strategy, SWOT Analysis*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran telur ayam kampung Solideo Farm di Dusun Kloangbolat Desa Geliting Kecamatan Kewapante Kabupaten Sikka. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunde. Untuk menganalisis data dengan menggunakan matriks SWOT. Berdasarkan hasil analisis internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki Solideo Farm serta analisis eksternal peluang (opportunities) yang dapat diraih dan ancaman (threats) yang dihadapi maka terdapat 6 strategi produk yang terdapat: Consistency over time atau mempertahankan identitas perusahaan, konsisten mempertahankan layanan produk, konsisten mempertahankan nilai taksiran produk, lebih memperhatikan kenyamanan nasabah, menggunakan layanan berbasis teknologi informasi untuk kemudahan transaksi (menambah diversifikasi produk), mempertahankan kualitas produk. Terdapat 3 strategi penetapan harga terdiri atas: konsisten mempertahankan nilai taksiran pembiayaan, konsisten mempertahankan biaya administrasi yang kompetitif, dan menetapkan harga secara kompetitif. Terdapat 2 strategi lokasi terdapat: memperluas daerah pemasaran, lebih fokus pada potensi pasar disekitaran lokasi Solideo Farm. Terdapat 3 strategi

promosi terdiri atas: memperluas media promosi, mempertinggi frekwensi promosi dengan tetap memperhatikan efisiensi biaya, mengoptimalkan kemampuan tenaga penjualan yang sudah ada.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang, segala sesuatu berjalan dan berkembang dengan cepat. Cepatnya laju pertumbuhan ekonomi ini diikuti dengan banyak pandangan baru dalam dunia usaha komoditi, salah satunya adalah usaha peternakan ayam petelur, hal ini akan mendorong adanya persaingan terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenisnya. Akibat adanya persaingan tersebut, sangat sulit sekali bagi pedagang baru untuk memulai usahanya jika tidak mengenal dan mau belajar mengenai strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya (Ahsani, H. F. 2021).

Untuk mengatur efisiensi permasalahan antara lain adalah margin pemasaran, penetapan harga di tingkat konsumen, tersedia fasilitas fisik pemasaran dan intensitas persaingan pasar (Faisal, M. 2020). Namun dari indikator-indikator tersebut dalam penelitian ini akan dikaji efisiensi pemasaran yang berhubungan dengan penetapan, khususnya pada produksi telur ayam kampung Solideo Farm di Dusun Kloangbolat Desa Geliting Kecamatan Kewapante Kabupaten Sikka. Hal dari penelitian ini diharapkan akan tersedia data atau informasi tentang efisiensi pemasaran telur ayam kampung, margin, dan pola pemasaran serta pengaruh dari margin dan pola saluran atau distribusi terhadap efisiensi pemasaran.

Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya dipikiran pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how win the market* melalui empat komponen, yaitu *segmentation, targeting, positioning, dan diferentiation* (Munawaroh, L., Arsa, A., & Fufita, N. 2022). Promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengkomunikasian komponen-komponen program pemasaran secara persuasive kepada khalayak sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasaran dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari kedua belah pihak (Sari, E. L. 2019). Promosi berperan sebagai koordinasi upaya-upaya komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku para pelanggan. Promosi dapat dilakukan dengan lima cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya, yaitu penjualan pribadi, periklanan, publikasi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

Produk telur ayam kampung merupakan salah satu produk pangan hasil ternak yang mempunyai peran sangat penting dan strategi dalam pemenuhan gizi masyarakat (Syakir, M. 2020, January). Disamping harganya murah, telur ayam kampung juga mempunyai kandungan gizi tinggi, terutama protein dan nilai gizi pada tubuh yang tinggi pula. Kondisi ini menyebabkan permintaan telur ayam kampung oleh masyarakat dari waktu ke waktu terus mengalami kenaikan. Faktor lain yang menyebabkan peningkatan permintaan telur ayam kampung adalah meningkatnya jumlah penduduk, perbaikan ekonomi masyarakat, dan kesadaran akan arti pentingnya gizi bagi kesehatan tubuh manusia.

Melihat dari kenyataan yang ada Solideo Farm tidak terlepas dari tantangan dan hambatan dari segi promosi penjualan, Sumber Daya Manusia, teknologi yang semakin canggih, dan kualitas produk. Semakin banyaknya usaha yang sejenis bermunculan membuat persaingan semakin ketat, sehingga perlu diterapkan strategi khusus untuk mengembangkan usaha. Strategi adalah kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi, di mana pilihan tersebut berkaitan dengan ruang lingkup produk, pertumbuhan, laba/ untung (Irvina Safitri: 2018: 184)

Penentuan suatu strategi didasarkan pada hasil analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan eksternal. Analisis yang digunakan dalam menentukan

strategi pengembangan pada pada penelitian ini adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Treacts) (Merryana DS 2019: 2).

