

PENDAMPINGAN PENJUALAN PRODUKSI TEMPE SS PADA PONDOK PESANTREN SIRAJUSSADAH LIMADEPOK

Heni Nastiti¹, Dewi Cahyani Pangestuti² dan Jenji Gunaedi Argo³

Program Studi S1 Manajemen, UPN Veteran Jakarta

Email:heni@upnvj.ac.id

Program Studi S1 Manajemen, UPN Veteran Jakarta

Email: dewichepe@upnvj.ac.id

Program Studi S1 Manajemen, UPN Veteran Jakarta

Email: jenziargo@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Business management of marketing channel area development is a process that must be carried out by business actors in increasing sales of production in order to increase income through the expansion of various marketing areas. Limo, Depok is to provide counseling and assistance on business management by increasing sales of SS tempeh production in a wider area. The problem faced is that the business management has not maximized the sales of products. The expected result of this activity is an increase in income from increased sales by expanding the marketing distribution area. To find out the understanding of business management in increasing marketing sales in various regions, the service team conducted a pretest and posttest by distributing questionnaires to small business actors participating in PKM. The results of the questionnaire before being given counseling with the level of understanding after the activity increased by 80% and evaluation of the sales assistance of SS tempeh products during September 2022 in eight (8) different areas, namely South Jakarta, East Jakarta, Jagakarsa, Limo, Depok City, Bekasi City, Central Jakarta, Bogor City provided an increase in sales of 1,291 units with an income of Rp 8,386,000. -marketing) is the next PKM program.

Keywords: *Marketing Territory Expansion, Sales and Revenue Increase*

ABSTRAK

Manajemen usaha pengembangan wilayah saluran pemasaran merupakan proses yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan peningkatan penjualan hasil produksi dalam rangka meningkatkan pendapatan melalui perluasan berbagai wilayah pemasaran. Tujuan dari program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) peningkatan penjualan produksi tempe SS pada Pondok Pesantren Sirajussadah Limo, Depok adalah dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan tentang manajemen usaha dengan peningkatan penjualan hasil produksi tempe SS di berbagai wilayah yang lebih luas. Permasalahan yang dihadapi adalah belum maksimalnya manajemen usaha tentang penjualan hasil produk. Hasil yang diharapkan pada kegiatan ini adalah meningkatnya pendapatan dari peningkatan hasil penjualan dengan memperluas wilayah distribusi pemasaran. Untuk mengetahui pemahaman akan manajemen usaha dalam peningkatan penjualan pemasaran di berbagai wilayah, tim pengabdian melakukan pretest dan posttest dengan cara membagikan kuesioner kepada pelaku usaha kecil peserta PKM. Hasil kuesioner sebelum diberikan penyuluhan dengan tingkat pemahaman setelah dilakukan kegiatan peningkatan sebesar 80% dan evaluasi pendampingan penjualan hasil produksi hasil tempe SS selama bulan September 2022 di delapan (8) wilayah yang berbeda, yaitu Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jagakarsa, Limo, Kota Depok, Kota Bekasi, Jakarta Pusat, Kota Bogor memberikan peningkatan penjualan jumlah sebesar 1.291 unit dengan pendapatan sebesar Rp 8,386,000. Pada tahapan selanjutnya adalah evaluasi hasil pendampingan manajemen usaha, distribusi pemasaran hasil produksi untuk menjangkau wilayah yang luas dilanjutkan dengan menerapkan pemasaran elektronik marketing (e-marketing) merupakan program PKM berikutnya.

Kata Kunci: *Perluasan Wilayah Pemasaran, Peningkatan Penjualan dan Pendapatan.*

1. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren Sirajussa'adah adalah lembaga pendidikan Islam Swasta yang terletak di jalan H Midi II No. 7 Kelurahan Limo, Kecamatan Limo, Kota Depok. Pesantren ini berdiri sejak tanggal 9 Mei 2012 atau 18 Jumadil Akhir 1433 H oleh K.H Abdurrahman. Pesantren ini mendidik para santri untuk menjadi manusia yang memiliki akhlak mulia, disiplin yang tinggi, dan jiwa mandiri.

