

PELATIHAN PENTINGNYA PENCATATAN KEUANGAN, STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN DESAIN KEMASAN PRODUK PADA USAHA MARNING JAGUNG

Oleh:

Ita R Permatasari, Anik Kusmintarti, Baroroh Lestari, Becik Gati A, Jatrifia Ongga S
Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

Abstract

This community service aims to increase corn marning business income, at the Corn Marning Center in Kecamatan Pandanwangi, Kampung Simpang Teluk Bayur, Kota Malang. The Corn Marning Center in Malang City is a family business, which was initiated in the 1980s, and the business management is still simple. Not yet using a financial recording system, because they think financial records are not important. The marketing system is still simple, which only relies on an order system and waits for consumers to come, as well as the product's marketability is still simple.

The partners of this service are UMKM which have a Corn Marning business, starting from the process of making Corn Marning to selling it in their own shops, namely Toko Cahaya and Toko Adnan.

The purpose of this PKM-Kemitraan is to provide knowledge about the Concept of Financial System Recording by using a simple program, making it easier for UMKM to record and understand the financial system, provide training on online marketing and manufacturing of more modern product packaging, and providing equipment assistance in the form of Pedal Sealer Machines needed by both UMKM. At the end of the activity, it will be evaluated, by providing assistance and monitoring based on the results of financial records, making online marketing and making product packaging for 1 month.

Keywords: Financial System Recording, Online Marketing, Product Packaging.

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Kota Malang dikenal sebagai salah satu destinasi favorit tujuan wisatawan domestik, pada perkembangannya wisata belanja menjadi salah satu potensi daya tarik wisata. Wisata belanja di Kota Malang secara intern muncul karena ada pola pertumbuhan sektor lain yang keberadaannya mendukung pariwisata yaitu sektor industri mikro gastronomi olahan holtikultura berupa “oleh-oleh makanan” khas Kota Malang (Renstra Disbudpar Kota Malang, 2013), selain itu

secara ekstern ketertarikan atau minat wisatawan terhadap wisata belanja, memang juga terus bertumbuh, karena menurut wisatawan berbelanja khususnya “oleh-oleh makanan” mempunyai kedudukan penting dalam wisata yang mereka lakukan, yaitu sebagai bagian dari pengalaman liburan atau kenangan yang bisa dibawa pulang Yusriansyah (2012), Unsur kenangan dalam berwisata di Indonesia termasuk dalam Sapta Pesona, yaitu konsep sadar wisata yang berhubungan dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah, untuk

menciptakan lingkungan dan suasana kondusif, dengan mewujudkan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan. Apabila ketujuh unsur tersebut diwujudkan, hal itu akan mendukung berkembangnya kepariwisataan di suatu destinasi sehingga mendorong minat wisatawan untuk berkunjung (Pedoman Pokdarwis, 2012).

Kota Malang sebagai salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki perkembangan jumlah unit usaha yang relatif sangat baik. Kota Malang adalah daerah padat karya yang didominasi industri kecil dan menengah dengan sedikit industri manufaktur. Menurut Irawati (2013), UMKM merupakan bagian dari sektor perdagangan, hotel dan restoran yang merupakan penunjang utama perekonomian di Kota Malang sebesar 36,85%.

Sentra Emping Marning Jagung telah ada secara turun temurun sejak Tahun 70-an. Oleh bapak H. Abdul Qadir yang mengawali pembuatan emping marning jagung yaitu tahun 1970. Salah seorang penduduk kampung Simpang Teluk Bayur yang bernama H. Abdul Qadir merebus jagung yang kemudian dibiarkan beberapa lama hingga dingin, kemudian selanjutnya jagung rebus itu dipipihkan kemudian disiram dengan air garam, setelah itu dikeringkan hingga menjadi krecek lalu digoreng. Dan ternyata jagung yang menjadi kripik tadi rasanya enak. Jagung tersebut yang kemudian dikenal sebagai Emping Marning Jagung.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju, teknologi produksi yang digunakan di Kampung Simpang Teluk Bayur semakin meningkat. Pada tahun 1980-an perajin mulai menggunakan mesin penggiling jagung. Pada awalnya masih menggunakan teknologi sederhana dengan cara diputar tangan, kemudian dikayuh kaki dan kini sudah memakai dinamo. Emping Marning Jagung terus berkembang dengan munculnya Emping Marning Jagung rasa-rasa. Akhirnya daerah Simpang teluk Bayur berkembang menjadi sentra Marning Jagung oleh-oleh khas Malang.

