

Marketing Management Strategy of Kerupuk Amplang Dapoer Surya Ani to Increase the Competitiveness of Local Products

Muhammad Aldi^{1*}, Irwan Saputra², Agung Ramadhan³, Muhammad Hazeq⁴,
Muhammad Farhan Al-karim⁵, Ziyanatuz Zuhra⁶, Riaddlussalehah⁷,
Khairunnisa⁸, Devi Febrina Putri⁹, Aliful Wahidin Salam¹⁰
Universitas Islam Indragiri

Corresponding Author: Muhammad Aldi alaldiee29@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, Amplang Crackers, Local Product

Received : 5, July

Revised : 27, July

Accepted: 28, August

©2025 Aldi, Saputra, Ramadhan, Hazeq, Al-karim, Zuhra, Riaddlussalehah, Khairunnisa, Putri, Salam : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research aims to analyse the marketing management strategies applied by Dapoer Surya Ani in improving the competitiveness of local amplang cracker products. This research uses observation methods, library activities, field research, interviews, and documentation methods to collect data. Qualitative analysis was used to analyse the collected data. The results showed that Dapoer Surya Ani uses effective marketing strategies to increase sales of amplang crackers. These strategies include improving product quality, new product innovation, cooperation with related agencies, attractive packaging, relatively low prices, and special promotions to attract customers. In addition, this study also found that the addition of promotional aspects to existing buyers and the addition of new branches in strategic locations can increase product sales.

Marketing Management Strategy of Kerupuk Amplang Dapoer Surya Ani to Increase the Competitiveness of Local Products

Muhammad Aldi^{1*}, Irwan Saputra², Agung Ramadhan³, Muhammad Hazeq⁴, Muhammad Farhan Al-karim⁵, Ziyanatuz Zuhra⁶, Riaddlussalehah⁷, Khairunnisa⁸, Devi Febrina Putri⁹, Aliful Wahidin Salam¹⁰
Universitas Islam Indragiri

Corresponding Author: Muhammad Aldi alaldiee29@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Kerupuk Amplang, Produk Lokal

Received : 5, Juli

Revised : 27, Juli

Accepted: 28, Agustus

©2025 Aldi, Saputra, Ramadhan, Hazeq, Al-karim, Zuhra, Riaddlussalehah, Khairunnisa, Putri, Salam : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen pemasaran yang diterapkan oleh Dapoer Surya Ani dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Penelitian ini menggunakan metode observasi, kegiatan pustaka, penelitian lapangan, wawancara, dan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dapoer Surya Ani menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan kerupuk amplang. Strategi ini meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi produk baru, kerjasama dengan instansi terkait, kemasan yang menarik, harga yang relatif murah, dan promosi spesial untuk menarik pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa penambahan aspek promosi kepada pembeli yang sudah datang dan penambahan cabang baru di lokasi strategis dapat meningkatkan penjualan produk.

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen bisnis yang berfokus pada pengembangan dan implementasi strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran melibatkan pengembangan dan implementasi strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Strategi ini meliputi penentuan target pasar, analisis kompetitor, pengembangan produk, dan implementasi promosi yang efektif. Dengan demikian, strategi pemasaran dapat membantu perusahaan meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan pangsa pasar.

Daya saing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar. Menurut Porter (1980), daya saing dapat ditingkatkan melalui strategi cost leadership, diferensiasi, dan fokus. Strategi cost leadership melibatkan penurunan biaya produksi dan distribusi untuk menawarkan harga yang lebih rendah. Strategi diferensiasi melibatkan penawaran produk yang unik dan berbeda dari kompetitor. Strategi fokus melibatkan penawaran produk yang spesifik untuk segmen pasar tertentu. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan posisinya di pasar.

Inovasi produk merupakan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Menurut Drucker (1985), inovasi produk melibatkan penawaran produk yang baru dan berbeda dari produk yang ada. Inovasi ini dapat berupa perubahan desain, penambahan fitur, atau penawaran produk yang lebih efisien. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan.

Dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, perusahaan lokal seperti Dapoer Surya Ani menghadapi tantangan untuk meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Salah satu permasalahan utama adalah bagaimana meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan biaya produksi dan distribusi yang lebih rendah untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif.

