

**STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI TAHU AJI RASA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S1) Pada  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan  
Universitas Muhammadiyah Malang



**Oleh :**

**FIRDAUSI ZUMARA**

**201810210311160**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**


**2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

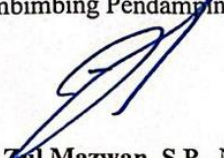
STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI TAHU AJI RASA

Oleh:  
**FIRDAUSI ZUMARA**  
NIM: 201810210311160

Pembimbing Utama  
Disetujui oleh: Malang, 10 Juni 2025

  
Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 17080101192

Pembimbing Pendamping  
Malang, 10 Juni 2025

  
M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.  
NIP: 180912071994

Malang, 10 Juni 2025

Wakil Dekan I

Ketua Program Studi Agribisnis



H. Henik Sukorini, M.P., Ph.D., IPM.  
NIP: 19593110359



Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 17080101192

HALAMAN PENGESAHAN  
STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI TAHU AJI RASA

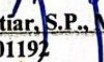
Oleh:

**FIRDAUSI ZUMARA**  
NIM: 201810210311160

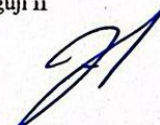
Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan  
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang  
Nmor: E.2.c/188/FPP-UMM/IV/2025 dan rekomendasi Komisi Skripsi  
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal: 28 April 2025  
Keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 10 Juni 2025

Dewan Penguji

Penguji I

  
Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 17080101192

Penguji II

  
M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.  
NIP: 180912071994

Penguji III

  
Yohana Agustina, S.P., M.Sc.  
NIP: 190903081992

Penguji IV

  
Fithri Mufriantje, S.P., M.P.  
NIP: 20210722071976

Malang, 10 Juni 2025

Ketua Program Studi Agribisnis

Dekan, Fakultas Pertanian Peternakan  
  
Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU, ASEAN Eng.  
NIP: 196405141990031 002

  
Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 17080101192

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah in:

Nama : Firdausi Zumara  
NIM : 201810210311160  
Jurusan : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian – Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Pemasaran Industri Tahu Aji Rasa” adalah bukan karya orang lain baik sebagai manapun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Pembimbing Utama

Malang, 10 Juni 2025



Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 170801011992

Firdausi Zumara  
201810210311160

MALANG



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

### AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis@umm.ac.id

Nomor : E.2.g/226/AGRI-FPP/UMM/V/2025  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Firdausi Zumara  
NIM : 201810210311160  
Judul TA : Analisis Strategi Pemasaran Industri Tahu Skala Rumah Tangga di Dusun Kebun Melati Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang Jawa Timur

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	8	10	Sesuai
	Bab II	24	25	Sesuai
	Bab III	35	35	Sesuai
	Bab IV	13	15	Sesuai
	Bab V	2	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 30 May 2025