Jagung goreng atau yang lebih dikenal marning jagung dibuat melalui proses penggorengan (pemasakan di dalam minyak yang panas), yang membuat rasanya menjadi renyah dan gurih. Marning jagung biasanya dijadikan sebagai „suguhan“ kepada para tamu dan kerabat di hari raya, dan juga sebagai makanan ringan bagi keluarga sehari-hari. Saat ini, marning jagung tidak hanya diberi garam untuk memunculkan rasa asin, namun ada produsen yang mencampurkan perasa lain yang membuat rasa dari marning jagung semakin bervariasi. Dengan demikian akan dapat memilih pilihan rasa sesuai dengan selera.

Lokasi sebaran industri Marning Jagung Kota Malang berada di Kampung Simpang Teluk Bayur Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing. Di depan Kampung Simpang Teluk Bayur terdapat gapura bertuliskan “Sentra Industri Marning

Jagung”. Gapura tersebut adalah pintu masuknya.

Menurut Yusriansyah (2012), permasalahan yang terjadi pada sentra keripik marning jagung di Kota Malang adalah terdapatnya perbedaan kualitas produk, sarana promosi serta kurangnya inovasi produk pada UMKM dalam sentra. Selaras dengan pendapat tersebut, permasalahan yang terkait dengan kondisi sentra industri di Kota Malang yang ditemui dapat digolongkan menjadi manajemen, teknologi dan sistem produksi. Begitu juga hasil penelitian dari Permatasari (2015), yang menyatakan strategi pemasaran sangatlah diperlukan untuk mendukung keberhasilan usaha, dari hasil pengolahan data maka pengaruh terbesar bagi keberhasilan usaha adalah strategi pemasaran dengan pengaruh sebesar 56,1%.

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang Tahun 2014, data potensi sentra industri marning jagung di Simpang Teluk Bayur Kelurahan Pandanwangi, adalah sebanyak 15 unit usaha, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 72 orang. Dengan demikian potensi ekonomi pada industri Marning Jagung Kota Malang dapat dikatakan cukup besar.

1.2. Profil Mitra

Mitra dalam pengabdian ini adalah pemilik usaha marning jagung Cahaya dan pemilik usaha Marning Jagung Adnan. UMKM ini mengolah jagung menjadi marning jagung dan sekaligus sebagai

distributor marning jagung di toko masing-masing. Mereka berdua sudah hampir 16 tahun menggeluti usaha yang diwariskan dari orang tuanya. Dengan penuh kesabaran dan kegigihannya kini usahanya cukup berkembang, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dari warga sekitarnya.

Untuk memenuhi permintaan pasar, para pemilik usaha ini membuat beberapa macam olahan, baik rasa, kemasan, dan jenis marning itu sendiri. Pertama adalah marning biasa dengan ciri khas rasanya gurih dan renyah, kedua marning gepeng (pipih) yang lebih dikenal dengan nama emping jagung dengan rasa gurih, rasa manis pedas, balado, keju, bawang, pedas. Dengan banyak varian baik rasa maupun kemasannya, konsumen dapat memilih sesuai selera yang diinginkan. Harga yang ditawarkan cukup murah, biasanya untuk marning biasa perkilo dijual Rp. 10.000,- sedangkan marning jagung yang beraneka rasa dijual Rp12.500 perkilo. Proses pengolahan marning jagung yang masih cukup sederhana.

Sampai saat ini, kemasan untuk produk camilan marning hanya berupa plastik dengan ditambah label atau stiker yang berisikan informasi tentang produk. Dengan kemasan seperti itu, camilan ini kurang memiliki nilai lebih dan tentu kurang menarik minat dari konsumen. Sehingga dibutuhkan sebuah kemasan yang memiliki desain lebih menarik, untuk menaikkan nilai jual dari produk tersebut. (Setiawan, 2015)

1.3. Potensi dan Peluang usaha Mitra.

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang Tahun 2014, data potensi sentra industri marning jagung di Simpang Teluk Bayur Kelurahan Pandanwangi, maka potensi dan peluang usaha marning jagung Pandanwangi Malang, masih terbuka cukup luas.

