



Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Jaringan Bisnis Nasi Gigit Candu

Resya Dwi Marselina¹, Nida Fadhillah Salsabila², Rindiawati Gustiara³,
Ira Nurhafifah⁴, Maulani Lestari⁵, Rima Dinwiati Hamidah⁶

¹⁻⁶Univesitas Teknologi Digital

Email : resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹, nida10220008@digitechuniversity.ac.id²,
rindiawati10220020@digitechuniversity.ac.id³, ira10220029@digitechuniversity.ac.id⁴,
maulani10220049@digitechuniversity.ac.id⁵, rima10220019@digitechuniversity.ac.id⁶

Alamat: Jl. Cibogo No. Indah 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40000

Abstract. *This research is motivated by business networks to expand professional networks, create opportunities and businesses or jobs. Achieving professional success relies heavily on having a network of quality contacts. Therefore, networking is key in work life. Breakfast in the morning has become a culture for Indonesian people. The breakfast culture has become an activity as evidenced by the diversity of sellers offering various types of food suitable for breakfast. Breakfast is an activity of eating and drinking between morning and 9 o'clock to meet nutritional needs. Based on the above, easy and practical rice innovation is needed. To respond to this, the author conducted marketing development strategy research on business networks carried out by the UMKM Nasi Gigit Candu. The aim of this research is to find out the marketing development strategy for the Nasi Gigit Candu business network. This research was conducted directly with the owner of Nasi Gigit Opium. This research looks for how the development of business network marketing is carried out by entrepreneurs of the Nasi Gigit Opium Business to decide on product marketing development starting from making breakfast products to products that are marketed into the hands of consumers. This research uses qualitative and quantitative methods, namely by direct interviews with Nasi Gigit Opdu MSME owners and financial management.*

Keywords: *Business, Business Network, Development, Marketing, Products.*

Abstrak. Penelitian Ini dilatarbelakangi dengan Jaringan bisnis untuk memperluas jaringan profesional, terciptalah peluang dan usaha atau pekerjaan. Mencapai kesuksesan profesional sangat bergantung pada memiliki jaringan kontak yang berkualitas. Oleh karena itu, jaringan adalah kunci dalam kehidupan kerja. Sarapan dipagi hari menjadi budaya bagi masyarakat Indonesia. Budaya sarapan itu menjadi aktivitas terbukti dari keberagaman penjual dalam berbagai macam makanan yang cocok untuk sarapan. Sarapan adalah kegiatan makan dan minum diantara pagi sampai jam 9 untuk memenuhi kebutuhan gizi. Berdasarkan hal diatas dibutuhkan Inovasi nasi yang mudah dan praktis. Untuk merespon hal itu maka penulis melakukan penelitian srategi pengembangan pemasaran pada jaringan bisnis yang dilakukan Oleh UMKM Nasi Gigit Candu. Tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pemasaran pada jaringan bisnis Nasi Gigit Candu. Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada pemilik Nasi Gigit Candu. Penelitian ini menn cari bagaimana pengembangan pemasaran jaringan bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha Usaha Nasi Gigit Candu untuk memutuskan atas pengembangan pemasaran produk dimulai dari membuat produk sarapan sampai ke produk yang dipasarkan sampai ke tangan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan wawancara secara langsung kepada Pemilik UMKM Nasi Gigit Candu dan Manajemen keuangan.

Kata kunci: *Bisnis, Jaringan bisnis, Pengembangan, Pemasaran, Produk.*

PENDAHULUAN

Suatu bisnis diperlukan sebuah jaringan untuk Bisnis tersebut bisa berjalan dengan profesional. Jaringan bisnsi bertujuan untuk memperluas jaringan profesional. Dari hal itu terciptalah peluang dan usaha atau pekerjaan. Mencapai kesuksesan profesional dangat bergantung pada jaringan kontak yang berkwalitas . oleh karena itu jaringan bisnis adalah kunci dalam kehidupan kerja. Perkembangan jaringan bisnis baik di dalam negeri maupun di luar

Received: November 28, 2023; Accepted: Desember 29, 2023; Published: Desember 30, 2023