Pondok Pesantren Sirajussa'adah dengan visi : mencetak manusia yang siap menyebarkan Islam yang Rahmatallil'alamin untuk menjadi kader pemimpin umat dan bangsa. dan misi: mendidik generasi Islam yang paripurna dengan menanamkan Pendidikan Akhlak Mulia, disiplin yang tinggi, kemandirian yang kuat, serta mahir dalam penguasaan ilmu, perlu untuk mengembangkan inovasi untuk menambah pendapatan. Tempe Santri lahir pada Mei 2020 menjadi solusi untuk memberikan pendidikan wirausaha bagi santri dan menambah pemasukan Pesantren Sirajussa'adah yang berlokasi di Kecamatan Limo, Kota Depok. Struktur organisasi yang mumpuni demi menunjang bisnis agar berjalan dengan baik dan maksimal. dari pendiri/founder sebagai ketua sedangkan untuk Kepala Produksi dan Pemasaran diisi 1 orang merangkap selaku menjadi penanggung jawab dari lima staff produksi dan pemasaran.

Saat ini, dalam pengelolaan usaha tempe santri memiliki sumber dana yang terbatas. Akan tetapi, dengan terbatas nya sumber dana, tempe santri memiliki beberapa inovasi dalam usahanya berkembang, antara lain dengan melakukan penjualan tempe ke berbagai warung/kios di berbagai lokasi di sekitar Kota Depok, yakni Cinere, Sawangan, Cinangka, Krukut, dan Grogol. Dengan begitu, nama tempe santri akan semakin meluas dan dikenal oleh masyarakat banyak. Tempe santri ini memiliki keunggulan dengan kualitas bahan baku kedelai yang sudah dijamin oleh supplier nya yang berlokasi di Cibubur dan supplier tersebut mengimpor dari Ethiopia sehingga tempe santri ini memiliki kualitas yang tinggi.

Selain itu, tempe santri memiliki rencana pengembangan lain, yakni dengan memindahkan rumah produksi ke tempat lain agar lebih baik dan layak. Dengan pindahnya rumah produksi yang lebih layak dan baik, maka perizinan dan syarat untuk mendapatkan sertifikasi BPOM akan semakin mudah di dapat dan tempe santri ini akan semakin luas pasar penjualannya dan semakin dikenal oleh masyarakat Depok, Jakarta Bogor dan sekitarnya. Rencana pengembangan lainnya adalah dengan meningkatkan pemasarannya, maksudnya adalah tempe santri ini memiliki harapan besar supaya produknya bisa menjadi *supplier* di supermarket ternama di Indonesia.

Persaingan dalam penjualan tempe di sekitar wilayah Limo, Depok cukup kuat karena telah banyak tersebar penjual tempe khususnya tempe santri karena satu wilayah dengan para produsen tempe lain. Untuk mengatasi hal ini kami sebagian besar menjual kepada teman-teman yang ada di sekitar maupun luar wilayah Limo agar pendistribusian bertambah luas, sehingga Segmentasi pasar di sekitar Pondok Pesantren perlu perluasan wilayah penjualan Berdasarkan dari hal ini tersebut, kami sebagai akademisi dalam mengemban tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi berkewajiban untuk memberikan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertujuan memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan perluasan wilayah penjualan hasil produksi tempe SS Sirajussadah Limo dalam rangka meningkatkan pendapatan, dengan tema: Pendampingan Penjualan Produksi Tempe SS Pada Pondok Pesantren Sirajussaadah Limo, Depok. Kapasitas memproduksi tempe SS Pondok Pesantren Sirajussadah Limo Depok yaitu 1.5 - 2 kuintal, para pelaku usaha belum fokus pada peningkatan kapasitas produksi melainkan sedang mencoba memperbaiki sistem penjualannya. Saluran Distribusi yang dilakukan oleh Tempe Santri yaitu dengan *door to door*. Jadi, Tempe Santri sudah memiliki pelanggan yang memang memiliki order secara terus-menerus atau pembelian secara berulang. Dari hal ini, setiap penjual sudah memiliki pelanggan dengan cakupan wilayah masing-masing dan dapat menawarkan produknya sesuai dengan target yang akan mereka jual. Sebagian konsumen yang dituju yaitu para penjual sayur yang masih berada di wilayah Limo, Cinere, Depok, Sawangan, dan Bojongsari saja

