

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TORTILLA PADA PT.
HARAPAN SUKSES DI DESA DAPURANG, KECAMATAN
DAPURANG, KABUPATEN PASANGKAYU**

**M. NAWIR
A0119508**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2026**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TORTILLA PADA PT.
HARAPAN SUKSES DI DESA DAPURANG, KECAMATAN
DAPURANG, KABUPATEN PASANGKAYU**

**M. NAWIR
A0119508**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian
pada
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Dan Kehutanan

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2026**



**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN
KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Nawir

NIM : A 0119508

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses Di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu”** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya di bawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 03 April 2026



M. Nawir
NIM A 0119508

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses
Di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten
Pasangkayu.

Nama : M. Nawir

NIM : A 0119508

Disetujui oleh



Dian Utami Zainuddin, S.Si., M.Si
Pembimbing I



Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si
Pembimbing II

Diketahui oleh

Dekan
Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin., M.Si
NIP. 1960051298931001

Ketua
Program Studi Agribisnis



Astina, S.P., M.Si
NIP. 199007222024212036

Tanggal Lulus : 11 November 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses Di Desa
Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu**

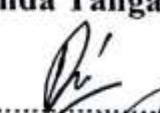
Disusun oleh :
M. NAWIR
A0119508

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
Pada tanggal ..11.....~~November~~.....2025..... dan dinyatakan **LULUS**

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Muhammad Arafat Abdullah, S.Si.,M.Si.		07 / 04 / 2026
2. Dr. Arman Amran, S.P., MP.		07 / 04 / 2026

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dian Utami Zainuddin, S. Si., M.Si.		06 / 04 / 2026
2. Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si.		06 / 04 / 2026

ABSTRAK

M. NAWIR, Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses Di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu. Dibimbing oleh **DIAN UTAMI ZAINUDDIN dan ANDI WERAWE ANGKA**.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis strategi pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses menggunakan analisis SWOT (2) untuk menganalisis manakah yang menjadi strategi prioritas untuk PT. Harapan Sukses. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Harapan sukses tepatnya di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 12 orang yakni 1 orang pemilik usaha dan 9 orang karyawan serta 1 orang pembina dan 1 orang penyuluh sebagai informan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, yang semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis data pada BAB V, prioritas strategi untuk PT. Harapan Sukses dapat dirumuskan melalui tiga tahapan: 1) Penentuan Posisi Kuadran, Analisis Matriks Grand Strategi ditentukan oleh perhitungan skor Matriks IFAS dan EFAS: Skor Faktor Internal (Sumbu X): Selisih total skor Kekuatan (3.826) dengan total skor Kelemahan (2.068) adalah 1.758, Skor Faktor Eksternal (Sumbu Y): Selisih total skor Peluang (3.446) dengan total skor Ancaman (2.371) adalah 1.075, hasil plotting koordinat (X,Y) = (1.758 ; 1.075) menempatkan PT. Harapan Sukses secara jelas pada Kuadran I. 2) Penetapan Prioritas Strategi Umum, posisi di Kuadran I adalah situasi yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan (Skor $S > W$) dan sekaligus menghadapi peluang eksternal yang signifikan (Skor $O > T$). Oleh karena itu, prioritas strategi umum yang harus diterapkan adalah Strategi Agresif (Growth Oriented Strategy). 3) Perumusan Prioritas Strategi Spesifik (Strategi S-O), Sesuai dengan posisi di Kuadran I, prioritas utama adalah menerapkan Strategi S-O, yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Berdasarkan hasil Matriks SWOT (Tabel 18), prioritas strategi yang harus dijalankan perusahaan adalah: Mengeksploitasi Kualitas Produk untuk Pasar "Oleh-Oleh" (S5, O5): Menggunakan kekuatan utama yaitu "Kualitas produk yang terjamin" (Skor 0.828) untuk secara agresif memanfaatkan peluang utama "Dapat dijadikan oleh-oleh dan snack jamuan instansi" (Skor 0.941). Mengoptimalkan Pemasaran Digital (S3, O1): Memanfaatkan kekuatan "Pemesanan dapat dilakukan melalui online (media sosial)" untuk merebut peluang "Banyaknya media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi". Memanfaatkan Lokasi Strategis untuk Pangsa Pasar (S1, O3): Menggunakan kekuatan "Lokasi yang strategis" untuk penetrasi "Perkembangan pangsa pasar generasi muda dan kelompok berumur". Dari hasil penelitian alternatif solusi dari "Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses Di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu", yakni perlunya diterapkan sistem manajemen kerja pada perusahaan dan perlu menjalin hubungan kerja sama Antara beberapa kios-kios secara berkesinambungan untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi mengenai proses pemasaran.