Untuk meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal, Dapoer Surya Ani dapat menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan kualitas produk dan inovasi produk baru. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan kerjasama dengan instansi terkait untuk meningkatkan promosi dan distribusi produk. Dengan demikian, Dapoer Surya Ani dapat meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal dan mempertahankan posisinya di pasar.

PELAKSAAN DAN METODE

Strategi pemasaran merupakan tindakan perdagangan yang tertuju untuk mencapai tujuan penjualan suatu industri. Strategi ini melibatkan pengembangan dan implementasi strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran melibatkan

pengembangan dan implementasi strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Strategi ini meliputi penentuan target pasar, analisis kompetitor, pengembangan produk, dan implementasi promosi yang efektif. Dengan demikian, strategi pemasaran dapat membantu perusahaan meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan pangsa pasar.

Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan untuk menjalin keterlibatan dengan pelanggan, membangun relasi yang berkelanjutan, serta menciptakan nilai yang mampu memberikan timbal balik dari pelanggan. Deni Abdurrahman (n.d.) mendefinisikan pemasaran sebagai aktivitas yang mengaitkan perusahaan dengan pelanggan melalui penciptaan nilai sehingga pada akhirnya perusahaan memperoleh nilai kembali dari mereka. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran antara lain mendorong peningkatan konsumsi, memberikan kepuasan optimal bagi pelanggan, serta menumbuhkan minat anggota terhadap layanan pembiayaan.

Menurut Richard L. Daft, strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana yang disusun perusahaan untuk mengarahkan aktivitasnya sekaligus mengalokasikan sumber daya secara efektif guna menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Dengan strategi, perusahaan diharapkan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta memperoleh keunggulan dalam persaingan. Keunggulan bersaing inilah yang menjadi ciri pembeda antarperusahaan sekaligus identitas khas dalam memenuhi kebutuhan pasar. Inti dari strategi adalah menjadi faktor penentu diferensiasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, yang bersifat dinamis karena dapat berubah mengikuti perkembangan waktu dan kondisi eksternal. Sementara itu, Hamel dan Prahalad dalam artikel B. Elnath Aldi menjelaskan bahwa strategi merupakan langkah yang konsisten dan berkesinambungan, yang didasarkan pada pemahaman mengenai kebutuhan serta keinginan konsumen di masa mendatang.

Menurut Sugiyono (2016:2), terdapat empat kata kunci penting dalam penelitian, yaitu metode ilmiah, data, tujuan, serta kegunaan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Chaedar Alwasilah (2003:97) menekankan bahwa metode kualitatif memberikan keleluasaan yang besar bagi peneliti dalam menentukan tahapan penelitiannya. Sejalan dengan itu, Kirk dan Miller (1986:9) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan sebuah tradisi dalam ilmu sosial yang bertumpu pada pengamatan langsung terhadap individu di lingkungannya sendiri, sehingga memungkinkan peneliti memahami masyarakat melalui bahasa serta kehidupan mereka sehari-hari.

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang disebut deskriptif. Menurut Sugiyono (2016: 4), metode penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian di lingkungan alami dengan peneliti sebagai alat utama. Peneliti akan mengumpulkan data dengan mengunjungi langsung lapangan atau lembaga yang menjadi subjek penelitian untuk

mempelajari secara menyeluruh berbagai masalah yang diteliti (Husaini Usman dan Purnomo Setiadi, 2009).

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian

Di UMKM Dapoer Surya Ani, yang berlokasi di Jalan Provinsi Prt 3 Kelurahan Tembilahan Barat, Kecamatan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, penelitian ini dilakukan. Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut:

UMKM Dapoer Surya Ani merupakan salah satu UMKM Produk Khas Daerah yang Potensial, Kerupuk amplang ini merupakan salah satu produk makanan ringan khas yang memiliki sejarah dan popularitas tersendiri. Dapoer Surya Ani, sebagai salah satu produsen kerupuk amplang, telah mengembangkan produk ini secara konsisten. yang mana UMKM Dapoer Surya Ani memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Selain itu UMKM ini juga berperan dalam peningkatan ekonomi nelayan disekitar dengan membeli bahan baku utama seperti udang. Dengan adanya permintaan stabil dari Dapoer Surya Ani para nelayan dapat lebih sejahtera dan memiliki kepastian pendapat. Kemudian beberapa permasalahan UMKM tersebut diantaranya adalah proses produksi yang masih dilakukan secara tradisional, kurangnya SDM yang membantu proses produksi, bahan baku yang kadang sulit ditemukan, kemasan yang masih tradisional, dan ketatnya persaingan dengan pengusaha lain yang juga memproduksi kerupuk amplang.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan terhitung sejak 11 Agustus 2024 s.d selesai penelitian 16 Agustus 2024.

