

ANALISIS PEMASARAN BUAH JERUK SIAM MADU DI DESA MEKAR SARI KECAMATAN RETEH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

¹Kasmawati, ²Novi Indriyani, ³Rasidah, ⁴Rena Amelia, ⁵Sri Widya Aulia, ⁶Najamuddin
^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Indragiri

Email: kaasmaa00@gmail.com, noviindriyani135@gmail.com, rasidah900@gmail.com,
rinarena28@gmail.com, sriwidyasamsung@gmail.com,

ABSTRAK

Jeruk Siam Madu merupakan komoditas unggulan di Desa Mekar Sari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir, dengan potensi ekonomi yang tinggi. Buah ini diminati karena rasa manis dan kandungan gizi yang baik, namun menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran, seperti keterbatasan akses pasar dan kurangnya teknologi pemasaran modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Jeruk Siam Madu dengan menggunakan metode SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran buah ini. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa kualitas buah yang unggul dan tingginya permintaan pasar merupakan kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Namun, keterbatasan akses teknologi pemasaran dan infrastruktur transportasi menjadi kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi. Hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan daya saing Jeruk Siam Madu di pasar lokal dan regional, serta membantu para petani meningkatkan kesejahteraan melalui penetrasi pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Jeruk Siam Madu, strategi pemasaran, SWOT, Desa Mekar Sari, pemasaran agribisnis.

1 PENDAHULUAN

Jeruk Siam Madu merupakan salah satu komoditas unggulan yang memiliki potensi ekonomi tinggi di Desa Mekar Sari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir. Keunggulan buah ini, baik dari segi rasa yang manis maupun kandungan gizinya, menjadikannya diminati oleh konsumen lokal dan regional. Jeruk siam madu adalah salah satu tanaman buah yang menjadi pusat pengembangan produk pertanian. Dikenal karena rasanya yang manis, jeruk ini hanya memiliki jenis yang sedikit asam, yang membuatnya lebih segar saat dimakan atau dijadikan jus[1]. Di Desa Mekar Sari, Kabupaten Indragiri Hilir, tanaman jeruk siam madu menunjukkan potensi yang sangat menjanjikan. Peningkatan permintaan pelanggan untuk produk tersebut menunjukkan potensi pasar jeruk siam madu ini.

Desa Mekar Sari berada di kecamatan Reteh, kabupaten Indragiri Hilir, dan lingkungannya sangat cocok untuk menanam jeruk siam madu. Kulit jeruk siam madu tipis sekitar 2 mm, permukaannya halus dan licin, dan kulitnya lebih melekat pada dagingnya. Ini adalah ciri khas yang membedakannya dari jeruk keprok lainnya. Buah lunak dengan rasa manis dan harum, dengan dasar berleher pendek dan puncak berlekuk. Tangkai buahnya pendek, dengan panjang sekitar 3 cm dan diameter 2,6 mm. Di Desa Mekar Sari, jeruk siam madu dijual di pasar lokal dan daerah setempat, buahnya yang cukup besar, dengan bobot perbuah sekitar 75.6 gram. Sebagai hasil dari survei yang dilakukan, lapangan pemasaran jeruk siam madu di Kecamatan Reteh terdiri dari pemasaran yang dilakukan langsung oleh petani ke konsumen. Kondisi geografis Desa Mekar Sari yang terletak di kawasan pedesaan memberikan tantangan tersendiri dalam hal aksesibilitas dan distribusi produk. Sementara itu, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menuju belanja online menuntut adanya adaptasi dalam strategi pemasaran yang diterapkan. Selain itu, persaingan dengan produk buah jeruk dari daerah lain juga semakin memperketat pasar, sehingga diperlukan upaya strategis yang lebih inovatif dan efektif untuk memenangkan hati konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir. Adapun permasalahan pada penelitian ini yaitu tingkat pemasaran yang masih dalam ruang lingkup kecil, Keterbatasan Akses ke Pasar, Kurangnya Promosi dan Branding. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh para petani dan pelaku usaha di daerah tersebut. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang relevan dan aplikatif dalam upaya meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar Jeruk Siam Madu di tingkat yang lebih luas. Melalui analisis yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memberikan wawasan baru bagi para pemangku kepentingan, baik di tingkat lokal maupun regional, dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan memperluas pasar Jeruk Siam Madu.