Kata kunci : Analysis SWOT, Strategi Pemasaran, Produk Tortilla

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung (*zea mays* L) mempunyai kebutuhan yang relatif tinggi bagi kehidupan manusia dan merupakan tanaman pangan terbesar kedua setelah padi. Belakangan ini pemanfaatan tanaman jagung semakin meningkat karena hampir seluruh bagian tanamannya dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti pembuatan kompos, kayu bakar, turas, bahan kertas, dan sayuran. Bahan utama/olahan yang digunakan untuk minyak goreng, pati jagung, etanol, dekstrin, pati jagung, gliserol, perakat tekstil dan asam *organic biofuel*. Tanaman jagung mempunyai manfaat yang lain, mayoritas dari bagian tanaman jagung dapat digunakan untuk berbagai keperluan, batang dan daun muda dari tanaman jagung dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Batang dan tua (setelah panen) dapat dimanfaatkan sebagai pupuk organik. Manfaat lain dari jagung adalah bahan baku farmasi, dekstrin, perekat, tekstil, minyak goreng dan etanol (Sudarmin, 2019).

Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Pasangkayu, produksi jagung (ton/thn) dari tahun 2019 – 2023. Produksi jagung mengalami penurunan di setiap tahunnya. Produksi jagung tertinggi berada di tahun 2019 yaitu sebanyak 113,638.00 (ton/thn) dan produksi jagung terendah berada di tahun 2023 sebanyak 19,220.00 (ton/thn).

Table 1. Produksi (ton) Jagung di Kab. Pasangkayu Tahun 2019 - 2023

Kabupaten Pasangkayu (Data Per Tahun)	Luas Area (Ha)	Luas Tanaman (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton/Thn)	Produktivitas (Rata-Rata Produksi) (Ton/Ha/Thn)
Jagung					
2019	7,925	15,253	16,234	113,638.00	7.00
2020	7,925	8,341	10,086	60,516.00	6.00
2021	7,925	5,940	6,620	43,030.00	6.50
2022	7,925	3,996	4,233	25,398.00	6.00
2023	7,925	4,291	3,844	19,220.00	5.00

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasangkayu, 2023.

Berdasarkan pada tabel 1. Produksi jagung di Kabupaten Pasangkayu mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh berkurangnya petani jagung yang terlibat dalam sektor pertanian dan sebagian besar petani telah beralih dari komoditi jagung ke komoditi lain. Selain itu, usaha terkait produksi jagung di Kabupaten Pasangkayu masih sangat kurang, karena petani jagung lebih memilih menjual hasil panen mereka langsung kepada pedagang dari pada mengolahnya sendiri. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah keterbatasan modal dan pengetahuan. Oleh karena itu, terdapat inisiatif dari masyarakat setempat khususnya Ibu Rumah Tangga untuk membuka usaha sendiri. Mereka menganggap adanya peluang untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil panen jagung yang selama ini hanya dijual dalam bentuk mentah. Sehingga masyarakat memutuskan untuk membuka paluang usaha yang berbahan dasar jagung, dalam hal ini produk tortilla.

Produk tortilla merupakan produk jenis keripik yang berbahan dasar jagung berbentuk pipih dan bulat dengan berbagai ketebalan. Tortilla bisa dibuat dari berbagai macam bahan, khususnya tepung yang ditambahkan pada bahan yang mengandung pati. Awal mula tortilla jagung adalah makanan khas dari Meksiko dan cara pengelolaannya seperti pengelolaan emping jagung. Perbedaannya adalah diperlukan pembuatan dan pemotongan pada adonan tortilla, sedangkan tidak diperlukan pembuatan adonan pada emping jagung. Tortilla jagung memiliki rasa yang netral dan memiliki sifat yang tipis dan mudah hancur. Hal ini disukai oleh seluruh lapisan masyarakat yang pernah mencobanya baik dari kalangan anak-anak maupun orang dewasa (Siregar *et al.*, 2023).

Produksi tortilla di Indonesia perlu untuk dikembangkan. Dimana Indonesia memiliki beragam kekayaan kuliner yang luar biasa termasuk tortilla itu sendiri. Meskipun tortilla tidak termasuk makanan pokok di indonesia, akan tetapi produksi ini memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dikarenakan produk tortilla memiliki harga yang terjangkau, tidak mengandung bahan pengawet kimia, produk yang tahan lama, serta konsumen dan pasar-pasar tradisonal yang memberikan respon yang baik. Selain itu, produksi tortilla ini juga penting untuk diteliti dengan berbagai pertimbangan. Produk ini dapat menjadi inovasi sebagai produk jajanan masa kini, peluang ekspor dan pariwisata, serta

dapat menjadi peluang bisnis (Alfian,2017).