Dari hasil penelitian Ardiansyah (2017) menyebutkan bahwa ada beberapa hal yang akan dapat menjadikan produk marning jagung Pandanwangi masih mempunyai potensi dan peluang untuk dikembangkan menjadi oleh-oleh khas Malang adalah pangsa pasar marning jagung dari Pandawangi, selain memenuhi permintaan dalam kota juga telah banyak permintaan dari luar kota.

Kedua Mitra PkM-K mempunyai kemampuan berproduksi 5 – 10 kwintal perhari dan biasanya setiap pengiriman ke konsumen mencapai 5 ton perminggu, faktor pendukung usaha marning jagung itu sendiri adalah tenaga kerja murah karena lebih banyak menggunakan tenaga kerja dari keluarga sendiri, bahan baku yang memadai dan alat-alat penunjang produksi marning jagung dan peran pemerintah terhadap UMKM marning jagung salah satunya dari Kelurahan berupa bimbingan tentang teknologi, kemudian memudahkan untuk ijin-ijin mengurus surat-surat usaha.

1.4. Kondisi Mitra saat ini.

Beberapa permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

1. Seperti UMKM pada umumnya, maka usaha marning jagung Cahaya dan Adnan ini belum menerapkan pencatatan keuangan yang memadai, banyak usaha kecil gagal karena pencatatannya kurang memadai. Seringkali pemilik usaha kecil memiliki sikap bahwa pencatatan tidak diperlukan untuk usaha kecil. Orang yang memiliki usaha kecil setiap hari dihadapkan pada permasalahan dan pengambilan keputusan. Keputusan yang baik menghendaki seorang pemilik usaha mengetahui semua aspek bisnisnya. Sistem pencatatan keuangan yang baik dapat memberikan informasi keuangan yang diperlukan agar pemecahan masalah manajemen lebih mudah dan pengambilan keputusan bisnis lebih tepat. Pelatihan pencatatan keuangan ini akan dipermudah dengan dibuatkan program pencatatan keuangan yang sederhana, sehingga UMKM marning jagung bisa menggunakan dengan mudah.
2. Pemasaran yang dilakukan usaha marning jagung Cahaya dan Adnan, masih konvensional, bahkan cenderung pasif. Untuk memasarkan barang, mereka menunggu pembeli datang ke kediamannya. Disisi lain potensi pasar masih banyak yang belum digarap dan terbuka luas. Hal ini terbukti selama ini usaha marning jagung jagung Cahaya dan Adnan tidak pernah melakukan promosi besar-besaran, hanya mengandalkan informasi dari orang ke orang. Walaupun

sudah menggunakan instagram, tapi belum dikelola dengan baik. Jangkauan pemasaran usaha memasok marning jagung ke beberapa kota seperti Probolinggo, Surabaya, dan Kota Batu. Pelanggan ini sudah mereka bina sejak beberapa tahun sebelumnya.

3. Pemilik usaha marning jagung Cahaya dan Adnan belum memiliki desain kemasan yang menarik, inovatif, dan kreatif. Kemasan kedua UKM tersebut masih menggunakan plastik transparan dengan tambahan stiker kertas berisi beberapa informasi produk. Kemasan tersebut masih belum bisa melindungi marning jagung yang mudah rapuh terutama pada saat perjalanan. Kemasan konvensional ini juga belum memberikan unsur promosi memadai kepada masyarakat. Selain itu, kemasan kedua UKM juga masih memungkinkan penggantian kemasan (repackaging) oleh perusahaan lain sehingga rawan disalahgunakan. Kekurangan daya kreatif ini akan berdampak pada daya saing di pasar domestik baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan demikian diperlukan penggunaan alih teknologi pengemasan produk UMKM yang sebelumnya menggunakan pengemas berupa handsealer diganti dengan pedal sealer.