2 TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk menyusun kerangka teoretis yang mendukung analisis pemasaran Jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir. Dalam bagian ini, berbagai literatur dan penelitian terdahulu akan dikaji untuk memahami konsep-konsep dasar pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan agribisnis dan produk hortikultura. Pembahasan akan mencakup strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk pertanian, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran buah jeruk, serta dinamika pasar yang mempengaruhi komoditas ini di tingkat lokal maupun regional.

Selain itu, tinjauan ini akan mengeksplorasi berbagai studi kasus yang telah dilakukan di berbagai daerah, yang relevan dengan pemasaran buah jeruk, untuk memahami tantangan dan peluang yang ada. Dengan mengkaji berbagai pendekatan yang telah diterapkan dalam pemasaran buah jeruk di tempat lain, tinjauan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang dapat diadaptasi dan diimplementasikan di Desa Mekar Sari. Hasil dari tinjauan pustaka ini akan menjadi landasan teoritis yang kuat dalam menganalisis potensi dan prospek pemasaran Jeruk Siam Madu di kawasan tersebut.

3 METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi langsung dan wawancara mendalam kepada para petani di Kebun Jeruk Desa Mekarsari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir. Data yang dikumpulkan meliputi praktik-praktik budidaya jeruk, teknik pemasaran, serta tantangan dan peluang yang dihadapi petani dalam mengelola kebun jeruk. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi lingkungan kebun, sementara wawancara bertujuan menggali informasi dari pengalaman dan perspektif petani secara lebih mendalam.

Metode observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena yang relevan dengan fokus penelitian[4]. Dalam proses ini, peneliti menggunakan panca indera seperti penglihatan, penciuman, peraba, pengecapan, dan pendengaran untuk mengumpulkan informasi. Observasi dapat dilakukan baik dalam kondisi nyata maupun dalam situasi yang sengaja diciptakan. Peneliti secara sistematis mencatat berbagai gejala yang muncul, termasuk lokasi, individu yang terlibat, aktivitas, objek, tindakan, kejadian, waktu, dan perasaan. Tujuan dari observasi adalah untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai perilaku atau kejadian yang terkait dengan aktivitas objek penelitian[5].

Penelitian ini menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk menganalisis pemasaran buah jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari. Metode ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran. SWOT adalah akronim dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman)[6]. Metode ini membantu dalam

mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kunci yang dapat berdampak positif atau negatif terhadap pemasaran produk atau layanan.

Metode SWOT memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk menganalisis situasi pemasaran secara komprehensif. Dengan menggunakan SWOT, peneliti dapat memahami di mana posisi pemasaran buah jeruk Siam Madu saat ini, apa saja faktor yang mendukung atau menghambat, serta bagaimana memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Metode SWOT ini membantu peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang situasi pemasaran saat ini dan merumuskan strategi yang sesuai untuk mengoptimalkan pemasaran buah jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari.



Gambar 1 (metode SWOT)

Tahapan-tahapan metode SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Analisis Faktor Internal
Kekuatan (Strengths): Mengidentifikasi elemen-elemen yang memberikan keuntungan kompetitif dalam pemasaran jeruk Siam Madu. Contohnya, kualitas buah yang unggul, loyalitas pelanggan, atau keberadaan infrastruktur yang mendukung distribusi.
Kelemahan (Weaknesses): Menganalisis aspek-aspek yang menjadi penghambat dalam pemasaran. Misalnya, kurangnya akses terhadap teknologi pemasaran modern, atau keterbatasan modal untuk ekspansi pasar.
2. Analisis Faktor Eksternal
Peluang (Opportunities): Mengidentifikasi peluang dari lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran. Ini bisa mencakup tren konsumsi sehat yang meningkat, atau peluang ekspor ke pasar internasional.
Ancaman (Threats) Menilai ancaman dari lingkungan eksternal yang dapat menghambat pemasaran. Contohnya adalah persaingan dari produk impor, perubahan kebijakan pemerintah, atau fluktuasi harga pasar.
3. Formulasi Strategi
Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran disusun dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, mengatasi kelemahan, dan menghindari ancaman[7] Misalnya, jika ditemukan bahwa kualitas jeruk Siam Madu adalah kekuatan utama, strategi bisa difokuskan pada branding dan peningkatan distribusi ke pasar yang lebih luas.
4. Evaluasi dan Implementasi
Hasil analisis SWOT digunakan untuk merancang rencana pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Strategi yang telah diformulasikan kemudian dievaluasi untuk memastikan relevansi dan keberhasilannya dalam konteks pasar jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan Metodologi SWOT Untuk menganalisis Pemasaran Buah Jeruk Siam Madu Di Desa Mekar Sari Kecamatan ReteH Kabupaten Indragiri Hilir. Bab ini akan membahas hasil dari setiap langkah dalam metodologi tersebut dan bagaimana setiap elemen permasalahan.

