



**Peningkatan Produksi dan Pemasaran  
Usaha Ikan Asap Desa Tongo Kec. Bone Pantai  
Kab. Bone Bolango**

**Dimas Eko Saputra<sup>1</sup>, Idris Yanto Niode<sup>2</sup>, Andi Yusniar Mendo<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Gorontalo

Received: 15 Desember 2023  
Revised: 29 Desember 2023  
Accepted: 05 Januari 2024

**Abstract**

*The purpose of this research is to learn more about the development of the smoked fish industry in Tongo village, Bone coast subdistrict. Bolango of bone. This research takes a phenomenological, qualitative approach. This study's data was gathered using a combination of in-person interviews, written records, and informal observations. Reducing data, displaying data, and generating conclusions are the data analysis strategies used in this research. Qualitative descriptive research, in which a specific technique is recorded in order to characterise or describe the status of the item under investigation on the basis of known facts, is what this study is. In addition to the information gathered via interviews, observations, and written records. The findings indicated that Tongo Village produces high-quality smoked fish. This can be seen in several interviews with many consumers who said that the quality of smoked fish in Tongo Village was quite good. even though it has good smoked fish, it still has deficiencies in effectiveness and efficiency in the smoked production process and so does the marketing concept used in the process of selling smoked fish, Tongo village still does not use social media assistance as a marketing tool, where smoked fish sales are still Traditionally, it is marketed in markets and also at street stalls. Suggestions for future study might provide producers valuable insight into how to best use social media for smoked fish promotion.*

**Keywords:** *Production and Marketing Improvement, Smoked Fish MSME*

(\*) Corresponding Author: [saputradimas29122002@gmail.com](mailto:saputradimas29122002@gmail.com)

**How to Cite:** Saputra, D. E., Niode, I. Y., & Mendo, A. Y. (2024). Peningkatan Produksi dan Pemasaran Usaha Ikan Asap Desa Tongo Kec. Bone Pantai Kab. Bone Bolango. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10485163>.

**PENDAHULUAN**

Kemakmuran Indonesia secara totalitas terikat langsung dengan keberhasilan banyak usaha kecil serta menengahnya. Kenaikan terukur dalam perdagangan, lapangan kerja serta pemasukan merupakan akibat langsung dari peningkatan ini. undang- undang bisnis menengah," langsung dari usaha mikro, kecil, ataupun besar," kata interpretasinya. Pemerintah sangat fokus pada ekspansi UMKM selaku fasilitas buat menanggulangi badai ekonomi dikala ini. Buat mendesak lebih banyak orang terjun ke dunia usaha, pemerintah senantiasa bereksperimen dengan program- program baru lewat Departemen Negeri Koperasi serta Usaha Kecil serta Menengah. Pemerintah wajib bisa membagikan atensi yang lebih besar kepada para pelakon usaha sebab tingkatan energi saing yang besar. Suatu industri tentu hendak berhadapan dengan industri lain. Pengusaha wajib memikirkan watak industri serta area industri yang ekspansif, dan watak dinamis sebab kemajuan serta peningkatan zaman (Biodi & Sanawiri, 2017).

Tidak mudah bagi perusahaan mana pun untuk tetap menjadi yang teratas di bidangnya. Para pelaku bisnis memiliki tugas berat dalam mempertahankan daya saing di tengah pasar global yang terus berkembang. Menjamurnya usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan akibat langsung dari kemajuan teknologi. Tingkat persaingan yang tinggi memaksa pemilik bisnis menerapkan pemikiran strategis untuk memenuhi permintaan pelanggan. Bisnis juga membutuhkan semacam keunggulan dibandingkan pesaing mereka. Perusahaan di sektor komersial menghadapi persaingan yang tak terelakkan. Ada banyak persaingan di pasar itu, sehingga UMKM dan bisnis membutuhkan rencana untuk berhasil. Industri ikan asap adalah salah satu perusahaan tersebut. Bahkan M&S&E dari semua ukuran di industri ikan asap mungkin mendapat manfaat dari pendekatan strategis. Ikan asap adalah makanan olahan yang telah mendapatkan popularitas di kalangan pelanggan Indonesia dan internasional karena rasa dan aromanya yang unik. Pengasapan ikan dengan cara tradisional di Sanitasi yang buruk dan teknologi kuno dipersalahkan atas dampak buruk Indonesia terhadap kesehatan manusia dan lingkungan. Merokok secara tradisional menghasilkan tampilan yang kurang menarik (sebagian terbakar), kontrol suhu yang buruk, dan polutan. (Kadir, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pasar dan suplai ikan asap di Desa Tongo, Kec. Bone Pantai, Bone Bolango..