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20240715031997



Wahid Muhammad Shodiq,  
Admin Deteksi Plagiasi,  
Program Studi Agribisnis,



Dr. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP. 170801011992

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 090

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Firdausi Zumara lahir di Trenggalek pada tanggal 13 Oktober 1999. Firdausi Zumara merupakan anak ketiga dari pasangan bapak Achmad Quraisy dan ibu Tutik Andayani. Berkebangsaan Indonesia dan beragama islam. Beralamat di Jalan Tlogo Al-Kautsar No.87, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Riwayat pendidikan, penulis menyelesaikan pendidikan formal di SDN 1 Sumbergedong lulus pada tahun 2008. Pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 5 Trenggalek lulus pada tahun 2014. Pendidikan menengah atas di SMAN 2 Trenggalek dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Muhammadiyah Malang dengan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan dan lulus pada tahun 2025.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya yang luar biasa terhadap hamba-hambanya. Bersyukur atas pemberian rezeki dan senantiasa meminta ampun serta meminta petunjuk atas jalan kehidupan kita. Sebagai hamba Allah bersyukur atas penyelesaian skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Industri Tahu Aji Rasa**” Skripsi ini digunakan sebagai pemenuhan dalam syarat penyelesaian program Sarjana Pertanian di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulisan skripsi ini banyak bantuan dari pihak lain, maka dalam kesempatan ini saya berterimakasih dan bersyukur yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, pertolongan, dan kesabaran dalam menghadapi setiap permasalahan ataupun cobaan yang diberikan.
2. Ibunda tercinta Tutik Andayani yang telah memberikan semangat, mendo'akan dan nasihat saat saya dalam kesulitan.
3. Ayahanda Achmad Quraisy yang telah memberikan semangat dan mendo'akan saya selalu.
4. Kakak saya yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir dan mendo'akan saya dalam perkuliahan.
5. Bapak Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan dalam menyusun skripsi.
6. Bapak M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc. selaku dosen pembimbing pendamping yang selalu memberikan pengarahan dan permasalahan menyusun skripsi.
7. Teman-teman yang telah memberi semangat dan mendo'akan saya dalam penyelesaian skripsi.
8. Orang terdekat saya Hayyu Melinda yang selalu membantu dalam penyusunan dan menemani saya pada pembuatan skripsi.
9. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri saya Firdausi Zumara, karena telah menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terimakasih sudah mau menepikan ego dan memilih untuk bangkit untuk menyelesaikan semua ini, tidak peduli seberapa keras tekanan di luar sana, tetaplah bangkit. Terimakasih banyak sudah bertahan sampai dititik ini. Kamu keren, kamu hebat.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang membutuhkan saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, 10 Juni 2025

Firdausi Zumara

## ABSTRAK

**Firdausi Zumara. 201810210311160 “Strategi Pemasaran Industri Tahu Aji Rasa”. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. Dosen Pembimbing Utama Bapak Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng. dan Dosen Pembimbing Pendamping Bapak M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.**

---

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran industri tahu skala rumah tangga di Dusun Kebun Melati, Desa Sumbermulyo, Kecamatan Jogoroto, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Fokus penelitian adalah pada Usaha Tahu Aji Rasa, yang menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, ketergantungan pada bahan baku, dan minimnya akses teknologi pemasaran modern. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), serta pendekatan bauran pemasaran (4P: Product, Price, Place, Promotion). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha ini terletak pada kualitas rasa tahu yang konsisten dan harga terjangkau, sementara kelemahannya adalah kapasitas produksi terbatas dan distribusi sederhana. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren makanan sehat dan pemasaran digital, sedangkan ancaman utamanya adalah persaingan dengan pabrik besar dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan analisis, strategi yang direkomendasikan adalah pengembangan produk inovatif, penetapan harga kompetitif, perluasan distribusi, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha serupa dan pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis pangan lokal.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, industri tahu, skala rumah tangga, analisis SWOT, bauran pemasaran (4P).

## ABSTRACT

**Firdausi Zumara. 201810210311160 "Analysis of Marketing Strategies for Home-Scale Tofu Industry in Kebun Melati Hamlet, Sumbermulyo Village, Jogoroto District, Jombang Regency, East Java". Agribusiness Study Program. Faculty of Agriculture and Animal Husbandry. University of Muhammadiyah Malang. The Main Supervisor is Mr. Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng. and Accompanying Supervisor Mr. M Zul Mazwan, S.P., M.Sc.**

---

---

This study aims to analyze the marketing strategies of the home-scale tofu industry in Kebun Melati Hamlet, Sumbermulyo Village, Jogoroto District, Jombang Regency, East Java. The focus is on the Aji Rasa Tofu Business, which faces challenges such as limited capital, dependence on raw materials, and minimal access to modern marketing technology. The SWOT analysis method was used to identify internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors, along with the marketing mix approach (4P: Product, Price, Place, Promotion). The results show that the business's main strengths lie in the consistent taste quality and affordable price, while its weaknesses include limited production capacity and simple distribution. Opportunities include the healthy food trend and digital marketing, while threats are competition with large factories and fluctuating raw material prices. The recommended strategies are innovative product development, competitive pricing, expanded distribution, and social media promotion. This research is expected to serve as a reference for similar businesses and the government in supporting the development of local food-based SMEs.