Pada tahapan ini terdapat 2 aspek, yakni kekuatan(Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses). Buah jeruk siam madu di desa Mekar Sari memiliki keunggulan rasa yang khas dan manis, serta kualitas ukuran buah yang besar sebagai pemikat dan kepuasan pembeli dalam memilih buah jeruk tersebut, akan tetapi kurangnya akses terhadap teknologi pemasaran modern dan keterbatasan akses jalan yang kurang mendukung membuat terbatasnya penjualan buah jeruk madu khas desa mekar sari.

Tabel 1. Analisis Lingkungan Internal Buah Jeruk

Faktor Internal	rating
Kekuatan	
• Kualitas Buah yang Unggul.	4
• Rasa manis	5
• Ukuran buah	4
• Perawatan yang baik	3
• Biaya transportasi	2
• Harga	3
• Lahan Pertanian yang Subur	4
Kelemahan	
• Kurangnya Teknologi Modern	3
• Akses transportasi	2
• Luas lahan	2
• Rentan Terhadap Cuaca Hujan	3
Faktor Eksternal	
rating	
Peluang	
• Permintaan pasar tinggi	3
• Pengembangan Wisata Agro	3
• Peluang Pengembangan Produk	2
Turunan	
Ancaman	
• Perubahan tren konsumen yang cepat, seperti preferensi terhadap buah- buahan impor	4
• Ketergantungan pada musim wisatawan yang tidak stabil dan biaya pengembangan wisata yang tinggi	5

Kondisi geografis Desa Mekar Sari yang terletak di Kecamatan ReteH dengan kecamatan lainnya, tentunya mempengaruhi kondisi pemasaran jeruk yang dihasilkan di desa ini. Selain risiko pemasaran pada buah jeruk Siam madu, baik petani maupun pedagang akan menghadapi biaya transportasi yang lebih tinggi dibandingkan produk-produk lain yang diproduksi lebih dekat ke kota. Berdasarkan hasil penelitian, bentuk saluran pemasaran jeruk Siam di Desa Mekar Sari tidak terlalu bervariasi jika dibandingkan dengan saluran pemasaran jeruk di daerah lain. ditemukan lima bentuk saluran pemasaran yang sangat bervariasi, sementara di Desa Mekar Sari hanya terdapat dua bentuk saluran pemasaran, yaitu:

Saluran pemasaran ini merupakan saluran terpendek dalam pemasaran jeruk siam di Desa Mekar Sari Kecamatan Rete. Karena petani langsung menjual jeruk yang mereka produksi langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara langsung ke kebun. Alasan petani tersebut memilih saluran ini yang utama adalah agar memperoleh pendapatan yang lebih memadai jika mereka menjual langsung kepada konsumen dibandingkan mereka menjual kepada pedagang pengumpul. Berdasarkan informasi dari petani sampel yang memilih saluran ini jika mereka menjual jeruk langsung ke konsumen mereka mampu menjual dari harga Rp 15.000 – Rp 17.000 per kg jeruk dengan harga jual rata-rata per sampelnya Rp 15.304/kg. Sedangkan jika mereka menjual ke pedagang pengumpul atau pengecer, jeruk mereka hanya akan terjual dengan harga Rp 11.000 – Rp 13.000 per kg.