*Nida Fadhillah Salsabila, nida10220008@digitechuniversity.ac.id

negeri terus dikembangkan untuk bersaing dipasar global. Upaya pengembangan yang harus dilakukan terutama bertujuan untuk meningkatkan cakupan ekonomi, efisiensi produksi, pengelolaan bisnis yang efisien dan memperluas pangsa pasar baik dalam maupun luar negeri. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain baik perusahaan lokal atau perusahaan luar negeri (Dipta, 2002). Untuk mengetahui Usaha nasi Gigit Bejalan secara baik atau tidak itu bergantung pada jaringan bisnis yang dibangun oleh usaha perusahaan tersebut sendiri. Nasi gigit candu merupakan Bisnis Nasi praktis kekinian yang lebih mudah, ekonomis dan praktis yang akan diteliti Bagaimana Pengembangan pemasaran yang digunakannya. Inovasi ini merupakan hidangan sederhana bernama Nasi gigit.

Di era zaman sekarang khususnya generasi muda, semua hal yang praktis termasuk pada makanan, khususnya makanan pada saat pagi yaitu sarapan. Generasi muda yang dimaksud adalah Generasi milenial. Istilah tersebut berasal dari millennials yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya Menurut Pakar Millennial *generation* atau generasi Y juga akrab disebut generation me atau echo boomers. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Namun, para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi Y terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya. Awal 2016 Ericsson mengeluarkan 10 Tren Consumer Lab untuk memprediksi beragam keinginan konsumen. Laporan Ericsson lahir berdasarkan wawancara kepada 4.000 responden yang tersebar di 24 negara dunia. Dari 10 tren tersebut beberapa di antaranya, adalah adanya perhatian khusus terhadap perilaku generasi millennial. Dalam laporan tersebut Ericsson mencatat, produk teknologi akan mengikuti gaya hidup masyarakat millennial. Sebab, pergeseran perilaku turut berubah beriringan dengan teknologi. "Produk teknologi baru akan muncul sebagai akomodasi perubahan teknologi," ujar Presiden Director Ericsson Indonesia Thomas Jul. Sepanjang tahun ini, beberapa prediksi yang disampaikan Ericsson berhasil terbukti. Salah satunya, perilaku Streaming Native yang kini kian populer.

KAJIAN TEORITIS

Jaringan (network) menurut Dubini dan Alderich dalam (Faidal, 2007) dapat berbentuk tunggal antara dua pihak atau lebih dari dua pihak. Dapat berbentuk formal atau informal pada area lokal atau interlokal maupun ikatan bisnis atau antara sektor yang berbeda. Jaringan digunakan untuk menunjukkan pola hubungan antar individu, antar kelompok, dan antar organisasi. Sedangkan Jaringan adalah kumpulan pribadi-pribadi unik dan masing-masing

memiliki kekurangan dan kelebihan. Pembentukan jaringan adalah seni pembuatan dan pemanfaatan hubungan. Tujuan dari pembentukan jaringan adalah menciptakan kumpulan orang dan informasi yang dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa secara langsung (Asriati, 2023). Perkembangan jaringan bisnis baik di dalam negeri maupun di luar negeri terus dikembangkan untuk bersaing dipasar global. Upaya pengembangan yang harus dilakukan terutama bertujuan untuk meningkatkan cakupan ekonomi, efisiensi produksi, pengelolaan bisnis yang efisien dan memperluas pangsa pasar baik dalam maupun luar negeri. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain baik perusahaan lokal atau perusahaan luar negeri (Dipta, 2002).

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dan Kuantitatif. Hal ini sejalan dengan Nasution (2003: 5) menjelaskan penelitian kualitatif yakni mengamati orang dalam lingkungan, melakukan interaksi dengan mereka, serta menafsirkan pendapat mereka mengenai dunia disekelilingnya. Sedangkan metode Kuantitatif menurut Arikunto (2006: 12) mengemukakan tentang penelitian kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaparan hasilnya.