**Keywords:** Marketing strategy, tofu industry, home-scale, SWOT analysis, marketing mix (4P).

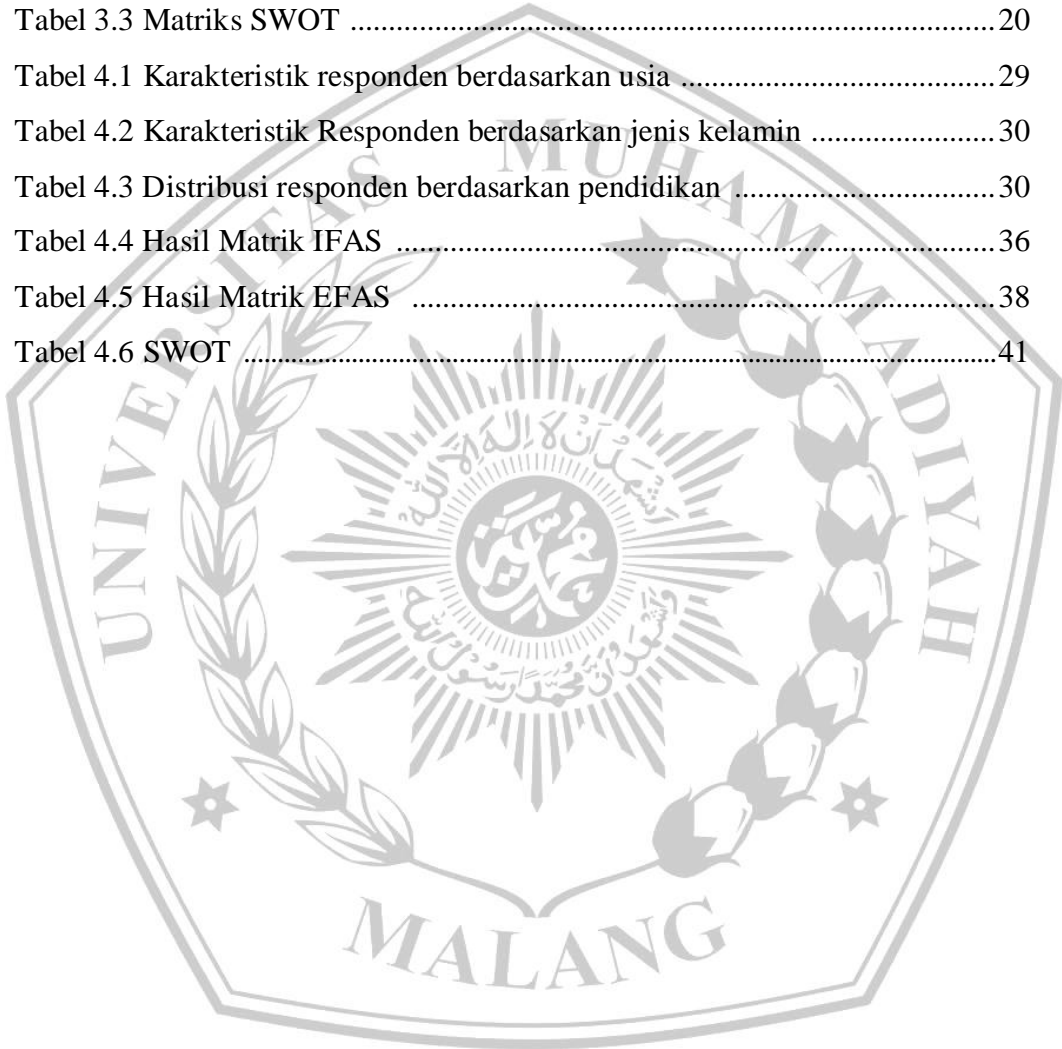
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HASIL PLAGIASI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat dari penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Pemasaran .....	7
2.2.2 Permintaan .....	8
2.2.3 Penawaran .....	8
2.2.4 Konsumen .....	9
2.2.5 Bauran Pasar (Marketing Mix) .....	9
2.2.6 Teori Keunggulan Bersaing .....	10
2.3 Kerangka Pemikiran .....	11
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
3.1 Desain Penelitian .....	13
3.2 Sumber Data .....	13
3.3 Waktu dan Tempat .....	14