Solideo Farm yang bergerak dalam memproduksi telur ayam kampung merupakan satu-satunya pemasok telur ayan kampung di Desa Geliting. Usaha Solideo Farm ini didirikan belum terlalu lama. Belum terlalu diketahui banyak orang sehingga pengunjung yang datang masih kurang serta produk yang ditawarkan masih kurang promosi dikalangan masyarakat maupun di media sosial. Sehingga peningkatan penjualan masih kurang, dan masih membutuhkan strategi untuk bersaing dengan perusahaan yang sudah maju.

Berdasarkan uraian diatas makan sangatlah penting dilakukan penelitian tentang “Strategi Pemasaran Telur Ayam Kampung Solideo Farm Di Dusun Kloangbolat Desa Geliting Kecamatan Kewapante Kabupaten Sikka”.

METODE

Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Solideo Farm yang berlokasi di Dusun Kloangbolat Desa Geliting Kecamatan Kewapante Kabupaten Sikka.

Waktu Penelitian.

Penelitian dilakukan selama 1 bulan terhitung pada tanggal 20 Februari – 20 Maret 2023.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih dengan alasan menyajikan data secara langsung yang hakikatnya berhubungan antara peneliti dan narasumber, serta menghadirkan jawaban kompleks untuk menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berpusat pada deskripsi data yang berupa kalimat-kalimat yang memiliki arti mendalam yang berasal dari informasi dan perilaku yang diamati. Data hasil penelitian ini berupa fakta-fakta yang ditemukan pada saat dilapangan oleh peneliti (Sugiyono, 2016).

Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subyek penelitian pada saat ini, misalnya sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi atau sebagainya. Dengan menggunakan metode kualitatif penelitian akan mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan Solideo Farm untuk meningkatkan penjualan telur ayam kampung.

Sumber Data

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2018: 456). Data primer dilakukan berdasarkan metode observasi dan wawancara.

Menurut Sugiyono (2018: 456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder dilakukan berdasarkan dokumentasi dan studi pustaka.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode (cara atau teknik) menunjukkan suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat diperlihatkan penggunaannya Sudaryono (2017:205). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016: 317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

2. Observasi

Menurut Sudjana (2011) observasi adalah sebagai alat penilaian yang banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku individu ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang diamati, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi peraturan-peraturan, laporan kegiatan dan foto-foto.

Teknik Analisis Data

Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2015: 19) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Kekuatan dan kelemahan berkaitan dengan penyusunan rencana strategi, baik organisasi maupun karyawannya, jaringan pemasok, sistem operasi, maupun citra merek yang telah dimiliki. Sedangkan peluang dan ancaman berkaitan dengan bangsa pasar, persaingan, dan lingkungan makro seperti terjadinya peristiwa tak terduga atau bencana alam seperti banjir, kebakaran, dan lain-lainnya.

Analisis SWOT dapat disimpulkan sebagai hubungan atau interaksi faktor-faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap faktor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Adapun analisis faktor-faktor sistematis berdasarkan analisis SWOT dapat diketahui sebagai berikut:

a. Strength atau kekuatan

Strength atau kekuatan merupakan daya kekuatan pada internal perusahaan yang belum tentu dimiliki oleh pesaing. Kekuatan dapat digunakan sebagai dasar perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetensi.

b. Weakness atau kelemahan

Weakness atau kelemahan adalah beberapa hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan internal yang ada pada perusahaan.

c. Opportunities atau peluang

Opportunities atau peluang merupakan faktor-faktor eksternal dimana kondisi-kondisi tersebut dapat menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

d. Threats atau ancaman.

Threats atau ancaman merupakan kondisi lingkungan eksternal dimana kondisi tersebut menjadi suatu ancaman yang dapat mengganggu kesejahteraan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan terdiri atas kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sementara itu faktor eksternal perusahaan terdiri atas peluang dan ancaman perusahaan.

a. Faktor Internal

1) Kekuatan (*strength*)

- a) Solideo Farm lebih mengutamakan kualitas telur ayam kampung.

- b) Pengecekan telur ayam kampung menggunakan alat teropong telur serta secara otomatis membentuk *human power* salah satu aset dari Sumber Daya Manusia.
- c) Karyawan sigap dalam melayani pelanggan.
- d) Solideo Farm menjual ayam kampung kepada masyarakat dan juga menjual kotoran ayam ke petani sebagai pupuk organik.
- e) Memberikan harga murah yang bisa dijangkau oleh masyarakat dari segala kalangan.
- f) Mendapatkan potongan harga 10% bagi konsumen yang membeli telur ayam kampung dengan jumlah yang banyak.
- g) Strategi pemasaran melalui sosial media yaitu whatsapp.
- h) Lokasi usaha telur ayam kampung milik Bapak rofin muda.
- i) Penyaluran telur ayam kampung di pelanggan tetap dan di pasar tradisional.
- j) Lahan parkir yang luas.
- k) Perlengkapan peralatan kebersihan kandang baik.