Adapun produk tortilla yang dihasilkan oleh PT. Harapan Sukses sudah ada sejak awal berdirinya perusahaan, yang saat ini belum termasuk dalam bentuk industri. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memproduksi barang dalam jumlah besar, proses produksi tidak menggunakan alat atau mesin canggih dan teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, serta tidak memiliki sistem pengendalian mutu untuk menjamin kualitas produk yang dihasilkan. Produk tortilla yang dihasilkan oleh PT. Harapan Sukses sebanyak 30 bungkus dalam satu kali produksi dan jumlah keuntungan yang diperoleh sebanyak Rp. 200.000/produksi (Dapurang *et.al.*, 2022).

PT. Harapan Sukses merupakan perusahaan yang beroperasi dalam bidang pengolahan hasil pertanian dan pemasaran, yang didirikan pada tanggal 1 April 2011. Awal mula terbentuknya usaha tortilla ini melalui Program Bangun Mandar yang mendampingi beberapa orang dari kalangan ibu rumah tangga untuk mengikuti pelatihan LPTTG Malindo Palopo, yang kemudian membentuk sebuah kelompok usaha bersama dengan nama Harapan Sukses. Kemudian pada tanggal 22 Mei 2013 usaha ini berganti nama menjadi PUD Harapan sukses. Yang sekarang dikenal sebagai PT. Harapan Sukses.

Usaha produk tortilla di Kabupaten Pasangkayu khususnya di Desa Dapurang hanya dimiliki oleh PT. Harapan Sukses. Perusahaan ini sudah lama memproduksi dengan proses pengolahan yang masih dilakukan secara manual dan beberapa masalah yang dihadapi pada proses pemasaran. Dalam hal ini, kurangnya pemahaman terhadap pasar, kemasan produk yang kurang menarik, dan penggunaan teknologi yang tidak optimal. Selain itu, pemasaran keripik tortilla ini hanya mengandalkan pesanan dari berbagai pihak yang membutuhkan produk tersebut sebagai ole-ole atau tambahan snack pada acara tertentu. Sedangkan dalam sebuah usaha membutuhkan manajemen pemasaran yang baik untuk meningkatkan dan mengembangkan sebuah usaha yang sedang dijalankan dan memperluas jangkauan pemasaran serta dikenal dikalangan masyarakat secara luas.

Dengan demikian, melihat berbagai permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut, maka dalam sebuah usaha secara berkelanjutan dibutuhkan rencana atau strategi pemasaran yang sesuai, dan sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, solusi yang perlu diterapkan pada perusahaan itu sendiri yaitu sistem manajemen kerja. Dimana hal tersebut merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengorganisasikan, mengelola, dan mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh tim. Selain itu, perusahaan ini juga perlu menjalin hubungan kerja sama antara beberapa kios-kios secara berkesinambungan untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi mengenai proses pemasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini penting dilakukan untuk memahami elemen-elemen bauran pemasaran yang diterapkan untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan perusahaan dan untuk membantu mengurangi resiko dalam pemasaran produk tortilla. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Pemasaran Produk Tortilla Pada PT. Harapan Sukses di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses menggunakan SWOT?
2. Berdasarkan hasil analisis data, manakah yang menjadi strategi prioritas untuk produk tortilla pada PT. Harapan Sukses?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat diperoleh tujuan penelitian, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses menggunakan SWOT.
2. Untuk menganalisis manakah yang menjadi strategi prioritas untuk produk tortilla pada PT. Harapan Sukses.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian di atas maka dapat diterapkan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, penelitian ini berperan penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan, peningkatan kualitas pendidikan, dan inovasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat meningkatkan reputasi institusi pendidikan dan meningkatkan keterampilan analitis.
2. Bagi peneliti, dapat menjadi bahan literatur dalam melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses khususnya di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu.
3. Bagi pelaku usaha PT. Harapan Sukses, hasil penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan solusi serta menerapkan alternatif solusi untuk memecahkan permasalahan pada perusahaan mengenai strategi pemasaran produk tortilla.
4. Bagi pemerintah, dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan pada peningkatan usaha dan pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses di Desa Dapurang, Kecamatan Dapurang, Kabupaten Pasangkayu.

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor internal kekuatan meliputi lokasi yang strategis, mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen, pemesanan dapat dilakukan melalui online (media sosial), bahan baku murni, lokal, mutu kualitas terjamin, serta kualitas produk terjamin. Dan kelemahan meliputi harga produk yang kurang kompetitif, kegiatan promosi yang kurang maksimal, sedikitnya konsumen yang mengenal produk, jalur distribusi perusahaan masih kurang, desain dan kemasan produk tidak menarik dan tidak bervariasi.
2. Berdasarkan basil penelitian bahwa strategi pemasaran produk tortilla pada PT. Harapan Sukses berada pada posisi kuadran 1, yaitu menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat dan peluang eksternal yang baik. Situasi ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia secara efektif. Berdasarkan matriks SWOT, strategi kekuatan dan kelemahan (S.O) berfokus pada pemanfaatan kekuatan inti perusahaan, yaitu lokasi yang strategis, untuk memanfaatkan peluang inti perusahaan, yaitu pangsa pasar yang luas.