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Tongo, tempat penelitian ini akan dilakukan, akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Menurut Kementerian Dalam Negeri '75.03.04.2012, Desa Tongo terletak di Distrik Bun Bantai Distrik Bunn Bolango Tongo, dan kode area teleponnya adalah 0435. Kode posnya adalah 96573. Penduduk Desa Tongo, yang terkonsentrasi di sepanjang pantai, adalah peserta aktif dalam industri ikan asap. Desa Tongo terletak di Kecamatan Bone Bantai, Provinsi Bone Bolango, dan peneliti berharap dapat mengetahui seberapa luas industri ikan asap di sana melalui riset pasar..

### **Pendekatan dan Prosedur Penelitian**

Wawancara, kuesioner, dan catatan yang diambil dari buku harian peserta semuanya berkontribusi pada data deskriptif yang dikumpulkan untuk penelitian ini. Pengumpulan data melalui penelitian kualitatif teknis (kurang stilistik) lebih dapat dilakukan dengan interpretasi lapangan, sehingga metode ini disebut juga dengan strategi penelitian interpretatif (Sugiyono, 2010). Penelitian ini dilakukan untuk lebih memahami kondisi sektor pengolahan ikan asap yang beroperasi di Desa Tongo, Kecamatan Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Yang didukung oleh metode pengumpulan data antara lain melakukan wawancara mendalam, melihat orang-orang di lingkungan alaminya, dan menyimpan catatan terperinci.

### **Sumber Data**

Salah satu aspek terpenting dari penelitian adalah sumber datanya. Sumber data dapat disalahartikan atau disalahgunakan, yang menyebabkan hasil yang tidak akurat. Dalam penelitian, istilah "sumber" mengacu pada individu atau kelompok yang informasinya diambil (Suharsimi Arikunto). Menemukan

informan yang berpengetahuan dan kooperatif (*purposive*) sangat penting untuk mengumpulkan data yang akurat.

Data primer, semacam wawancara mendalam dengan orang dalam industri, otoritas lokal, serta konsumen, digunakan dalam penyelidikan ini. Data sekunder berasal dari usaha pengasapan santapan laut.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Sederhananya, pengumpulan data adalah tindakan mengumpulkan informasi untuk penggunaan analitis. Dengan pengecualian penelitian eksplorasi, data yang dikumpulkan sering digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dibentuk, membuat pengumpulan data menjadi tahapan penting dalam perolehan metode ilmiah. Informasi yang diperoleh harus cukup andal untuk diterangkan. Peneliti dapat mengumpulkan data dengan menggunakan berbagai pendekatan dan prosedur, dan mereka dapat membuat prosesnya lebih ramping dan efisien dengan menggunakan berbagai alat pengumpulan data (Brier & Lia Dwi Jayanti, 2020)

### **Analisis Data**

Subyek yang diselidiki dipahami dengan menggunakan pendekatan deskriptif, termasuk menghubungkan temuan penelitian dengan kerangka teori yang ditetapkan dalam tinjauan pustaka. Setelah itu, keputusan akhir tercapai. (Rijali, 2019)

Sebelum, selama, dan setelah kerja lapangan, data kualitatif dianalisis. Ketika masalah diidentifikasi dan diperdebatkan, analisis dapat dimulai, seperti yang dinyatakan oleh Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014: 99)(Nasution, 2014:89) dan terus berlanjut hingga penyusunan temuan penelitian (Miles dan Huberman, 2014:99). Ada beberapa pendekatan dalam analisis data, diantaranya:

#### 1) Reduksi Data

Karena ada begitu banyak informasi yang diperoleh dari lapangan, peneliti harus menyaring informasi sampai ke intinya dengan memilih dan menyoroti rincian yang paling relevan. Ini akan membantu dalam memberikan gambaran yang lebih jelas dan membuatnya lebih mudah untuk memperoleh data baru dan mengidentifikasi kesenjangan dalam pengetahuan.

#### 2) Display Data

Setelah data dirangkum, peneliti menampilkannya (penyajian data) dengan menggunakan metode seperti penjelasan singkat, bagan, dan korelasi antar kategori. Menyajikan fakta akan memudahkan pemahaman situasi dan perumusan tanggapan yang tepat.