3.4	Populasi dan Sampel .....	14
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.6	Metode Analisis Data .....	16
3.7	Definisi Operasional .....	22
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
4.1.1	Gambaran Umum Desa Sumbermulyo .....	24
4.1.2	Gambaran Singkat Usaha Tahu Aji Rasa .....	26
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>29</b>
5.1	Karakteristik Responden Usaha Tahu Aji Rasa.....	29
5.1.1	Usia responden .....	29
5.1.2	Jenis Kelamin Responden .....	29
5.1.3	Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	30
5.2	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Usaha Tahu Aji Rasa .....	30
5.2.1	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	36
5.2.2	Matriks Faktor Strategi Internal (EFAS) .....	37
5.3	Hasil Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tahu Aji Rasa .....	40
5.3.1	Analisis Matriks SWOT .....	40
5.3.2	Analisis Strategi Pemasaran 4P .....	45
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>50</b>
6.1	Kesimpulan .....	50
6.2	Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>52</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>55</b>

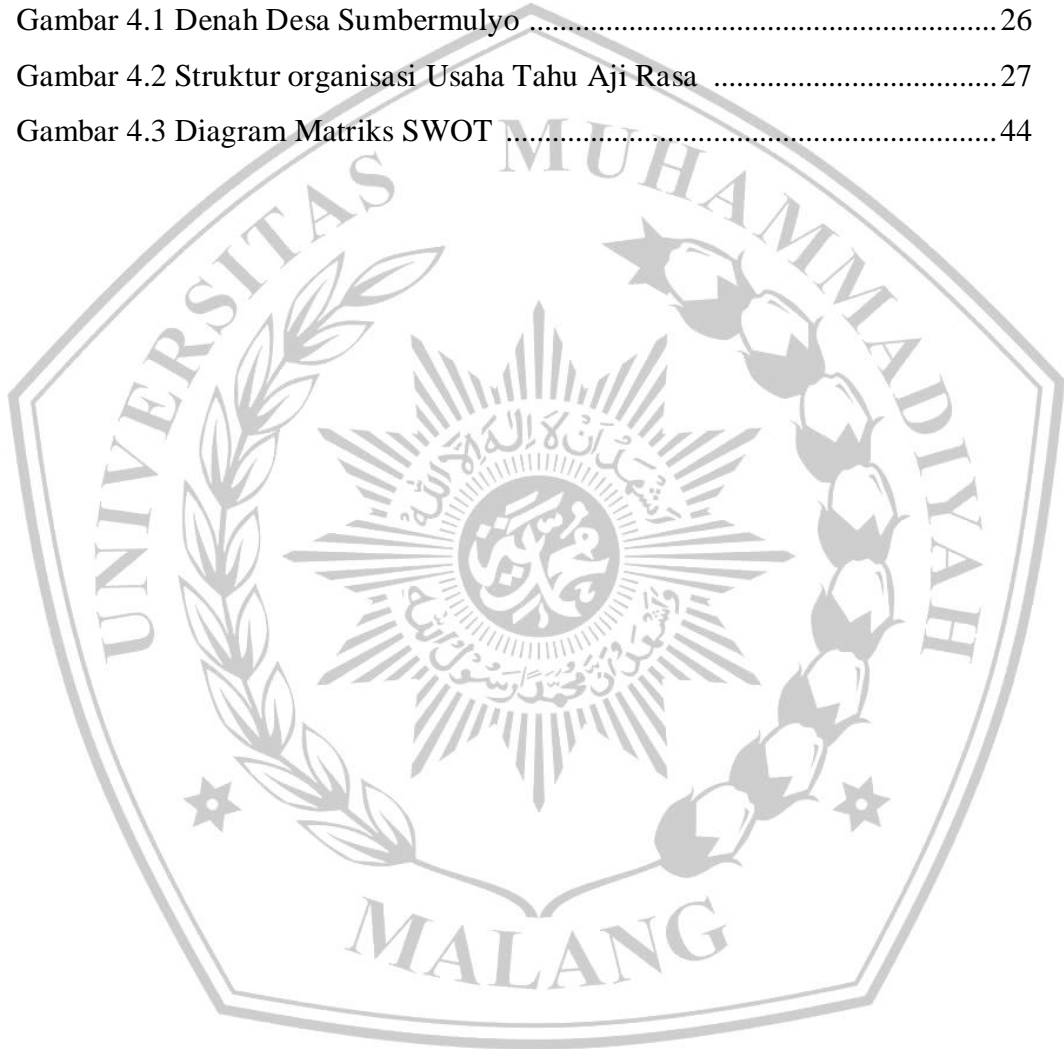
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden .....	17
Tabel 3.2 Matriks IFAS dan EFAS .....	18
Tabel 3.3 Matriks SWOT .....	20
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin .....	30
Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan pendidikan .....	30
Tabel 4.4 Hasil Matrik IFAS .....	36
Tabel 4.5 Hasil Matrik EFAS .....	38
Tabel 4.6 SWOT .....	41