1.5. Permasalahan Mitra.

1. Perlunya pelatihan pencatatan keuangan, karena sistem pencatatan yang baik dapat

memberikan informasi keuangan yang diperlukan agar pemecahan masalah manajemen lebih mudah dan pengambilan keputusan bisnis lebih tepat. Dengan pencatatan keuangan UMKM emping jagung akan dapat menghitung HPP, mengetahui laba usaha, biaya-biaya dan modal yang diperlukan.

2. Perlunya pelatihan strategi pemasaran online, karena selama ini pemasaran masih terbatas pada pesanan dan kunjungan konsumen. Pemasaran online, diperlukan untuk memperluas daerah pemasaran, dan meningkatkan jumlah konsumen.
3. Perlu pelatihan desain kemasan yang menarik, inovatif, dan kreatif, karena kemasan sangat mempengaruhi dan menarik untuk promosi produk, juga dibutuhkan kemasan yang dapat melindungi produk emping jagung yang mudah rapuh terutama pada saat perjalanan, juga diperlukan alih teknologi kemasan dari handsealer diganti dengan pedal sealer.

2.KAJIAN LITERATUR

2.1.Catatan Bisnis

Catatan bisnis meliputi semua dokumen yang mencatat transaksi bisnis. Catatan bisnis mencakup notulen rapat, memorandum, kontrak kerja, dan dokumen akuntansi. Semua catatan bisnis harus bisa dibuka kembali di waktu kemudian sehingga transaksi dapat ditinjau kembali dengan cermat sewaktu-waktu diperlukan. Karena bisnis bergantung kepada keyakinan dan

kepercayaan, tidak hanya catatan itu harus cermat dan mudah dibuka kembali, tapi proses penyusunan dan pembukaan kembalinya di mata pelanggan dan masyarakat bisnis harus tampak terus menghasilkan catatan yang lengkap dan cermat tanpa selisih atau sisipan.

Banyak catatan bisnis adalah sumber data untuk akuntansi (faktur, tagihan, kuitansi), dan “pencatatan” dokumen-dokumen semacam itu juga disebut akuntansi. Akuntansi adalah suatu sistem komprehensif untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyampaikan informasi keuangan. Pembukuan adalah satu tahap akuntansi, pencatatan transaksi keuangan ke dalam perkiraan-perkiraan (rekening), biasanya mencakup tiga langkah awal siklus akuntansi, jurnal, buku besar dan neraca lajur. Pembukuan adalah "mencatat apa yang dibeli, dijual, dipinjam, dan dimiliki; uang masuk, uang keluar, dan saldo kas." Transaksi keuangan menyangkut perubahan status keuangan dua atau lebih bisnis atau individu. Produk utama proses akuntansi adalah laporan keuangan, yaitu neraca, laporan laba-rugi dan laporan aliran kas.

2.2 Pemasaran online

Goldman Sach dalam (Riyeke, 2010) berpendapat bahwa model bisnis dalam layanan bisnis online (E-marketing) terbagi atas 6 (enam) jenis, antara lain:

a. Connectivity : Bisnis yang berbasis layanan akses internet kepada pelanggannya.

- b. Context :Bisnis yang memberikan layanan dengan berupa informasi dan hiburan.
- c. Content :Bisnis yang memberikan layanan dengan basis berupa teks atau gambar sebagai inti bisnisnya.
- d.Communication: Layanan komunikasi berbasis internet dengan menggunakan media interaktif.
- e. Community : Bisnis yang membngun komunitas digital dengan media massage, board, web chat, maupun penyedia web mail
- f. Commerce : Model bisnis yang melakukan aktivitas bisnis berbasis internet.

2.3 Desain Produk

Cara lainnya untuk memperjelas kekhasan produk ialah lewat desain. Desain berpegang pada maksim “bentuk ditentukan fungsi”. Desain yang bagus berkontribusi kepada manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk. (Kotler, 2012). Sedangkan menurut Amstrong dkk, (2010) “Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan.”