Penelitian kualitatif yang dilakukan penulis menggunakan empat metode untuk mengumpulkan data yaitu metode wawancara, observasi, dokumen, dan diskusi kelompok terfokus. Wawancara merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk membuktikan informasi atau data yang diperoleh sebelumnya. Metode kedua adalah observasi. Artinya, kita mengamati benda, tempat, pelaku, aktivitas, peristiwa atau kejadian, dan waktu. Metode ke tiga yaitu memeriksa dokumen dari narasumber yang berhubungan dengan tema penelitian. Diskusi kelompok terfokus yaitu melakukan penelitian dengan kelompok tertentu seperti yang dilakukan penulis yaitu melakukan diskusi kelompok yang terfokus pada pelaku usaha Yoi Milk yang berada di kota Bandung. Penelitian Kuantitatif yang dilakukan adalah menghitung keuangan yang ada pada usaha Nasi Gigit candu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek penelitian

Nasi Gigit Candu merupakan makanan dalam kemasan dengan isian berbagai macam pilihan isian yang dinikmati masyarakat khususnya pelajar dan pegawai kantoran. Produk nasi gigit ini memiliki porsi nasi yang pas diperut, bentuk yang bulat dan menitik beratkan pada

kemudahan dalam memakannya. Untuk isian nasi gigit bermacam-macam seperti jamur, ayam, atau ikan suwir pedas dan lainnya nasi gigit ini dibuat berdasarkan oleh kesibukan konsumen yang padat. Oleh karena itu nasi gigit ini hadir dengan produk yang unik, harga yang murah, serta kemudahan dalam mengkonsumsinya.



Keterangan : Logo Produk Nasi Gigit Candu

Sumber : Nasi Gigit Candu

Gambar 1. Logo Produk Nasi Gigit Candu

Logo Nasi Gigit candu warna putih, hijau, ungu, orange, kuning, hitam. Melambangkan Arti warna dapat bervariasi tergantung pada budaya dan konteksnya. Kuning: Kehangatan, energi, kecerahan, harapan, dan pengecut, Oranye: Kreativitas, kegembiraan, dan kehangatan Hijau: Keseimbangan, kesegaran, dan pertumbuhan , Biru: Ketenangan, kepercayaan diri, dan kepercayaan , Ungu: Kekuasaan, kemewahan, dan spiritualitas, Putih: Kesucian, kebersihan, dan ketenangan. Ditengah logo terdapat gambar nasi bersama lauk pauk melambangkan nasi atau kesejahteraan. Nama candu diambil dari kata kecanduan atau dalam artian orang yang membeli sekali akan terus candu atau terus menerus dan menyukai nasi gigit ini. Betuk bulat ditengah juga menggambarkan kepraktisan atau flesibel mudah dibawa kemana mana. Moto Nasi Gigit Candu adalah Nasi murah dengan rasa Hotel bintang lima.

Jaringan Bisnis Pada Nasi Gigit Candu

Nasi Gigit Candu memperluas jaringannya yaitu dengan terus mengembangkan produknya, melakukan pemasaran/penjualan secara konsisten, melayani konsumen dengan baik, dan mencoba untuk bekerjasama.



Keterangan : Alur Jaringan bisnis Nasi Gigit candu

Sumber : Nasi Gigit Candu

Gambar 2 Alur Jaringan Bisnis Nasi Gigit Candu

Gambar diatas menerangkan bawa alur Jaringan bisnis Nasi Gigit Candu dapat melakukan pembentukan jaringan bisnisnya melalui tiga dasar sebagai berikut : (1) Jaringan produksi, dimana harus bekerjasama dengan banyak *supplier*. (2) Jaringan pemasaran dengan mengikuti kegiatan pameran atau bahkan lomba bisnis agar dapat memperluas jaringan bisnisnya produsen ., (3) Jaringan pelayanan yaitu kepada *costumer*.

Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Nasi Gigit Candu

Strategi Pemasaran

1. Segmentasi

Demografi, penjualan Nasi Gigit Candu ini ditunjukkan kepada masyarakat sekitar rumah dan kampus. Nasi gigit ini memiliki cita rasa yang sangat nikmat dan aman untuk dikonsumsi karena tidak memakai bahan pengawet. Dan bahan makanannya pun memakai bahan yang baru atau masih fresh (segar). Sehingga baik dan juga aman dikonsumsi .