Sumber Data

Sumber Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui instrumen yang telah dirancang sebelumnya. Jenis data ini dikumpulkan peneliti untuk menjawab rumusan masalah sekaligus menjadi bagian penting dalam keseluruhan proses penelitian, khususnya ketika data tersebut digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Karena bersumber langsung dari narasumber, data primer dinilai lebih valid dan lengkap (Purhantara & Wahyu, 2010:79). Dalam penelitian ini, salah satu bentuk data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Dapoer Surya Ani, yaitu Ibu Surya Ani.

Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti literatur, hasil penelitian terdahulu, buku, maupun referensi pustaka lainnya, yang berfungsi sebagai pendukung

bagi data primer (Hasan & M. Iqbal, 2002:58). Pada penelitian ini, jurnal-jurnal sebelumnya digunakan sebagai sumber utama data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Karena data menjadi fokus utama dalam suatu penelitian, maka teknik pengumpulan data memegang peranan yang sangat krusial. Tanpa pemahaman mengenai cara memperoleh data, peneliti tidak akan mampu mendapatkan informasi yang sesuai dengan standar penelitian. Pada pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam situasi alamiah. Teknik yang sering digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Catherine Marshall dan Gretchen B. Rossman dalam Sugiyono (2016:225) menyebutkan bahwa ketiga metode tersebut merupakan instrumen pokok dalam memperoleh data kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini memanfaatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik utama dalam mengumpulkan data.

Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang bersifat kompleks karena melibatkan berbagai aspek biologis maupun psikologis, di mana kemampuan mengingat dan mengamati menjadi bagian terpenting. Apabila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, aktivitas kerja, atau fenomena alam, maka metode observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2016:230). Menurut Sanafiah Faisal (1990), observasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yakni observasi partisipatif, observasi terbuka maupun tersamar, serta observasi tidak terstruktur. Pada observasi partisipatif, peneliti ikut serta dalam aktivitas sehari-hari subjek yang diamati. Sementara itu, observasi terbuka atau tersamar dilakukan dengan memberitahukan kepada sumber data bahwa penelitian sedang berlangsung. Adapun observasi tidak terstruktur adalah bentuk pengamatan yang belum direncanakan secara sistematis karena peneliti masih belum menentukan secara pasti aspek apa saja yang akan diamati. Peneliti melihat UMKM Dapoer Surya Ani secara langsung.

Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk merumuskan masalah penelitian, ataupun saat diperlukan informasi yang lebih mendalam dari responden. Metode ini pada dasarnya bergantung pada laporan diri (self-report) dari narasumber. Jika peneliti masih belum yakin mengenai data yang akan diperoleh, wawancara terstruktur dapat dijadikan pilihan. Sementara itu, wawancara semi-terstruktur termasuk dalam kategori wawancara mendalam karena memberikan ruang kebebasan yang lebih luas dibandingkan wawancara terstruktur.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk pencatatan atas peristiwa yang telah terjadi, yang bisa berupa tulisan, foto, maupun karya seseorang. Dalam penelitian ini, data dokumenter dari UMKM Dapoer Surya Ani – seperti profil singkat usaha, foto proses produksi, hasil produk, serta peralatan yang

digunakan – dijadikan sebagai sumber informasi guna membantu peneliti dalam menganalisis permasalahan yang dikaji.

Teknik Analisis Data

Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan ringkasan data penelitian melalui ukuran-ukuran seperti rata-rata, median, standar deviasi, varians, dan modus (Priyatno, 2010). Selain itu, analisis ini dilengkapi dengan narasi deskriptif yang berfungsi menjelaskan fenomena berdasarkan hasil perhitungan, sehingga memberikan gambaran sesuai dengan kondisi nyata dari data yang diperoleh (Priyatno, 2010).

Analisis Narasi Deskriptif

Analisis narasi deskriptif menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi atau umumkan (Sugiyono, 2014). Metode ini melakukannya dengan menggambarkan fakta-fakta dan kemudian menganalisisnya untuk memberikan pemahaman dan penjelasan yang cukup (Putri dan Dewi, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dapoer Surya Ani meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Strategi ini meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi produk baru, kerjasama dengan instansi terkait, kemasan yang menarik, harga yang relatif murah, dan promosi spesial.