sehingga penjualan belum terjangkau di berbagai wilayah yang lebih luas. Dengan demikian belum didapatkan peningkatan penjualan dan keuntungan yang maksimal dari usahanya tersebut.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis FEB UPN Veteran Jakarta di Limo Depok ini adalah memberikan solusi pelaku usaha produksi tempe SS di Pondok Pesantren Sirajussaadah akan pentingnya segmentasi pasar untuk memperluas jangkauan pasar dalam usaha menarik para pembeli untuk meningkatkan penjualan hasil produksi dan pendapatannya. Target jangka panjang dari program PKM ini menjadikan Pondok Pesantren Limo Depok ini sebagai pelaku usaha binaan yang dapat meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan para Santri dan Alumni Santri melalui peningkatan pendapatan dalam pengembangan usaha produksi tempe dengan menambah jangkauan wilayah pemasaran di sekitar Jabodetabek untuk meningkatkan daya pembeli, sebagai mitra pelaksanaan program dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan kegiatan PKM untuk mengatasi permasalahan pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan hasil produksi Tempe SS di Pondok Pesantren Sirajussaadah Limo, Depok dengan metode penyuluhan dengan memberikan ceramah dan pendampingan yang merupakan praktek langsung dengan melakukan penjualan tempe SS di berbagai wilayah di Jabodetabek dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

2.1 Wawancara dan Penyebaran Kuesioner

Untuk mengetahui apakah pelaku penjualan hasil proses produksi hasil usaha maka sudah mengetahui cara pemasaran /penjualan hasil produksi, maka dilakukan wawancara dan penyebaran kuesioner .

2.2 Penyuluhan Dengan Metode Ceramah

Untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha makanan kecil tentang kemasan yang berkualitas dan menarik untuk meningkatkan hasil menjual produknya. Pada penyuluhan ini tim akan berbagi tugas dalam memberikan ceramah kepada pelaku usaha makanan kecil. Pada kesempatan ini para peserta diberi kebebasan untuk bertanya jawab dengan tim penceramah.

2.3. Metode Pendampingan Penjualan Hasil Proses Produksi

Pada metode ini kami selaku tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan dengan melakukan penjualan secara langsung di berbagai wilayah (9) di Jakarta dan Depok. Pada metode ini kami berbagi tugas dalam melakukan penjualan dengan berkoordinasi dengan berbagai pengabdian di setiap wilayah untuk menyampaikan hasil produksi di beberapa wilayah peserta PKM tinggal. . Para peserta dibimbing untuk mendistribusikan ke segmentasi yang lebih luas sehingga mampu menambah wilayah pemasaran sehingga akan meningkatkan penjualan hasil produksi untuk keberlanjutan usaha tersebut.

Tahapan kegiatan pelaksanaan meliputi tahap sebagai berikut:

Tahap 1. Koordinasi dengan mitra binaan pada tanggal 15 Februari 2022 Koordinasi dengan mitra binaan dilakukan untuk menyusun rencana kegiatan , penjadwalan dan pengurusan ijin, koordinasi dan diskusi dengan Pimpinan Pondok Pesantren Sirajussadah Limo Depok.

Tahap 2. Persiapan Pelaksanaan pada tanggal 21 Maret 2022. Persiapan pelaksanaan para pengabdian dan memberikan arahan kepada para mahasiswa yang membantu pendampingan

penjualan di berbagai wilayah Jabodetabek :dengan persiapan dalam koordinasi pengambilan produk tempe yang akan didistribusikan , pencatatan hasil penjualan.

Tahap 3. Tahap penyuluhan pada tanggal 8 Agustus 2022 Jam: 09.00 – 12.00 di Pondok Pesantren Sirajussadah Kel. Limo Depok. Pada saat pelaksanaan penyuluhan dihadiri 15 santri dan alumni santri sebagai pelaku proses produksi tempe SS Kegiatan awal dimulai dengan melakukan pretest untuk mengetahui pengetahuan dasar tentang pemasaran hasil produksi yang dimiliki oleh peserta, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan penjualan hasil produksi tempe SS.di wilayah Jakarta dan Depok.

Tahap 4. Pendampingan pada tanggal 5 sampai dengan 30 September 2022, dilaksanakan di berbagai wilayah di Jakarta oleh para pengabdian dengan para mahasiswa. Melakukan pendampingan penjualan tempe SS Pondok Pesantren Sirajussadah Limo Depok.