2. Targeting

Nasi Gigit Candu ini, target pemasarannya untuk semua kalangan mulai dari anak-anak hingga yang sudah lansia (lanjut usia). Selain itu, khususnya untuk para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan, atau yang lainnya yang tidak sempat untuk membuat sarapan pagi ataupun yang ingin membekalkan anaknya makanan untuk dibawa ke sekolah.

3. Positioning

Dari penjelasan produk yang tersedia, Nasi Gigit Candu memberikan kepuasan kepada para pembelinya karena harganya yang relatif murah dan juga cita rasanya yang bisa membuat lidah para penikmatnya bergoyang. Nasi Gigit Candu.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang ampuh untuk membantu wirausahawan mengidentifikasi peluang kompetitif untuk peningkatan. Dengan cara ini wirausahawan dapat bekerja untuk meningkatkan tim dan bisnis tetap berada di depan tren pasar. Berikut merupakan analisis SWOT yang kami lakukan pada usaha kami :

Tabel 1. Analisis SWOT Nasi Gigit Candu

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)	Peluang (Opportunities)	Ancaman (threats)
Unik dan berbeda pada makanan cepat saji lainnya	Makanan yang belum terlalu populer sehingga masih harus membangun <i>brand awareness</i>	Tingginya minat konsumen terhadap makanan sehat sehingga nasi gigit bisa menjadi pilihan yang lebih sehat dari pada makanan cepat saji lainnya	Persaingan yang ketat dari merk makanan cepat saji di Indonesia.
Bisa menarik perhatian konsumen yang ingin mencoba sesuatu yang baru		Potensi untuk memperluas varian menu untuk menarik lebih banyak konsumen	Fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga jual
Mudah dimakan dan dibawa-bawa, cocok untuk orang-orang yang sibuk atau sedang dalam perjalanan		Menambahkan opsi vegetarian atau vegan di menu nasi gigit	Perubahan aturan dan regulasi pemerintah yang dapat mempengaruhi produksi dan penjualan nasi gigit

Sumber : Dokumen pribadi

Manajemen Keuangan

Modal adalah aset utama dalam usaha menjalankan bisnis modal usaha nasi gigit Rp. 492.000 sumber pendanaan dari dana pribadi. Aliran pendapatan yang diperoleh nasi gigit seluruhnya berasal dari penjualan nasi gigit.

Berikut adalah tabel rencana anggaran biaya pada produk pertama:

Tabel 2. Biaya Bahan Baku Nasi Gigit Candu

Biaya Bahan Baku			
Jenis Pengeluaran	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1. Perlengkapan yang diperlukan			
a. Tabung gas 5kg	1 Buah	Rp 20.000	Rp 20.000
b. Panci	1 buah	Rp 50.000	Rp 50.000
c. Wajan	1 buah	Rp 30.000	Rp 30.000
d. Pisau	1 buah	Rp 10.000	Rp 10.000
e. Talenan	1 buah	Rp 10.000	Rp 10.000
f. Spatula	1 buah	Rp 10.000	Rp 10.000
			Rp 130.000
2. Bahan Habis Pakai			
a. Beras	2kg	Rp 24.000	Rp 48.000
b. Ayam	1/2 Kg	Rp 18.000	Rp 18.000
c. Bahan jadi	1Kg	Rp 62.000	Rp 62.000
d. Plastik	20 Pcs	Rp 250	Rp 5.000
e. Mika	20 Pcs	Rp 750	Rp 15.000
f. Kertas Minyak	20 Pcs	Rp 500	Rp 10.000
g. Logo	20 Pcs	Rp 200	Rp 4.000
			Rp 162.000