#### 3) Penarikan Kesimpulan

Hasil akhir dari analisis data kualitatif selalu bersifat sementara dan terbuka untuk direvisi jika diperlukan informasi lebih lanjut untuk memperkuat asumsi. Namun, jika studi kembali ke ruangan untuk mengumpulkan data dan menemukan bahwa temuan asli didukung oleh bukti yang asli dan konsisten, maka kesimpulan yang dicapai dapat dipercaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Korporasi tidak dapat diucap sebagai usaha mikro, kecil, maupun menengah apabila yakni anak industri maupun cabang industri yang dimiliki maupun dikelola oleh, maupun bagian dari, usaha menengah maupun besar.

UMKM telah lama dikira sebagai tipe industri yang berbeda karena banyaknya peran yang mereka mainkan dalam perekonomian

Peraturan Menteri no. 5 Tahun 2020 yang mengakui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di industri pengolahan makanan, antara lain. Prospek perluasan usaha pengolah makanan mikro, kecil, dan menengah ini sangat menggembirakan. akan membantu mengurangi tingkat pengangguran. Selain sumber daya manusia, peluang dan optimisme tetap ada bagi UMKM. Pelaku UMKM yang siap mengupgrade dan mengembangkan barangnya dengan menggunakan teknologi masih memiliki peluang untuk memperluas ekspor. Kemampuan perusahaan untuk maju ke tingkat yang diprediksi akan dipengaruhi oleh kemajuan teknis, tetapi akan semakin sulit untuk mengetahui item mana yang telah ditingkatkan dengan teknologi.

Persaingan antar barang tidak dapat dihindarkan sebagai akibatnya, dan akan berdampak pada bottom line bisnis jika barang yang dipermasalahkan hanya bersaing dalam hal pemasaran. Meningkatkan kinerja UMKM dapat membantunya bersaing dengan beberapa pesaing. Ada dua aspek dari peningkatan kinerja yang harus diakui oleh komunitas korporat, yaitu *enterprising market and market orientation*.

Kedua perspektif ini sangat penting untuk membantu pelaku bisnis melihat dan memanfaatkan peluang dan menghadapi perubahan iklim bisnis yang tidak terduga. Abbas (2018) setuju dengan pandangan ini, dengan alasan bahwa meskipun manajer perusahaan tidak dapat mengubah kondisi eksternal seperti ekonomi atau keadaan pasar, dia dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan mempelajari dan beradaptasi dengan faktor-faktor tersebut.

Menurut *research*, telah disimpulkan bahwa bisnis atau perusahaan yang berorientasi pasar mengungguli bisnis besar yang tidak menerapkan orientasi pasar. Hal ini disebabkan fakta bahwa fokus pada pasar tidak hanya membuat perusahaan lebih kompetitif, tetapi juga mempengaruhi keuntungannya. Penelitian telah menunjukkan hal ini (Ahmatang & Sari, 2022). Bisnis dari semua ukuran (tetapi terutama yang memiliki kecenderungan kewirausahaan) yang bersedia mengambil risiko dan menggunakan imajinasi mereka untuk menemukan cara inovatif untuk berkembang sering menganggap risiko semacam itu bermanfaat. Keberhasilan usaha mikro, kecil, atau menengah dapat diukur terhadap tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. (Ie & Pratama (2019),

### **Produksi**

Produksi adalah kegiatan ekonomi yang berakhir dengan produk jadi setelah membutuhkan banyak sumber daya. Akibatnya, nilai produk dan jasa yang dihasilkan melalui kegiatan produksi dihasilkan dari kombinasi sejumlah input atau input yang disebut faktor produksi. (Damayanti, 2013). Agar operasi produksi berjalan normal, diperlukan input berupa faktor produksi, yaitu alat atau fasilitas. Oleh karena itu, produksi tidak dapat terjadi jika unsur-unsur produksinya tidak ada. Faktor produksi meliputi tanah, tenaga kerja, keterampilan, pengalaman, dan modal. Ketika kebanyakan orang berpikir tentang modal, mereka membayangkan mata uang keras.

Namun, modal juga dapat berbentuk peralatan seperti mesin yang digunakan dalam produksi atau struktur yang akan menjadi rumah bagi perusahaan itu sendiri. Sumber daya alam dan bahan mentah yang ditemukan di

tanah disebut "tanah", dan tenaga kerja manusia disebut "tenaga kerja" jika diperlukan untuk menggunakan tangan manusia untuk menjalankan mesin dan peralatan yang ada.