Hasil kuesioner yang telah disebar pada para peserta penyuluhan pelaku penjualan hasil produksi tempe SS di Pondok Pesantren Limo Depok bahwa 60% peserta menyatakan belum mengerti, memahami pentingnya jangkauan pemasaran, sehingga pemasaran hasil produksi tidak hanya dipasarkan di sekitar lokasi produksi.. Pada akhir pelaksanaan tim pengabdian memberikan kuesioner (pretest) untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan peningkatan pengetahuan para pelaku penjualan produknya dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas .

2.4 Metode Pendampingan

Tim pengabdian datang ke lokasi pelaku penjualan hasil produksi tempe SS untuk melihat langsung praktek pendampingan penjualan di berbagai wilayah diluar lokasi produksi dalam rangka untuk meningkatkan penjualan. .

Tabel 1.
 Prosedur Kerja

Tahap ke	Kegiatan	Indikator
1.	Menyebarkan kuesioner dan wawancara tentang pengetahuan dan pentingnya Jangkauan saluran distribusi hasil produksi.	Dilakukan Pretest dan Posttest untuk menilai pencapaian peningkatan pemahaman materi 90%
2.	Memberikan penyuluhan tentang Jangkauan wilayah pemasaran	Untuk memberikan pemahaman pentingnya saluran distribusi penjualan produk hasil usahanya.
3.	Melakukan pendampingan penjualan	Peningkatan hasil penjualan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksana Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya jangkauan saluran distribusi di berbagai wilayah dalam rangka meningkatkan hasil penjualan dan pendapatan secara berkelanjutan. Dalam pengembangan usahanya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian pondok pesantren.

Dari hasil penilaian pre test dan post test yang dilakukan oleh Tim Pengabdian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2.

Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

Kegiatan	Materi	Indikator keberhasilan
Pre Test	Pemahaman tentang jangkauan luas penjualan hasil produksi dan segmentasi pasar untuk peningkatan hasil penjualan	Terlaksana pretest kepada 20 pelaku penjualan hasil produksi , dimana 60% belum memahami jangkauan luas penjualan hasil produksi dan segmentasi pasar untuk peningkatan hasil penjualan
Post test	Pemahaman tentang jangkauan luas penjualan hasil produksi dan segmentasi pasar untuk peningkatan hasil penjualan	Terlaksana pretest kepada 20 pelaku penjualan hasil produksi , dimana 90% memahami jangkauan luas penjualan hasil produksi dan segmentasi pasar untuk peningkatan hasil penjualan

Berdasarkan table 2 (dua) diatas hasil pre test dan post test hasil dapat dijelaskan bahwa: Peserta penyuluhan telah memahami dan bersedia untuk melakukan penjualan dengan jangkauan yang lebih luas dengan e marketing praktek. Melalui test yang dilakukan terdapat peningkatan pemahaman sebesar 30%, yang artinya para peserta memahami pentingnya jangkauan luas penjualan hasil produksi dan segmentasi pasar untuk peningkatan hasil penjualan dengan e- marketing. Secara umum para pelaku usaha mendapat manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang secara nyata melalui sosialisasi dan pendampingan. Peserta penyuluhan dan pelatihan serta pendampingan memahami materi yang telah diberikan dan menjalankan praktek jangkauan penjualan yang lebih luas dengan e-marketing. Hasil Pendampingan PKM Tempe SS Sirajussaadah Limo Depok Pelaksanaan penjualan Tempe Santri SS ini dilakukan di delapan (8) wilayah yang berbeda, yaitu Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jagakarsa, Limo, Kota Depok, Kota Bekasi, Jakarta Pusat, Kota Bogor adalah sebagai berikut:

Tabel 3.