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan Tabel 2 Biaya Bahan Baku Nasi Gigit Candu Diatas menjelaskan bahwa besarnya bahan baku dalam membuat 20 porsi nasi gigit candu. Diatas diterangkan bahwa ada perlengkapan yang diperlukan pertama Tabung gas 3kg dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 20.000, Nilai(harga) Rp. 20.000. Kedua panci dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 50.000, Nilai(harga) Rp. 50.000. Ketiga wajan dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 30.000, Nilai(harga) Rp. 30.000. Keempat pisau dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 10.000, Nilai(harga) Rp. 10.000. Kelima Talenan dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 10.000, Nilai(harga) Rp. 10.000. Keenam Spatula dengan volume 1 buah, harga satuan Rp. 10.000, Nilai(harga) Rp. 10.000. Dengan Total harga biaya yang diperlukan adalah Rp. 130.000.

Berdasarkan Tabel 2 Biaya Bahan Baku Nasi Gigit Candu Diatas menjelaskan bahwa besarnya bahan baku dalam membuat 20 porsi nasi gigit candu. Diatas diterangkan bahwa Biaya Bahan habis Pakai Pertama Beras dengan volume 2 kg , harga satuan Rp. 24.000, Nilai(harga) Rp. 48.000. Kedua Ayam dengan volume ½ kg, harga satuan Rp. 18.000, Nilai(harga) Rp. 18.000. Ketiga Bahan jadi (bumbu basah) dengan volume 1 kg, harga satuan Rp. 62.000, Nilai(harga) Rp. 62.000. Keempat Plastik dengan volume 20 pcs, harga satuan Rp. 250, Nilai(harga) Rp. 5.000. Kelima Mika dengan volume 20 pcs, harga satuan Rp. 750, Nilai(harga) Rp. 15.000. Keenam Kertas minyak dengan volume 20 pcs, harga satuan Rp. 500, Nilai(harga) Rp. 10.000. Ketujuh logo dengan volume 20 pcs, harga satuan Rp. 200, Nilai(harga) Rp. 4.000. Dengan Total harga biaya habis pakai adalah Rp. 162.000.

Berdasarkan Tabel 2 Biaya bahan Baku Nasi Gigit Candu Total Biaya Bahan Baku keseluruhan adalah Rp. 292.000 untuk membuat nasi gigit 20 porsi.

Tabel 3. Biaya Operasional Nasi Gigit Candu

Biaya Operasional			
Pekerja	1 pekerja	Rp	100.000
Biaya lain-lain		Rp	100.000
		Rp	200.000

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan table 3 Biaya Operasional Nasi Gigit Candu diatas diterangkan bahwa pekerja yang dibutuhkan adalah 1 perkerja dengan Gaji atau upah Rp. 100.000 per hari, biaya lain-lain atau biaya yang tidak terduga dengan persiapan dana Rp. 100.000. Dengan Total Biaya Operasional Yang diperlukan adalah Rp. 162.000. Total Biaya keseluruhan Operasional adalah Rp. 200.000.

Tabel 4. Modal yang diperlukan Nasi Gigit Candu

Modal yang di perlukan		
Biaya bahan baku	Rp	292.000
Biaya Operasional	Rp	200.000
Total	Rp	492.000

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan tabel 4 Modal yang dieperluan nasi gigit Candu diterangkan bahwa biaya bahan baku dengan harga Rp. 292.000, Biaya operasional Rp. 200.000 dengan total Modal yang diperlukan Rp. 492.000.

Tabel 5. Penentuan Harga Jual Nasi Gigit Candu

Penentuan harga jual		
Total biaya	Rp	492.000
hasil produksi		150
	Rp	3.280
Laba yang diinginkan	Rp	3.720
Harga Jual	Rp	7.000

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan tabel 5 Penentuan Harga Jual Nasi Gigit Candu diatas diterangkan bahwa total biaya Rp. 492.000 dari total biaya bahan baku ditambah Biaya operasional, Hasil produksi 150 pcs atau produk yang dihasilkan dengan menjual harga per pcs Rp. 3.280, laba yang diinginkan Rp. 3.720 dan mendapatkan harga jual dengan menambahkan harga per pcs dan Laba yang diinginkan mendapatkan harga jual Rp. 7.000 per pcs