Desain produk adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material warna, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

3.METODE

Metode dan tahapan PKM yaitu meliputi; 1) Tahap persiapan, dengan melakukan survey pendahuluan;2) Pelaksanaan Program dengan tahapan sebagai berikut: A) Metode Ceramah: digunakan untuk menyampaikan beberapa pemahaman

tentang teori Pencatatan Keuangan, Pemasaran online dan pengemasan produk. B) Simulasi : untuk menerapkan teori yang sudah dijelaskan untuk diterapkan pada permasalahan yang dihadapi Mitra. C) Praktek: Khusus untuk membuat kemasan produk dengan menggunakan pedal sealer. D) Diskusi: Bertukar pikiran bila ada hal-hal yang tidak dimengerti atau ada penyimpangan dalam praktek sehari-hari D) Evaluasi Program: Mengevaluasi keberhasilan dan kegagalan program. E) Pendampingan: Melakukan pendampingan kepada Mitra dalam jangka waktu 1 bulan setelah program PKMK selesai.

4.HASIL

4.1. Kegiatan Observasi dan Identifikasi Masalah.

Pelaksanaan dimulai pada awal bulan Maret tahun 2020, yaitu observasi dan identifikasi permasalahan. Dari hasil observasi yang dilakukan di Sentra Marning Jagung di Kampung Simpang Teluk Bayur, maka dipilihlah 2 UMKM, yang memenuhi kriteria yang diinginkan, yaitu keduanya merupakan UMKM yang memproduksi Marning Jagung, mulai dari pemilihan bahan baku pipilan jagung, proses produksi dan pengemasan, sekaligus juga sebagai suplaier dan toko eceran.

Mitra yang dijadikan tempat Pengabdian adalah : Toko “Adnan”, nama pemilik : Bapak Moch. Fauzi dan “Toko Cahaya”, nama pemilik : ibu Uswatul Chasanah.

a.Kegiatan Pelatihan Pencatatan Keuangan.

Perlunya pelatihan pencatatan keuangan, karena sistem pencatatan yang baik dapat memberikan informasi keuangan yang diperlukan agar pemecahan masalah manajemen lebih mudah dan pengambilan keputusan bisnis lebih tepat. Dengan pencatatan keuangan UMKM emping jagung akan dapat menghitung HPP, mengetahui laba usaha, biaya-biaya dan modal yang diperlukan. Dan Memberikan pelatihan tentang Program Aplikasi Akuntansi UMKM melalui Play Store.

Kegiatan pelatihan ini meliputi :

- Memberikan pelatihan tentang perlunya pencatatan keuangan.
- Memberikan pelatihan tentang menentukan HPP dan harga jual.
- Memberikan pelatihan tentang bagaimana menghitung Laba/Rugi Usaha.
- Memberikan pelatihan tentang Program Aplikasi Akuntansi UKM melalui Play Store.

b.Kegiatan Pelatihan Pemasaran on-line.

Memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran, didalamnya juga akan diberi pelatihan tentang bauran pemasaran, juga pentingnya promosi. Pemasaran selama ini masih terbatas pada pesanan dan kunjungan konsumen. Pemasaran online, diperlukan untuk memperluas daerah pemasaran, dan meningkatkan jumlah konsumen.

Kegiatan pelatihan ini meliputi :

- Memberikan pelatihan tentang pengertian pemasaran online.

- Menjelaskan manfaat pemasaran online.
- Menjelaskan bagaimana mengidentifikasi komponen-komponen pemasaran online.
- Menjelaskan bagaimana cara kerja pemasaran online.

4.2. Kegiatan Pelatihan Kemasan Produk

Dalam perancangan ini, akan dibuat sebuah kemasan yang sesuai sehingga produk yang sebelumnya kurang dikenali dapat hadir dengan tampilan yang menarik pembeli. Kemasan akan dirancang dengan mengutamakan sisi kepraktisan, ekonomis, higienis, serta tidak akan memberatkan produsen dari segi produksi serta konsumen dari segi harga, juga diberikan pelatihan tentang alih teknologi kemasan dari handsealer diganti dengan pedal sealer.

4.3. Hasil Desain Produk:

Produk Marning Jagung Adnan.