Hasil Penjualan Tempe SS Pada Bulan September 2022 Di Jakarta Dan Depok

No	Seller/ Nama Anggota	Penjualan per Minggu (pcs)				Jumlah Penjuala n (pcs)	Harga Jual (Rp)	Harga Beli (Rp)	Total Penjuala n (Rp)	Total Biaya Pengeluaran (Rp)
		ke- 1	ke- 2	ke- 3	ke- 4					
1	Jakarta Selatan	22	21	22	21	86	6,500	5,000	516,000	430,000
2	Jakarta Timur	60	25	25	35	145	6,500	5,000	942,500	725,000
3	Jagakarsa	90	86	78	80	334	6,500	5,000	2,171,000	1,670,000
4	Limo	22	23	46	56	156	6,500	5,000	1,014,000	780,000
5	Kota Depok	32	36	28	26	112	6.500	5,000	728,000	560,000
6.	Kota Bekasi	19	24	19	17	79	6.500	5,000	513,500	395,000
7.	Jakarta Pusat	14	22	23	29	88	6.500	5,000	616,000	440,000
8.	Bogor	26	29	36	42	133	6.500	5,000	864.500	665.000
TOTAL		329	306	317	339	1291	6.500	5,000	8,386,000	6,228,300

Berdasarkan tabel 3 di atas dijelaskan hasil pendampingan para pengabdian terhadap penjualan hasil produksi tempe SS Pondok Pesantren Sirajussaadah di berbagai wilayah Jakarta, Bogor Depok dan Limo diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil Penjualan di Wilayah Jakarta Selatan

Daerah Jakarta Selatan mampu menjual produk tempe SS sebanyak 86 dalam sebulan dengan harga Rp6.000/pcs. Total pendapatan dari penjualan tempe selama sebulan sebesar Rp516.000 dengan total biaya dari pembelian tempe sebesar Rp 430.000.

2. Hasil Penjualan di Wilayah Jakarta Timur

Pada wilayah Jakarta Timur, berdasarkan hasil pendampingan penjualan tempe SS di atas, tim pengabdian menjual tempe dengan harga jual Rp 6.500/pcs sebanyak 145 pcs tempe dengan total pendapatan sebesar Rp 942.500. Modal yang dikeluarkan selama satu bulan masa penjualan tempe yaitu sebesar Rp 725.000 di mana harga satuan tempe dari pemasok sebesar Rp 5.000/pcs. Berdasarkan pendapatan yang diterima dan dana yang dikeluarkan, maka keuntungan atau laba yang dihasilkan dari penjualan tempe di wilayah Jakarta Timur sebesar Rp 217.500.

3. Hasil Penjualan di Wilayah Jagakarsa

Pada wilayah Jagakarsa mampu menjual produk tempe SS sebanyak 334 pcs dengan harga Rp 6500/Pcs Berdasarkan pendapatannya wilayah Jagakarsa ini menerima keuntungan sebesar 30% dalam sebulan dengan modal sebesar Rp 1.670.000. Sehingga total pendapatan yang diperoleh wilayah Jagakarsa sebesar Rp 2.171.000.

4. Daerah Limo mampu menjual produk tempe sebanyak 156 dalam sebulan dengan harga Rp6.500/pcs. Total pendapatan dari penjualan tempe selama sebulan sebesar Rp1.014.000 dengan total biaya dari pembelian tempe sebesar Rp780.000. Maka dari itu keuntungan yang didapat oleh wilayah Limo sebesar Rp234.000.
5. Hasil penjualan di Wilayah Depok
Wilayah Depok mampu menjual produk tempe sebanyak 112 pcs dengan harga Rp 6500/Pcs dengan rata-rata tiap pendamping menjual 28 pcs tempe. Berdasarkan pendapatannya wilayah Depok ini menerima keuntungan perminggu sebesar 30% dan juga akumulasi keuntungan dalam sebulan sebesar 30% dengan modal sebesar Rp 560.000, pendapatan sebesar Rp. 728.000. Sehingga keuntungan Wilayah Depok sebesar Rp. 168.000.
6. Hasil Penjualan di Wilayah Bekasi
Daerah Bekasi mampu menjual produk tempe sebanyak 79 pcs dalam kurun waktu sebulan dengan harga Rp6.500,00/pcs. Total pendapatan yang kami peroleh dari penjualan tempe adalah sebesar Rp513.500,00 dengan total biaya pembelian tempe sebesar Rp395.00,00.
7. Hasil Penjualan di Wilayah Jakarta Pusat
Pada Wilayah di Daerah Jakarta pusat mampu menjual produk tempe sebanyak 44 pcs dalam kurun waktu sebulan dengan harga Rp7.000,00/pcs.
8. Hasil Penjualan di Wilayah Bogor
Daerah Bogor mampu menjual produk tempe sebanyak 133 pcs dalam sebulan dengan harga Rp6.500/pcs. Total pendapatan dari penjualan tempe selama sebulan sebesar Rp864.500 dengan total biaya dari pembelian tempe sebesar Rp665.000. maka dari itu keuntungan yang di dapat oleh wilayah Bogor sebesar Rp199.500. Persaingan dalam penjualan tempe ini cukup kuat karena di daerah bogor sendiri penjual tempe mentah sudah banyak.
Dari beberapa penjualan di 9 wilayah di Jakarta dan Depok disampaikan total hasil pendampingan selama 1 bulan bersama para peserta PKM yang dibantu para mahasiswa yang tinggal disekitar wilayah Jakarta dan Depok dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2