Tabel 6. Target dan Margin Penjualan Nasi Gigit Candu

Taget dan Margin penjualan		
Hasil produksi	Rp	150
Harga jual	Rp	7.000
	Rp	1.050.000
Modal	Rp	492.000
Laba Bersih	Rp	558.000

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan Tabel 6 Target dan Margin Penjualan Nasi Gigit Candu diterangkan bahwa hasil produski yang dihasilkan adalah 150 pcs dengan harga jual Rp. 7.000, Dengan Dikalikan hasil produksi dengan harga jual mendapatkan Total penjualan Rp. 1.050.000. Mendapatkan modal awal yang bisa kita di tabel 3.4 Modal yang diperlukan nasi gigit Candu sebesar Rp. 492.00 . Mendapatkan Laba bersih dari pengurangan total penjualan Rp. 1.050.000 dan modal awal Rp. 492.000, maka laba bersih yang didapatkan sebesar Rp. 558.000.

Tabel 7. Persentasi Laba Nasi Gigit Candu

Persentasi Laba		
Laba bersih	Rp	558.000
Modal	Rp	492.000
		13,41%

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan Tabel 7 Presentasi Laba Nasi Gigit Candu diterangkan bahwa untuk mendapatkan presentasi laba dengan rumus Laba bersih Rp. 558.000 dibagi modal Rp. 492.000 dikali modal 100% mendapatkan total presentasi sebesar 13,41

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Jaringan Bisnis Nasi Gigit Candu, maka diperoleh kesimpulan bahwa pemasaran dalam suatu usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka mengenalkan produk, meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan bisnis. Dapat dikatakan kunci suatu produk dapat cepat laku dimasyarakat adalah terletak pada segi pemasarannya. Apabila dalam suatu bisnis strategi pemasarannya dilakukan dengan baik dan tepat, maka bisnis tersebut akan cepat sekali berkembang. Nasi Gigit Candu memperluas jaringan bisnisnya dengan terus mengembangkan produknya, melakukan pemasaran/penjualan secara konsisten, melayani konsumen dengan baik, dan mencoba untuk bekerjasama. Jaringan bisnis nasi gigit cegil dapat melakukan pembentukan jaringan bisnisnya melalui tiga dasar, yaitu jaringan produksi, pemasaran dan pelayanan.

Saran Penulis:

1. Bagi pengusaha Nasi Gigit Candu

Bagi pengusaha nasi gigit diharapkan pertama, untuk lebih meningkatkan strategi pemasarannya dengan menambah bidang pemasaran di media internet, baik itu melalui *website* ataupun jejaring sosial. Kedua, untuk lebih meningkatkan produksinya dengan memasarkannya tidak hanya di kota terdekat, melainkan mencoba memasarkan produknya di kota-kota lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan peneliti tentang strategi pemasaran dan diversifikasi produk ini merupakan sebagian kecil penelitian tentang produksi. Dengan melihat hasil penelitian ini, maka akan lebih baik apabila dilakukan penelitian mengenai pengembangan strategi pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

“Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang bersangkutan yang telah dengan sukarela meluangkan waktu dan semua kerja sama untuk menjadi bagian dari penelitian ini. Tanpa partisipasi Anda, penelitian ini tidak akan berhasil.”