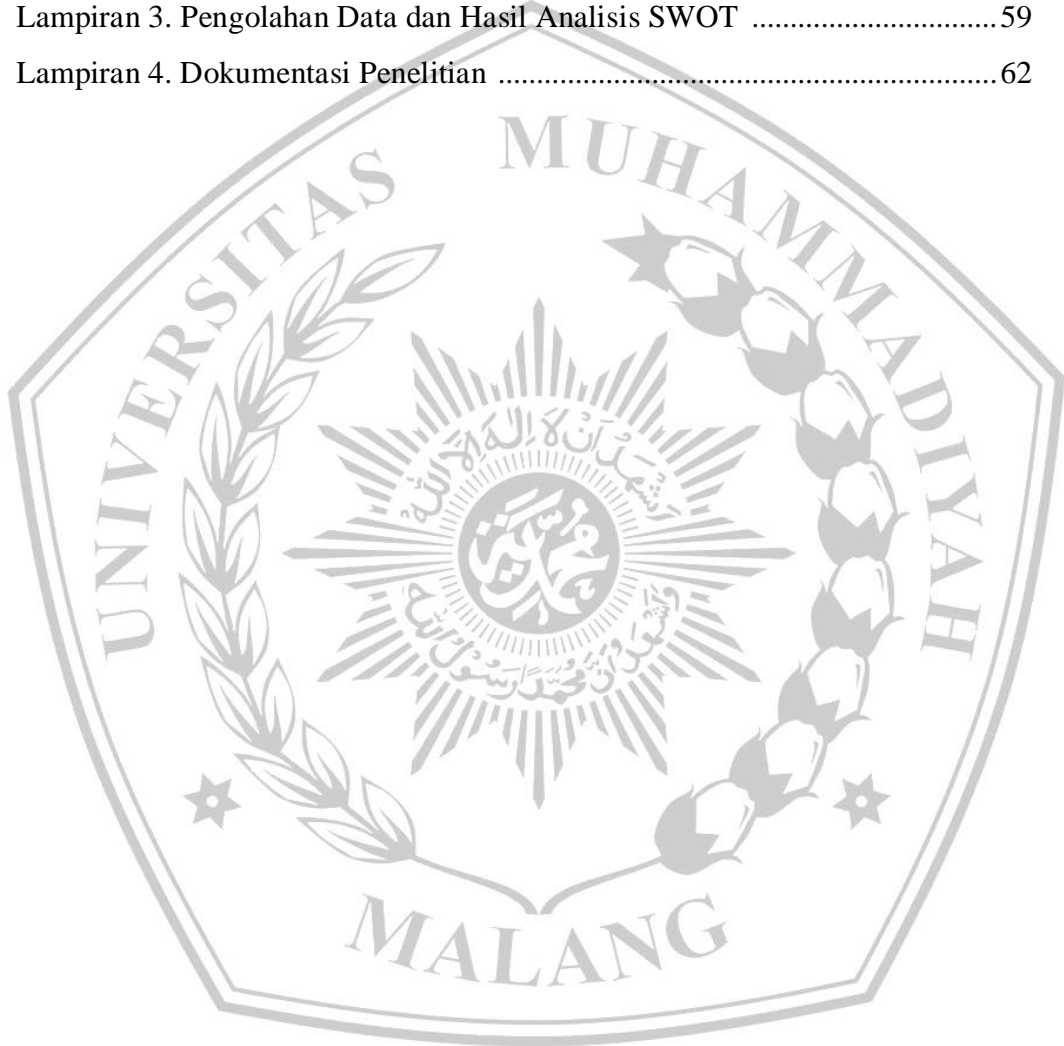
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	12
Gambar 3.1 Diagram SWOT .....	21
Gambar 4.1 Denah Desa Sumbermulyo .....	26
Gambar 4.2 Struktur organisasi Usaha Tahu Aji Rasa .....	27
Gambar 4.3 Diagram Matriks SWOT .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Penelitian .....	55
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Analisis SWOT .....	57
Lampiran 3. Pengolahan Data dan Hasil Analisis SWOT .....	59
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian .....	62



## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2020). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ansar. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. IPB Press.
- Astuti, R., & Amanda, S. (2020). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Pelanggan*. *Jurnal Mirai Management*, 5(1), 1-10.
- Chasanah, N. L. (2021). *Studi Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan*. STKIP Pancasakti.
- Dimiyati, M., & Sari, D. (2020). Strategi Pemasaran Tahu pada Usaha Rumah Sintang Panjang Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat. *Ekonomia*, 10(2), 15-16.
- Fiantika, M., et al. (2022). *Pengertian dan Jenis-Jenis Dokumentasi dalam Penelitian*. Repository FE UNJ.
- Fitriani, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Pembuatan Tahu pada Perajin Tahu Bandung di Kecamatan Jampang Tengah Sukabumi. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Pangan*, 9(3), 33–50.
- Hadi, M. F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Pembuatan Tahu dalam Meningkatkan Penjualan. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram.
- Handayani, M., & Purnomo, H. (2018). Strategi Pemasaran Tahu dan Tempe di Pasar Tradisional Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 75-85
- Hartono, S., Widodo, B., & Prasetyo, A. (2019). Strategi Pemasaran Industri Tahu Skala Rumah di Jombang. *Jurnal Ekonomi dan Pangan*, 11(2), 20-35.
- Hasibuan, W., & Hendra, H. (2024). Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Strategi Pemasaran Global Dalam Konteks Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2648-2653.
- Ismail, M. I. (2020). *Pengertian Observasi: Tujuan, Ciri, dan Jenisnya*. Kompas.com.
- Kementerian Perindustrian. (2019). "Peningkatan Daya Saing Industri Olahan Pangan Lokal." *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Khumairoh, A., & Farida, S. N. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada CV. Karya Perdana Jombang. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 12(1), 238.
- Maulana, R. (2021). Dampak Ketergantungan Impor Kedelai terhadap Industri Tahu Skala Kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Lokal*, 10(3), 45–60.
- Moleong, L.J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pakpahan, R. I. J. (2021). *Analisis Pengaruh Elastisitas Permintaan dan Penawaran terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*
- Pratama, A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Takwa Skala Rumah Tangga di Kota Kediri. *Skripsi*, Universitas Brawijaya.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223
- Rahman, F., & Puspita, D. (2021). Penggunaan Media Digital untuk Meningkatkan Akses Pasar pada Usaha Kecil dan Menengah Tahu dan Tempe. *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 17(1), 30–45.
- Rohman, T., & Hidayat, R. (2022). Analisis Daya Saing dan Strategi Pemasaran Industri Tahu di Kabupaten Blitar. *Jurnal Manajemen Strategis*, 18(1), 55-70.
- Sari, R., Prasetyo, D., & Setiawan, M. (2020). *Strategi Pemasaran Tahu untuk Meningkatkan Penjualan di Pasar Domestik dan Global*. *Jurnal Bisnis Pangan*, 8(1), 113-130.
- Sari, R. D. (2018). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran pada Industri Pengolahan Tahu. *Skripsi*, Universitas Sriwijaya.
- Santoso, D., Haryati, L., & Pratama, B. (2020). Pengaruh Inovasi dan Teknologi terhadap Daya Saing Industri Tahu Rumahan di Jombang. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Pangan*, 12(1), 32-45.
- Suhairi, A., Yuliana, T., & Sari, R. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Tahu di Pasar Global: Peluang dan Tantangan*. *Jurnal Agribisnis dan Pangan*, 10(1), 99-115.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugianto, A., & Ginting, R. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miago Pak Joko Tlogosari Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45-58.
- Suhendar, A., & Yuliana, T. (2020). Penerapan Media Digital dalam Pemasaran Produk Pangan Skala Rumahan. *Jurnal Teknologi Pangan dan Bisnis*, 8(1), 22–38.
- Sukardi. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 5). Andi Publisher.
- Wijaya, R. A. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan pada Usaha Tahu Rumahan di Kota Probolinggo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 112-120.