6.2. Saran

Berdasarkan basil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka adapun saran dari penulis, sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Untuk PT. Harapan Sukses disarankan agar lebih fokus pada proses produksi tortilla untuk keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, menciptakan kemasan yang lebih menarik, dan lebih efektif dalam mempromosikan produk dengan memanfaatkan teknologi yang semakin modern.

2. Bagi Peneliti

Untuk peneliti selanjutnya, agar lebih teliti lagi dalam mengumpulkan dan mengolah data penelitian, baik yang diperoleh dari perusahaan maupun data lain yang digunakan sebagai referensi dalam melengkapi data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, I. M. (2017). Strategi Pemasaran Produk Tortilla Jagung (Studi Kasus UMKM KWT Kemuning II Desa Marga Catur, Kalianda). Fakultas Pertanian.
- Antaka, T., & Iklima, S. (2021). Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning: Study On PT. Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic ...*, 1(3), 209–217. <https://core.ac.uk/download/pdf/287181168.pdf>
- Bidan FK UB. (2023). *Visi Misi dan Tujuan*. 1, 1. <http://bidan.fk.ub.ac.id/sarjanakebidanan/profil/visi-misi/>
- Bungin. (2023). Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 20.
- Budiyanto, Gunawan, 2014. (n.d.). *Manajemen Sumber Daya Lahan*.
- Dapurang, K., Pasangkayu, K., Pemerintah, S., & Dapurang, D. (2022). PT . Suryaraya Lestari 1 Kembali Berikan Bantuan UKM UPT PAL Dinas PU Makassar Berikan Wawasan Untuk Tim Studi FKM Unhas. 1–3. Diakses pada 10 Juni 2024 dari <https://www.harapanrakyat.info/pt-suryaraya-lestari-1-kembali-berikan-bantuan-ukm/>
- Dirgantara, Y. F. (2022). *Studi Karakteristik Sumber Daya Manusia Yang Memiliki Ska/Skt Pada Jasa Konstruksi Di Kota Jambi*. Universitas Batanghari.
- Disa, K., & Ramadani, F. (2024). *Oleh Karin Disa Fitri Ramadani NIM.2020B1C106*.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286.
- Esa. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Business Model Canvas Dan Analisis Swot Pada Bisnis Alas Kaki Cv Indra Jaya Ciomas Bogor.
- Fatimah, F. N. D. (2016). Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.
- Fitrianingsih, D. S. (2021). Strategi Pemasaran Produk Gorden Di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- Irmayani, I. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Mataram. Universitas_Muhammadiyah_Mataram.

- Iskandar, U. Z. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Masakan Padang Di Daerah Boyolali*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Jazuli, S. (2016). Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT El-Syifa Ciganjur. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Jo, A. K. (2019). Respon Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Jagung Manis (Zea Mays L) Dengan Berbagai Konsentrasi Efektif Microorganisme 4 (Em4). 4, 1–23.
- Laila, A. N. (2022). Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Nasabah Bank Muamalat Di Masa Sebelum Ada Pandemi Dan Pada Saat Pandemi (Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Muamalat Batu).
- Mappasawe, A. Y. (2021). Pertumbuhan Dan Produktivitas Tanaman Jagung (Zea Mays L.) Dengan Aplikasi Kompos Granular Dan Pupuk Organik Cair. 6.
- Musyafiroh, A. (2022). Analisis Strategi Marketing Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dengan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Tahu Kekinian Sekaran) Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Nugroho, W. A. (2023). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pujawan, M. (2024). Supply Chain Management Supply Chain Management. *2degrees Sustainability Essentials*, XI(2), 1–6. <https://www.investopedia.com/terms/s/scm.asp#:~:text=Supply chain management is important,build a strong consumer brand>
- Putri, D., Nurhapsa, N., & Sriwahyuningsih, A. E. (2021). Marketing Strategy of Oyster Mushroom (Pleurotus Ostreatus) in Maritengngae District, Sidenreng Rappang Regency (Case Study of Independent Mushroom Business). *LaGeografia*, 20(1), 32. <https://doi.org/10.35580/lageografia.v20i1.24058>
- Raudina, L. (n.d.). Strategi Pemasaran Pada Usaha Kuliner Mie Dower Kabupaten Probolinggo. Politeknik Negeri Jember.
- Salma, Y. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa Di Banda Aceh. UIN Ar-Raniry.
- Sari, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupu). UIN Ar-Raniry.
- Suhandi, S., Hanafiah, H., & Harsono, P. (2020). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Khas Kabupaten Pandeglang. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 143–152.

Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3).

Wiswasta, I., Agung, I., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis swot*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.