2) Kelemahan (*weakness*)

- a) Tidak semua kalangan masyarakat mempunyai handphone android, sehingga banyak masyarakat belum mengetahui adanya penjualan telur ayam kampung.
- b) Ruang tunggu agak sempit.
- c) Sambutan karyawan kurang ramah (Jarang senyum)
- d) Program promosi masih terbatas.
- e) Kurangnya tenaga penjualan.
- f) Lokasi Solideo Farm berlokasi di perkampungan yang terdapat banyak lorong yang membuat konsumen atau pembeli kesulitan menuju lokasi perkampungan.

b. Peluang Eksternal

1) Peluang

- a) Mengatur strategi kerja sama dengan berbagai pihak.
- b) Mengikuti setiap ifen-ifen yang ada di Kabupaten Sikka.
- c) Mempunyai pelanggan tetap.
- d) Berkembangnya teknologi.
Dengan adanya kemajuan teknologi, banyak pekerjaan yang dilakukan dengan singkat dan banyak juga kemudahan yang diperoleh, seperti dalam pengiriman atau penyebaran informasi, berkomunikasi, dan lain-lain.
- e) Bertambahnya jumlah penduduk.
Bertambahnya jumlah penduduk dapat meningkatkan perkembangan usaha peternakan telur ayam kampung Solideo Farm. Dengan keadaan seperti ini kebutuhan telur ayam kampung akan bertambah.

2) Ancaman

- a) Naiknya harga pakan dan obat ayam yang tidak menentu yang berpengaruh pada harga telur ayam kampung.
- b) Banyaknya persaingan.
Semakin banyak persaingan antar usaha ternak telur ayam kampung dapat memberikan dampak negatif yang ditawarkan oleh perusahaan karena semakin kreatif bahkan terdapat kemasan produk yang ditawarkan. Hal ini memberikan kekuatan kepada pelanggan untuk memilih produk yang lebih baik dari segi manapun.
- c) Berubahnya selera konsumen.

Berubahnya selera kepada konsumen akan menyurutkan minat konsumen terhadap produk yang awalnya yang dikonsumsi. Hal ini berpengaruh dalam meningkatkan penjualan telur ayam kampung pada Solideo Farm.

Berdasarkan analisis SWOT maka dapat dibuat berbagai alternatif strategi yang dapat dikembangkan oleh Solideo Farm adalah sebagai berikut:

a. Strategi SO

Adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dari peluang yang ada. Strateginya adalah:

- 1) Solideo Farm akan terus mengidentifikasi kebutuhan konsumen akan telur ayam kampung sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan, mengamati kompetitor atau pesaing sehingga terus melakukan yang terbaik untuk produk telur ayam kampung.
- 2) Solideo Farm juga akan memberikan promosi strategi pemasaran melalui media sosial dengan mengikuti kemajuan teknologi. Sehingga bisa meningkatkan penjualan telur ayam kampung.
- 3) Jasa pelayanan yang diberikan oleh Solideo Farm akan terus dimaksimalkan dengan mengantar produk berupa telur ayam kampung langsung ke konsumen atau pelanggan dan terus mempertahankan pelayanan agar konsumen merasa nyaman.
- 4) Bukan hanya memberikan pelayanan yang baik tetapi Solideo Farm akan selalu memberikan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang dijual. Sehingga pelanggan merasa puas dan sebanding akan produk yang diberikan dengan harga.

b. Strategi WO

Yaitu strategi untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang mungkin dapat dilakukan antara lain:

- 1) Solideo Farm Selalu mengikuti berbagai event-event yang ada dengan tujuan bisa dikenal oleh masyarakat luas.
- 2) Tenaga kerja bisa mengikuti seminar-seminar untuk meningkatkan kreatifitas serta pelayanan dalam meningkatkan penjualan produk telur ayam kampung.

c. Strategi ST

Strategi WO merupakan gabungan dari faktor internal (*weaknes*) dengan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan kepada kegiatan yang bersifat pemanfaatan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang dilakukan oleh Solideo Farm:

- 1) Solideo Farm akan mempertahankan kualitas produk telur ayam kampung dengan terus memperhatikan kesehatan ayam serta kebersihan pada kandang, dan juga akan terus memberikan obat-obatan dan pakan dengan kualitas yang terbaik.

d. Strategi WT

Strategi WT adalah gabungan dari faktor eksternal (*Weakness*) dengan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan kepada kegiatan yang bersifat usaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman yang timbul. Strategi WT yang diambil oleh Solideo Farm adalah:

- 1) Bukan hanya strategi pemasaran yang dipikirkan, tetapi Solideo Farm akan terus meningkatkan SDM khususnya para pegawai sehingga solideo farm memiliki SDM dengan kualitas yang baik dan mampu terjun kelapangan atau bertemu langsung dengan konsumen sehingga memberikan pelayanan yang baik

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki Solideo Farm serta analisis eksternal peluang (opportunities) yang dapat diraih dan ancaman (threats) yang dihadapi maka dapat disimpulkan:

Terdapat 6 strategi produk yang terdiri atas: consistency over time atau mempertahankan identitas perusahaan, konsisten mempertahankan layanan produk, konsisten mempertahankan nilai taksiran produk, lebih memperhatikan kenyamanan nasabah, menggunakan layanan berbasis teknologi informasi untuk kemudahan transaksi (menambah diversifikasi produk), Mempertahankan kualitas produk. Terdapat 3 strategi penetapan harga terdiri atas: konsisten mempertahankan nilai taksiran pembiayaan, konsisten mempertahankan biaya administrasi yang kompetitif, menetapkan harga secara kompetitif. Terdapat 2 strategi lokasi terdiri atas: memperluas daerah pemasaran, lebih fokus pada potensi pasar disekitaran lokasi Solideo Farm. Terdapat 3 strategi promosi terdiri atas: memperluas media promosi, mempertinggi frekwensi promosi dengan tetap memperhatikan efisiensi biaya, mengoptimalkan kemampuan tenaga penjualan yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 12 (1): 92-115.
- Al Badi, K.S. (2015). The Dimensions of Marketing Mix. *Management and Organizational Studies*, 2(1), 136- 142
- Ahsani, H. F. (2021). Proses Branding Kallia Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Doctoral dissertation, UMSU).
- Afifah, N. (2013, October). Uji salmonella-shigella pada telur ayam yang disimpan pada suhu dan waktu yang berbeda. In *Prosiding Seminar Biologi* (Vol. 10, No. 2).
- Amirullah. 2015 *Manajemen Strategi-teori-konsep-kinerja*, penerbit MitraWacana Media, Jakarta, 2015.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Faisal, M. (2020). analisis efisiensi pemasaran beras di desa bulu allaporeng, kecamatan bengo, kabupaten bone (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Handika, M.R., Maradona, A.F., and Darma, G.S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (2): 188-199.
- Isoraite, Margarita. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research Granthaalayah*, 4(6), 25-37
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2): 143-165.
- Kotler, P., and Armstrong. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.

- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). Marketing Management. Singapore: Pearson Education.
- Kusnadi, D.S., and Darma, G.S. (2018). Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (1): 1-18.
- Munawaroh, L., Arsa, A., & Fusfita, N. (2022). Strategi Pemasaran Syari'ah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pada Toko Jelutih Pratama (JP) Mart Kelurahan Durian Luncuk Kecamatan Batin XXIV Kabupaten Batanghari (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Nurseto, S. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UKM Furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 103-107.
- Pour, B.S., Nazari, K., Emami, M. (2013). The Effects of Marketing Mix in Attracting Customer: Case Study of Saderat Bank in Khormanshah Province. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272-3280
- Pruskus, V. (2015). Politinė rinkodara komunikacijos kontekste: samprata. *Funkcijos Ir Priemonės*, 23(2), 149-158
- Ramadhani, M. H. (2021). Alat Pengatur Kestabilan Suhu Dan Kelembaban Pada Egg Incubator Berbasis Arduino Uno (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Rangkuti, Freddy. 2017. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Septiana, A., & Jumiati, S. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Tarbiyah Dengan Akad Mudharabah (Studi Kasus Di BPRS SPM Cabang Bangkalan) *Eco-socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1-11.
- Sudaryono (2016) manajemen pemasaran teori dan impleentasi. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suprijatna, E. (2010). Strategi pengembangan ayam lokal berbasis sumber daya lokal dan berwawasan lingkungan.
- Tjiptono, F. (2010). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, Fandy, 2010, Strategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta.
- Umezal, G.E., Ohen. S.B. (2015). Marketing Mix Strategies and Entrepreneurial Competence: Evidence from Micro Restaurants in Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria. *International Conference in Agricultural Economist*, Milano.
- Sari, E. L. (2019). Perempuan dan politik elektoral: strategi kampanye Calon Legislatif petahana PKB terpilih di daerah pemilihan Jawa Timur II dalam pemilu Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi Jawa Timur 2019 (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Syakir, M. (2020, January). Dukungan Teknologi Peternakan dan Veteriner dalam Mewujudkan Kedaulatan Pangan Hewani. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner* (pp. 3-11).