Total Penjualan Tempe SS Di Jakarta Depok ,Bekasi dan Bogor Pada September 2022

TOTAL PENJUALAN							
Penjualan per Minggu (pcs)				Jumlah Penjualan (pcs)	Total Pendapatan (Rp)	Total Biaya Pengeluaran (Rp)	
ke-1	ke-2	ke-3	ke-4				
329	306	317	339	1291	8,386,000	6,228,300	

Selama satu (1) Bulan September penjualan Tempe SS di wilayah Jakarta Depok ,Bekasi dan Bogor yang dilakukan oleh tim mencapai 1.291 unit tempe, pada minggu ke-1 sebanyak 329 buah, pada minggu ke-2 sebanyak 317 buah, dan minggu ke-4 sebanyak 339 buah. Dengan penjualan sebanyak 1.291 buah tempe, total pendapatan yang didapat adalah sebesar Rp8.386.000, dengan harga jual tempe senilai Rp6.500-Rp7.000.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan PKM disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan penyuluhan dan pendampingan tentang manajemen penjualan tempe SS yang di produksi oleh para santri dan alumni Santri Pondok Pesantren Sirajusaadah Limo Depok,

telah berjalan sesuai rencana dan para peserta makin mengerti dan memahami pentingnya distribusi terjangkau semakin luas untuk mengembangkan usahanya.

2. Hasil pendampingan penjualan hasil produksi hasil tempe SS selama bulan September 2022 di delapan (8) wilayah yang berbeda, yaitu Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jagakarsa, Limo, Kota Depok, Kota Bekasi, Jakarta Pusat, Kota Bogor memberikan peningkatan penjualan jumlah sebesar 1.291 unit dengan pendapatan sebesar Rp 8,386,000..
3. Pada tahapan selanjutnya adalah evaluasi hasil pendampingan manajemen usaha, distribusi pemasaran hasil produksi untuk menjangkau wilayah yang luas dilanjutkan dengan menerapkan pemasaran elektronik marketing (e-marketing) merupakan program PKM berikutnya.

5. REFERENSI

- Argo, J. G., Nastiti, H., & Utami, K. (2021). Analisis Saluran Distribusi Tempe Santri SS Ponpes Sirajussa'adah Depok. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 1080–1091.
- Dua, A. (2021). *Forecasting: Metode Peramalan dalam Bisnis yang Wajib Diketahui*. Retrieved from [rusdionoconsulting.com](https://www.rusdionoconsulting.com/forecasting/): <https://www.rusdionoconsulting.com/forecasting/>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Haming, M., dan Mahmud Nurnajamuddin., 2011. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15 th edit). Pearson Education, Inc.
- Lalu, Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mulyadi Nitisusastro.(2015). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Penerbit
- Reid, R. Dan dan Sanders, Nada R., 2013, *Operations Management: An Integrated Approach*, Fifth Edition, John Wiley and Sons Singapore Pte. Ltd, Inc.
- Saepul, S. A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis Faktor - Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan Pt. Pos Indonesia Cabang Ciamis Sebelum Dan Sesudah Renovasi. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(December 2018), 1–11.
- Schroeder, R. G., (1989): *Manajemen Operasional*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sihombing, Y. O. (2017). *Metode kuantitatif dalam melakukan forecasting*. Retrieved from bbs.binus.ac.id:
<https://bbs.binus.ac.id/management/2017/10/metode-kuantitatif-dalam-melakukan-forecasting/>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Andi Yogyakarta*
- Zimmerer, Scarborough. (2011). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil I Edisi 5*, Penerbit Salemba Empat.