Petani di saluran ini menjual jeruknya langsung ke konsumen dengan berbagai cara, termasuk di pasar lokal Kecamatan Rete dan sekitarnya. Menjual jeruk langsung ke konsumen berarti petani harus mengambil risiko lebih besar dibandingkan jika menjual ke pengepul. Selain risiko kerusakan selama pengangkutan dan risiko biaya pengangkutan, petani juga harus menanggung risiko kerugian jika jeruk tidak dijual karena buah jeruk tidak dapat disimpan. Pada umumnya jeruk hanya dapat disimpan selama tiga minggu, setelah itu kualitas buah jeruk akan menurun. Hal inilah yang memberikan dampak nyata bagi petani ketika menentukan pilihan saluran pemasaran. Umumnya hanya petani yang menghasilkan antara 100 hingga 150 kg jeruk per minggu yang memilih saluran pemasaran ini. Produksi di atas biasanya membuat petani tidak mau mengambil risiko dengan menjual buah jeruk langsung ke konsumen, melainkan menjual ke pengepul agar tidak mengambil risiko buah jeruk tidak laku.



Gambar 2 (jeruk siam madu Desa Mekar Sari)

Petani yang tidak menjual langsung buah jeruk ke konsumen tentunya harus menggunakan perantara agar buah jeruk sampai pada konsumen. Pada saluran ini, perantara yang digunakan adalah pedagang pengecer. Pedagang pengecer adalah yang menjual jeruk kepada konsumen. Proses penjualan dilakukan dengan dua cara, cara pertama pengecer datang langsung ke tempat petani, dalam hal ini berarti biaya pengangkutan ditanggung oleh pengecer. Cara kedua petani yang mengantarkan ke tempat pengecer, dalam hal ini berarti petani yang menanggung biaya pengangkutan. Dalam saluran ini biasanya petani dan pengecer sudah berlangganan atau memiliki kerjasama yang tidak terikat namun sudah berlangsung lama.

Setiap petani biasanya mendistribusikan hasil produksi jeruknya kepada 2 sampai 3 orang pengecer dimana satu orang pengecer membeli 100-200 kg jeruk setiap pembeliannya. Setiap pengecer rata-rata membeli jeruk pada petani 2 kali setiap minggu. Harga jual petani kepada pengecer tentunya lebih rendah jika petani menjual langsung kepada konsumen. Dalam saluran ini petani mampu menjual jeruk pada pengecer dengan harga Rp 10.000/kg- Rp 15.000/kg. Pada saluran ini pengecer lebih banyak menanggung resiko dibandingkan petani, seperti resiko tidak terjualnya jeruk dalam waktu yang singkat sehingga kualitas jeruk menurun dan hargapun tentunya juga akan menjadi lebih murah.

Kemampuan pengecer dalam menjual jeruk juga lebih tinggi dibandingkan petani. Selain mampu menjual jeruk dalam jumlah yang lebih banyak, pengecer juga mampu menjual jeruk pada konsumen dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga jual petani yang langsung menjual jeruk pada konsumen. Pengecer mampu menjual jeruk kepada konsumen dengan harga Rp 20.000/kg – Rp 25.000/kg. Namun demikian resiko yang dihadapi oleh pengecer tentu lebih besar dibandingkan resiko yang ditanggung oleh petani. Resiko yang paling besar dihadapi oleh pengecer adalah resiko jeruk tidak segera terjual setelah diambil dari petani sehingga kualitas jeruk mulai menurun bahkan busuk. Untuk mengurangi resiko tersebut pengecer mensiasatinya dengan cara membeli jeruk pada petani sesuai dengan jumlah permintaan konsumen atau langganannya tanpa menyediakan persediaan dalam jumlah besar.



Gambar 3 (minuman jeruk peras desa Mekar Sari)

Rancangan pemasaran yang dilakukan pada buah jeruk madu siam desa Mekar Sari, Kecamatan Reteh, Kabupaten Indragiri Hilir ialah dengan ikrur serta dalam kegiatan pameran agar lebih di kenal, dan melakukan promosi pada sosial media yang tersedia.

Berikut adalah tindak implementasi yang dilakukan sesuai dengan metode SWOT yang digunakan:

- a) Strategi untuk Memaksimalkan Kekuatan: Berdasarkan kekuatan yang telah diidentifikasi, strategi dapat mencakup peningkatan kampanye pemasaran yang menonjolkan keunggulan buah jeruk Siam Madu, seperti kualitas rasa dan ukuran buah. Penggunaan media sosial dan platform e-commerce bisa menjadi cara untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
- b) Strategi untuk Mengatasi Kelemahan: Mengatasi kelemahan seperti kurangnya teknologi pemasaran modern dapat dilakukan dengan pelatihan bagi petani tentang penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Selain itu, upaya untuk memperbaiki infrastruktur jalan atau mencari solusi alternatif untuk transportasi dapat mengurangi biaya dan meningkatkan aksesibilitas.
- c) Strategi untuk Memanfaatkan Peluang: Untuk memanfaatkan tingginya permintaan pasar, Desa Mekar Sari dapat mengembangkan produk turunan dari buah jeruk, seperti jus atau selai, yang dapat dipasarkan sebagai produk premium. Pengembangan wisata agro juga dapat dijadikan strategi untuk menarik lebih banyak pengunjung dan memperkenalkan produk jeruk Siam Madu secara langsung.
- d) Strategi untuk Menghadapi Ancaman: Untuk mengantisipasi perubahan tren konsumen, penting untuk tetap fleksibel dan inovatif dalam penawaran produk, seperti mengikuti tren kesehatan dengan mempromosikan buah

jeruk sebagai produk sehat. Diversifikasi pasar, misalnya dengan menjangkau konsumen di luar daerah atau bahkan ekspor, bisa menjadi strategi untuk mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang mungkin tidak stabil.

5 KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan Metodologi SWOT untuk menganalisis pemasaran buah jeruk Siam Madu di Desa Mekar Sari, Kecamatan ReteH, Kabupaten Indragiri Hilir. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

a) Faktor Internal

Buah jeruk Siam Madu memiliki kekuatan dalam kualitas rasa, ukuran buah yang besar, dan perawatan yang baik. Namun, terdapat kelemahan signifikan seperti kurangnya teknologi pemasaran modern dan akses transportasi yang terbatas, yang mempengaruhi potensi penjualan.

b) Faktor Eksternal

Peluang untuk meningkatkan pemasaran termasuk permintaan pasar yang tinggi, pengembangan wisata agro, dan peluang produk turunan. Sebaliknya, ancaman yang dihadapi mencakup perubahan tren konsumen yang cepat dan ketergantungan pada musim wisatawan yang tidak stabil.

c) Saluran Pemasaran

Terdapat dua saluran pemasaran utama di Desa Mekar Sari. Saluran pertama adalah petani jeruk langsung ke konsumen, yang menawarkan harga jual lebih tinggi tetapi memerlukan risiko lebih besar dalam hal pengangkutan dan penyimpanan. Saluran kedua melibatkan petani menjual kepada pedagang pengecer, yang mengurangi risiko petani namun memberikan harga jual lebih rendah dan menempatkan risiko lebih besar pada pengecer.

Secara keseluruhan, meskipun ada potensi besar untuk pengembangan pasar buah jeruk Siam Madu, tantangan yang dihadapi dalam hal teknologi dan akses transportasi memerlukan perhatian untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pemasaran. Perbaikan dalam saluran distribusi dan penerapan teknologi pemasaran modern dapat membantu mengoptimalkan potensi produk dan meningkatkan daya saing di pasar.

REFERENSI

- [1] Wahyu Ziaulhaq, "Model Manajemen Pemasaran Buah Jeruk Di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat," *Formosa J. Sci. Technol.*, vol. 1, no. 2, pp. 57–68, 2022, doi: 10.55927/fjst.v1i2.637.
- [2] S. Djaelani, Y. Asyari, Y. Yuliani, and H. Suryadi, "Strategi Pemasaran Buah Jeruk Petani Melalui Bumdes Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana," *Humanism J. Pengabdian Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 81–92, 2020, doi: 10.30651/hm.v1i2.5396.
- [3] C. S. Priyambodo, H. Sastryawanto, and D. T. Hermawati, "Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya," *J. Ilm. Sosio Agribis*, vol. 19, no. 1, pp. 85–103, 2019.
- [4] B. Y. Indriani, Jabal Tarik, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Keripik," vol. 19, no. 2021, p. 89, 2013, [Online]. Available: <http://www.nber.org/papers/w16019>
- [5] I. N. Rachmawati, "Data Collection in Qualitative Research: Interviews," *Indones. J. Nurs.*, vol. 11, no. 1, pp. 35–40, 2007.
- [6] M. Mashuri and D. Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing," *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 1, no. 1, pp. 97–112, 2020, doi: 10.46367/jps.v1i1.205.
- [7] N. R. Sukatmadiredja and W. M. Rosita, "Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal," *Ecopreneur.12*, vol. 2, no. 2, p. 12, 2019, doi: 10.51804/econ12.v2i2.497.