Untuk media produksi yang digunakan masih secara tradisional dan masih menggunakan bahan pengasapan dari kulit kelapa sebagai media untuk pengasapannya. Dengan adanya produksi secara tradisional ibu Cica dan ibu Kasman setiap harinya mampu memproduksi perharinya 50 kg dan mampu terjual hingga habis jika hari pasar dan untuk hari biasanya mampu menghabiskan hingga 20 kg ikan asap perharinya. Hasil wawancara ternyata ikan asap yang dijual oleh ibu cica dan ibu kasman tidak di jual perkilo namun dijual perbiji ikan yang setiap ikannya dihargai mulai 10 ribu sampai 30 ribu per ekornya,

### **Pemasaran Produk**

- a. Rasa yang sangat baik dipastikan. Pelanggan UMKM Ikan Asap memuji kualitas ikan asapnya. Kualitas ikan dan kehati-hatian yang digunakan saat mengasapi adalah dua jaminan pemilik akan produk yang memuaskan.
- b. Melestarikan standar tinggi ikan asap. Dalam mempromosikan produk ikan asapnya, UMKM selalu memastikan kualitasnya tetap tinggi dengan hanya menggunakan bahan baku ikan segar yang diperoleh dari TPI dan pasar ikan, serta mengolahnya secara ahli.
- c. Pemilik toko selalu memindahkan unit ikan asap. Pemilik UMKM ikan asap secara konsisten menebar dan menjual dua jenis ikan asap: cakalang dan ikan asap kuning. Pekan lalu, produk ikan asap UMKM, termasuk cakalang, terjual sebanyak 150 kg.
- d. Ada beberapa ukuran ikan. Kemampuan untuk menyesuaikan intensitas produk dengan menyesuaikan proporsi bagian penyusunnya merupakan nilai jual utama untuk ikan asap.
- e. Ikan Asap berwarna kuning, inilah yang membedakan salmon asap. Warna keemasan khas ikan asap mudah dikenali. Agar ikan asap Ibu Cica Muhamad mengembangkan kualitas uniknya, ikan harus diproses setelah dimasak secara merata, yang ditunjukkan dengan rona kuning produk.
- f. Kotak digunakan untuk kemasan. Pelanggan akan mendapat kesan bahwa salmon asapnya terjaga dengan baik dan segar jika dikemas dalam kotak. Selain itu, pemilik menggunakan sumpit untuk mencegah jari klien bersentuhan dengan ikan asap, sehingga menjaga kemandulannya.

### **Pemasaran Harga**

#### **A. Harga Ikan Asap Berdasarkan Berbagai Kombinasi.**

Salmon UMKM Asap Ikan cakalang asap dan ikan ekor kuning asap sama-sama tersedia di Bu Cica seharga Rp. 10.000, meskipun popularitas satu spesies di atas yang lain menentukan kisaran ukuran ikan yang dijual.

#### **B. Harga Ikan Asap Cukup Terjangkau**

Pemilik menjual ikan asap untuk mencari kesepakatan. Karena Ibu Cica, pemilik perusahaan penjual ikan asap, boleh mematok harga berapapun yang dia suka untuk produknya. Menetapkan tarif yang adil juga tidak merugikan pemilik bisnis, asalkan mereka memperhitungkan hal-hal seperti biaya produksi.

#### **C. Memberikan Potongan Harga**

Pemilik bisnis ikan asap sering menghadiahi pelanggan berulang dan pesanan besar dengan potongan harga.

### **Lokasi atau Tempat (*place*)**

#### **A. Lokasi Produksi Massal Ikan Asap**

Sebagai bagian dari strategi pemasaran lokasinya, UMKM Ikan Asap dengan hati-hati mempertimbangkan di mana ia dapat memproduksi ikan asapnya dengan sebaik-baiknya, dengan mempertimbangkan kedekatan bahan baku ikannya dan kepadatan pasar sasarannya. Selain itu, fasilitas manufaktur terletak dengan nyaman di sebelah jalan tol, menarik arus pelanggan yang mencari produk ikan asap.

#### **b. Keputusan Penempatan Penjualan Ikan Asap**

Pasar tradisional adalah tempat pemilik ikan asap memilih untuk menjualnya. Hal ini disebabkan pasar konvensional juga merupakan pasar yang paling padat penduduknya. Pemilik juga bekerja sama dengan pedagang keliling dan penjual makanan melalui kios yang didirikan di depan properti.

#### **c. Akses Transportasi Yang Mudah**

Posisi pemasaran utama berjarak 15 kilometer serta bisa ditempuh dalam waktu 20 menit lewat akses jalur nasional dengan mobil individu, tetapi tempat pembelian cuma berjarak 200 m serta bisa ditempuh dalam waktu 2 menit. Tempat pengolahan Ikan Asap UMKM terletak di pinggir jalur poros antar desa sehingga gampang dijangkau oleh masyarakat dekat.