Peningkatan Kualitas Produk

Dapoer Surya Ani telah meningkatkan kualitas produk kerupuk amplang melalui penggunaan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan proses produksi yang lebih efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk telah meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek.

Inovasi Produk Baru

Dapoer Surya Ani juga telah melakukan inovasi produk baru dengan mengembangkan variasi rasa dan tekstur kerupuk amplang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk baru telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Kerjasama dengan Instansi Terkait

Dapoer Surya Ani telah melakukan kerjasama dengan instansi terkait seperti organisasi kuliner lokal dan media sosial untuk meningkatkan promosi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerjasama dengan instansi terkait telah meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan.

Kemasan yang Menarik

Dapoer Surya Ani telah meningkatkan kemasan produk kerupuk amplang dengan menggunakan desain yang menarik dan mudah diingat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang menarik telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Harga yang Relatif Murah

Dapoer Surya Ani telah menawarkan harga yang relatif murah untuk produk kerupuk amplang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang relatif murah telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Promosi Spesial

Dapoer Surya Ani telah melakukan promosi spesial seperti diskon dan hadiah untuk meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi spesial telah meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran merek.

Dengan demikian, Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pendekatan pemasaran yang dijalankan oleh Dapoer Surya Ani telah efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal.

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dapoer Surya Ani telah efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Strategi ini meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi produk baru, kerjasama dengan instansi terkait, kemasan yang menarik, harga yang relatif murah, dan promosi spesial.

Peningkatan Kualitas Produk

Peningkatan kualitas produk merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah meningkatkan kualitas produk melalui penggunaan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan proses produksi yang lebih efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk telah meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek.

Inovasi Produk Baru

Inovasi produk baru merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah melakukan inovasi produk baru dengan mengembangkan variasi rasa dan tekstur kerupuk amplang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk baru telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Kerjasama dengan Instansi Terkait

Kerjasama dengan instansi terkait merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah melakukan kerjasama dengan instansi terkait seperti

organisasi kuliner lokal dan media sosial untuk meningkatkan promosi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerjasama dengan instansi terkait telah meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan.

Kemasan yang Menarik

Kemasan yang menarik merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah meningkatkan kemasan produk kerupuk amplang dengan menggunakan desain yang menarik dan mudah diingat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang menarik telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Harga yang Relatif Murah

Harga yang relatif murah merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah menawarkan harga yang relatif murah untuk produk kerupuk amplang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang relatif murah telah meningkatkan minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Promosi Spesial

Promosi spesial merupakan salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Dapoer Surya Ani telah melakukan promosi spesial seperti diskon dan hadiah untuk meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi spesial telah meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran merek.

Dengan demikian, pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dapoer Surya Ani telah efektif dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Dapoer Surya Ani telah meningkatkan daya saing produk kerupuk amplang lokal. Strategi ini mencakup peningkatan kualitas produk, inovasi produk baru, kolaborasi dengan lembaga terkait, kemasan yang menarik, harga yang kompetitif, dan promosi khusus. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan lebih tinggi dengan strategi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2019). "Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0". Mitra Wacana Media. Buku ini membahas tantangan dan peluang bagi usaha kecil dalam meningkatkan daya saing di era digital.
- Alma, B. (2016). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta. Buku ini memberikan wawasan tentang pengembangan produk dan strategi pemasaran yang efektif untuk usaha kecil, termasuk kerupuk amplang.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Buku ini membahas berbagai strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing produk, termasuk dalam konteks produk makanan.
- Damanhuri, M. Y. (2011). Manajemen Penjualan Syari'ah. Bekasi Selatan: PT. Terang Mulia Abadi. Buku ini membahas strategi penjualan yang dapat diterapkan dalam konteks produk makanan, termasuk kerupuk amplang.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: CV Budi Utama. Buku ini memberikan panduan tentang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Buku ini menjelaskan konsep dasar manajemen pemasaran, termasuk strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh usaha kecil dan menengah.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). "Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing". *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 1(2), 213-219. Artikel ini membahas bagaimana inovasi dalam produk dapat meningkatkan daya saing di pasar.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.