DAFTAR REFERENSI

- Anggi. (2023, Oktober 26). Manajemen Keuangan: Pengertian, Tujuan, Fungsi, Prinsip, Ruang Lingkup dan Tips Pengelolannya. Retrieved from Accurate.id: <https://accurate.id/marketing-manajemen/manajemen-keuangan/>
- Artaya, I. P. (2019, Februari). Membangun Jaringan Penjualan menggunakan Jejaring Sosial Bagi Pelaku Usaha Kecil. Retrieved from Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/331100082_Membangun_Jaringan_Penjualan_menggunakan_Jejaring_Sosial_Bagi_Pelaku_Usaha_Kecil
- Asriati, N. A. (2023, Oktober 31). Makalah Jaringan Bisnis. Retrieved from Scrib: <https://www.scribd.com/document/466192510/makalah-jaringan-bisnis-docx>
- Asriati, N. A. (2023). Makalah Jaringan Bisnis. Retrieved from Scrib: <https://www.scribd.com/document/466192510/makalah-jaringan-bisnis-docx>
- Assauri, S. (2008). Manajemen Produksi. Jakarta: FE-UI.
- Astamoen, M. (2005). Entrepreneurship dalam Perspektif Kondisi Bangsa. Bandung: Alfabeta.
- Atom. (2023, Oktober 31). Mengembangkan Jaringan Bisnis. Retrieved from Jaringan Usahawan Sejahtera: <http://jus-pds.blogspot.com/>
- Awal, L. (2023). Menilik Manfaat dari Membangun Jaringan Bisnis dalam Dunia Usaha. Retrieved from Langkah Awal: <https://www.langkahawal.com/manfaat-membangun-jaringan-bisnis>
- Diani, E. (2020). Tinjauan Pustaka. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/2656/3/BAB%20II.pdf>
- Dipta, I. W. (2002). Membangun Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Menengah. Retrieved from <http://www.smecda.com>
- Faidal. (2007). Kontribusi Jaringan Bisnis (Network) terhadap Kinerja Industri Kecil Batik di Kabupaten Bangkalan Madura. *Jurnal Studi Manajemen* Vol. 1 No.2.
- Fajarwati, Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2016). Kewirausahaan Untuk Program Strata. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Fauziah, R. N. (2022, May 18). Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan. Retrieved from Gramedia: <https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/>
- Khairally, E. T. (2023, Agustus 8). Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenis Strategi. Retrieved from [detikfinance](http://detikfinance.com).

- Kotler, P., & Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Maghsari, S. (2012, Desember 3). Seni Membangun Jaringan. Retrieved from Bioenergi Center: <https://bioenergicenter.com/semi-membangun-jaringan/>
- Napitupulu, D. (2013). Teori Produksi. Retrieved from E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta: <http://e-journal.uajy.ac.id/3956/3/2EP18014.pdf>
- Pasla, B. N. (2023, April 22). Marketing Mix 7P: Konsep Berikut Contoh Penerapannya. Retrieved from pasla.jambiprov.go.id: <https://pasla.jambiprov.go.id/marketing-mix-7p-konsep-berikut-contoh-penerapannya/#:~:text=Konsep%20Marketing%20Mix%207P%20terdiri,di%20luar%20produk%20itu%20sendiri>
- Priharto, S. (2022, Maret 24). Proses Produksi: Pengertian, Elemen, Jenis, dan Tahapannya. Retrieved from Kledo: <https://kledo.com/blog/pengertian-lengkap-proses-produksi/>
- Putri. (2021). Pengertian Pemasaran. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/6642/4/BAB%202.pdf>
- Ramadina, S. T. (n.d.). Jaringan Binsis. Retrieved from SCRIBD: <https://www.scribd.com/document/492409792/Jaringan-Bisnis>
- Repository, S. (2020). BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Retrieved from Repository STEI: <http://repository.stei.ac.id/2656/3/BAB%20II.pdf>
- Rizaty, M. A. (24, maret 2023). Pertumbuhan PDB Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Secara Tahunan. Retrieved from Databoks.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/06/sektor-akomodasi-dan-makan-minum-tumbuh-2158-pada-kuartal-ii-2021>
- Rusdiana. (2014). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia. Retrieved from Scrib.
- Rusdiana. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Siswanto, E. (2016). Definisi Produksi. Retrieved from UMG Respository: <http://eprints.umg.ac.id/1875/3/BAB%20II.pdf>
- Sugiarto. (2002). Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sulun. (2018). Proses Produksi. Retrieved from UNTAG Surabaya Repository: <http://repository.untag-sby.ac.id/728/3/BAB%202.pdf>
- Sundjaja, R. S., & Barlian, I. (2003). Manajemen Keuangan 2 Edisi 4. Jakarta: Litera.
- Wikipedia. (2023, Mei 28). Keuangan. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Keuangan>
- Yamit, Z. (2013). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.