### **KESIMPULAN**

Temuan penelitian menyarankan hal berikut.:

1. Salah satu aspek bersejarah dari proses pembuatannya adalah penggunaan batok kelapa sebagai pipa rokok.
2. Ikan Bakar Asap Dengan membeli bahan baku ikan fresh dari Tempat Pelelangan Ikan (TPI) serta Pasar Ikan, setelah itu mencerna ikan dengan kompetensinya, UMKM sanggup secara tidak berubah- ubah menawarkan produk ikan asap bermutu besar
3. Ketiga, item ikan asap mudah dikenali dari warna emas khasnya. Karena produk ikan asap Ibu Cica Muhamad mengandalkan ikan asap yang dimasak secara merata, warna kuningnya yang khas adalah hasil dari pengolahan ini.
4. Kurangi harga Anda menjadi empat. Dalam hal pemotongan harga, pemilik bisnis ikan asap proaktif dalam memberi penghargaan kepada pelanggan tetap dan mereka yang membeli dalam jumlah besar.
5. Penetapan harga yang wajar tidak merugikan pemilik karena didasarkan pada faktor obyektif seperti biaya produksi.
6. Iklan yang tidak online Ikan yang telah diasap Untuk membantu klien menemukan Ikan Asap, pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terlibat dalam pemasaran dan periklanan offline. Smoked Fish juga menjalin hubungan erat dengan pasar keliling dan pedagang kuliner. Pemilik juga terlibat dalam iklan dari mulut ke mulut, mengandalkan pelanggan yang puas untuk menyebarkan berita tentang kualitas salmon asap yang mereka beli..

### **REFERENSI**

Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds:*

- Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 95–111.  
<https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Ahmatang., & Sari, N. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing pada UMKM di Pulau Sebatik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(3).
- Agribisnis, J., & Makassar, U. M. (2012). *441-1212-2-Pb. 1*, 43–53.
- Ayu, D. F., & Diharmi, A., & Rossi, E. (2019). *Niaga Kabupaten Kampar*. 25(3), 160–164.
- Biodi, M., & Sanawiri, B. (2017). Analisis Lingkungan Industri Guna Menentukan *Business Strategy* dalam Rangka Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada PR. ALFI PUTRA). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 50(3), 172–181.
- Brier, J., & Lia, D J. (2020). *NoTitle*. 21(1), 1–9.
- Damayanti, M. L. (2013). Teori produksi. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 2(1), 1–15.  
<http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6985>
- Goleman, D., & Boyatzis, R., & Mckee, A., & Perdana. (2018). Landasan Teori Persaingan Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Ii, B. A. B., (2012). Kajian Pustaka Manajemen Strategi. *Molucca Medica*, 11(April), 13–45. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Ika, J. M., & Sri Astuti, H. (n.d.). *Peningkatan Produksi dan Manajemen Usaha Ikan Asap Melalui Alat Pengasapan Ikan “Efhilink” Improving Production and Management of Smoke Fish Through Smoked Fish Tools “Efhilink.”*
- Ilmu, J., & Volume, A. (2017). *View Metadata, Citation and Similar Papers at core.ac.uk*. April, 273–288. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.5936>
- Munif, K. (2017). Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dalam Menarik Minat Masyarakat di Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang. *Tesis*, 12–38.
- Niode, I. Y., & Mopangga, H. (2014). Penguatan Produksi dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS – NOMOS*, 7(September).
- Niode, I. Y., & Rahman, E. (2022). Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(3), 277–296. <https://doi.org/10.22146/jkn.77943>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Pemasaran, K. (n.d.). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. 1–41.
- Pitoy, C. R., Bin, A., & Jan, H. (2017). Perencanaan Kualitas pada Produksi Ikan Asap ( Studi Kasus di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten

- Minahasa Utara ) Planning Quality On The Production Of Smoked Fish ( Case Study In Minaesa Village , Wori Sub-District North Minahasa District ). 5(2), 829–835.
- Pemerintahan. (2012). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Экономика Региона*, 32.
- Pramudiati, N., & Putri, A. Z., & Basri, A. I. (2019). Penerapan SAK ETAP, Kinerja Usaha, dan Keberlanjutan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Akuntansi Dewantara*, 3(2), 149–155. <https://doi.org/10.26460/ad.v3i2.5190>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2013). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4, 12–26.
- Tarmizi, A. (2018). Strategi Pemasaran UMKM: Literature Review. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191–198.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.