Gambar : Desain Label Lama



Gambar : Desain Label Baru

4.4. Penyerahan Mesin Pedal Sealer.

Mesin press atau mesin pedal sealer memiliki keunggulan yang terlihat dari panas yang secara otomatis mengatur sesuai dengan plastik yang akan dipress sehingga tidak memerlukan lagi perkiraan untuk suhu pada konduktor perekat plastik. Selain itu pada mesin ini menggunakan teknologi anti over heating atau bisa mengendalikan panas ketika sudah mencapai suhu maksimum.

Perbedaan mesin ini dengan yang lainnya adalah penggunaan listrik yang hanya berfungsi ketika pedal diinjak karena ketika pedal tidak diinjak maka otomatis mesin tidak membutuhkan listrik. Selain itu masih terdapat alat yang akan mengantisipasi apabila terdapat kerusakan atau ketidakstabilan pada listrik sehingga mesin akan otomatis mati dan tidak dapat digunakan ketika aliran panas dari listrik tidak sesuai dengan semestinya.



Gambar : Penyerahan Mesin Pedal Sealer kepada Bu Uswatul Chasanah (Pemilik toko Marning Cahaya)



Gambar : Penyerahan Mesin Pedal Sealer kepada Bapak Moch.Fauzi (Pemilik toko Adnan)

4.5.Hasil Kegiatan

Keberhasilan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat dilihat dari hal-hal berikut ini:

1. Mitra Pengabdian kepada masyarakat, baik Pemilik Toko Cahaya maupun Pemilik Toko Adnan sudah memahami semua materi yang diberikan.
2. Mitra Pengabdian kepada masyarakat, baik Pemilik Toko Cahaya maupun Pemilik Toko Adnan dapat menerapkan semua materi yang diberikan pada usahanya masing-masing.
3. Mitra Pengabdian kepada masyarakat, baik Pemilik Toko Cahaya maupun Pemilik Toko Adnan, merasa mendapat manfaat atas bantuan mesin pedal sealer, karena jika mesin hand sealer menggunakan tekanan tangan untuk merekatkan plastik, mesin pedal sealer memiliki cara yang lebih praktis cukup dengan menekan pedal yang ada dibagian bawah dengan menggunakan kaki. Dengan menggunakan mesin pedal sealer, produk-produk yang

dimasukkan kedalam kemasan plastik akan tersegel dengan rapi, kedap udara dan otomatis memperpanjang masa kedaluarsa serta keawetanya. Satu hal yang membedakan antara mesin ini dengan mesin hand sealer adalah kekuatan eprekatan yang dihasilkan.

5.SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan dengan topik pentingnya pencatatan keuangan, pemasaran on-line dan desain produk yang diberikan kepada UMKM Sentra Emping Marning Jagung di Kampung Simpang Teluk Bayur, memberikan manfaat dan motivasi bagi pemilik toko Marning Jagung Cahaya dan Adnan , untuk lebih mengembangkan usahanya.
2. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung dengan baik, yang ditandai dengan tingkat kehadiran dan antusias dari peserta saat materi diberikan oleh fasilitator.

5.2. Saran.

Peserta pelatihan seharusnya mengaplikasikan materi dan ketrampilan yang diberikan, sehingga benar-benar dapat mengembangkan usaha marning jagung.

6.DAFTAR REFERENSI

- Amstrong, dkk, 2007. Dasar-dasar Pemasaran, jilid 1, Prentice Hall, New Jersey, 2008

- Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Prabowo, Hartiwi, 2012, Kelayakan Investasi Perluasan Pabrik Penggilingan Plastik Pd Xyz, *Binus Business Review* Vol. 3 No. 2 November 2012: 803-18.
- Posman.2013. *Perencanaan Pemasaran*, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Purwanti, Endang 2007. *Pengaruh Faktor Kemampuan Manajerial, Lingkungan Eksternal, Organisasi Terhadap Kinerja Finansial*, Tesis Pasca Sarjana UKSW .
- Permatasari, Ita Rifiani, 2015, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha , Modal Usaha Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha.*, *Proseding Forum Manajemen Indonesia*.
- Riyeke, Ustadiyanto,2000. *e-Business Plan : Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*”, Penerbit ANDI, Yogyakarta.