

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PETANI
RUMPUTLAUT *EUCHEUMA COTTONII* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN DI LINGKUNGAN JALANG
KECAMATAN SAJOANGING KABUPATEN WAJO**

Harjuandi

harjuandi.ahmad.jumadi@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Hadawiah

hadawiah.hadawiah@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin Mustari

amuttaqin@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah: (1) Bagaimana Proses Budidaya dan Tahapan Pemasaran Pada Petani Rumput Laut *Eucheuma Cottonii* Dalam Meningkatkan Pendapatan di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. (2) Bagaimana Strategin Komunikasi Pemasaran Pada Petani Rumput Laut *Eucheuma Cottonii* Dalam Meningkatkan Pendapatan di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. Penelitian ini berangsur selama kurang lebih dua bulan mulai Agustus sampai September. Berlokasi di Kabupaten Wajo tepatnya di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging dengan informan sebanyak 5 (lima) orang yang di mana mereka tinggal di Lingkungan Jalang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif analisis deskriptif, dengan tehnik pengumpulan data dilakukan dua cara yakni data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data dengan meakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adapun proses budidaya dan tahapan pemasaran rumput laut Sebelum sampai tahapan pemasaran maka di perlukan proses budidaya rumput laut terlebih dahulu dengan memperhatikan: Pemilihan Lokasi Budidaya Rumput Laut; Melakukan Uji Penanaman; Memilih Metode Budidaya Rumput Laut Yang Sesuai; Pemilihan Bibit Rumput Laut; Penanaman Rumput Laut; Perawatan Rumput Laut; Tahapan Panen Rumput Laut; Pengeringan Hasil Panen. Setelah melalui proses budidaya maka rumput laut di pasarkan melalui personal selling kepada pengepul lokal dan pengepul lokal ke pengepul besar. Adapun strategi komunikasi pemasaran rumput laut di lingkungan jalang dilihat dari 2 faktor pendukung yakni faktor internal dan eksternal. Dimana dua faktor tersebut berisi peluang dan ancaman yang dihadapi dalam budidaya rumput laut kemudian petani rumput laut mempromosikan rumput laut dengan cara mengiklankan melalui kelompok tani yang dibentuk oleh petani rumput laut dan dengan menyampaikan dari mulut ke mulut (mouth to mouth) dengan menambah kualitas dan kuantitas rumput laut dalam meningkatkan pendapatan petani di Lingkungan Jalang kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo.

Kata kunci: Srategi Komunikasi Pemasaran. Rumput Laut *Eucheuma Cottonii*. Meningkatkan Pendapatan

Abstract: *The aims of this study were: (1) How the Cultivation Process and Marketing Stages of *Eucheuma Cottonii* Seaweed Farmers Increase Income in the Jalang Environment, Sajoanging District, Wajo Regency. (2) How is the Marketing Communication Strategy for *Eucheuma Cottonii* Seaweed Farmers in Increasing Income in the Jalang Environment, Sajoanging District, Wajo Regency. This research lasted for approximately two months from August to September. Located in Wajo Regency, precisely in the Jalang Environment, Sajoanging District, with 5 (five) informants where they live in the Jalang Environment. The research method used is descriptive analysis qualitative research method, with data collection techniques carried out in two ways, namely primary data and secondary data. The method of collecting data by doing observation, interviews, and documentation. The results of the study show that the seaweed cultivation process and marketing stages Before reaching the marketing stage, a seaweed cultivation process is needed in advance by taking into account: Selection of Seaweed Cultivation Sites; Carry out Planting Tests; Choosing the Appropriate Seaweed Cultivation Method; Selection of Seaweed Seeds; Seaweed Planting; Seaweed Treatment; Stages of Seaweed Harvesting; Harvest Drying. After going through the cultivation process, the seaweed is marketed through personal selling to local collectors and local collectors to large collectors. The marketing communication strategy for seaweed in the bitch environment is seen from 2 supporting factors, namely internal and external factors. Where these two factors contain the opportunities and threats faced in seaweed cultivation then seaweed farmers promote seaweed by advertising through farmer groups formed by seaweed farmers and by conveying word of mouth (mouth to mouth) by increasing the quality and quantity seaweed in increasing the income of farmers in the Jalang Environment, Sajoanging District, Wajo Regency.*

Keywords: *Marketing Communication Strategy. *Eucheuma Cottonii* Seawee. Increase revenue*

PENDAHULUAN

Kabupaten Wajo dikenal sebagai produsen rumput laut terbesar di Sulawesi Selatan. Bahkan informasi yang beredar, produksi rumput laut asal Bumi Lamaddukelleng ini terpaksa dilempar ke luar daerah. Alasannya meski berproduksi tinggi, namun masyarakat penghasil tumbuhan air ini belum bisa mengolahnya dengan baik. Data yang dihimpun menyebutkan, ada enamkecamatan di Wajo ini yang eksis menghasilkan rumput laut. Antaranya, Kecamatan Penrang, Bola, Takkalalla, Pitumpanua dan Sajoanging serta Keera. 2011 lalu, produksinya mencapai 113.188 ton. (Sindows.com).

Kecamatan Sajoanging adalah sentra penghasil rumput laut di Kabupaten Wajo. Dari total 433.000 ton lebih produksi rumput laut di Wajo pada 2020 lalu, sebagian besar berasal dari Sajoanging. Lingkungan Jalang, Kelurahan Akkajeng,

Kecamatan Sajoanging berada di pesisir Teluk Bone. Jaraknya dari Sengkang, ibu kota Kabupaten Wajo sekitar 55 km. Ketika memasuki dusun tersebut, aroma asin laut dan bau khas rumput laut setengah kering bakal menyeruak.

Rumput laut jenis *Eucheuma Cottonii* merupakan komoditi ekspor yang potensial untuk dikembangkan. Saat ini Indonesia masih merupakan salah satu Negara eksportir penting di Asia karena rumput laut tumbuh dan tersebar hampir di seluruh perairan Indonesia. Rumput Laut masih banyak di ekspor dalam bentuk bahan mentah yaitu berupa rumput laut kering. Menurut Departemen Kelautan dan Perikanan (2010), sebanyak 70% produksi bahan mentah rumput laut kering di ekspor ke Cina, Uni Eropa, dan Piliphina. Pasar dalam negeri masih menyerap 30% bahan mentah rumput laut kering.

Petani rumput laut memiliki keterbatasan seperti pengetahuan tentang budidaya rumput laut. Mereka lebih banyak hanya mengandalkan pengalaman yang dilakukan seorang petani rumput laut, kemudian diikuti oleh petani rumput laut lainnya. Demikian pula dengan persoalan manajemen yang tergolong masih kurang sampai saat ini eksistensi mitra (petani rumput laut) dengan masyarakat sekitar cukup besar, diantaranya adalah dapat membuka lapangan kerja baru, dimana para nelayan di Lingkungan Jalang ini sebelum adanya budidaya rumput laut, mereka hanya menggantungkan hidupnya atau hanya bermata pencaharian sebagai petani tambak ikan, tetapi dengan adanya usaha rumput laut yang berkembang di daerah ini, para nelayan telah berkembang usahanya dari petani tambak ikan dan juga berusaha budidaya rumput laut.

Pengembangan usaha rumput laut di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging diharapkan akan meningkatkan pendapatan kesejahteraan masyarakat, khususnya para petani rumput laut. Upaya meningkatkan produksi perikanan dapat ditempuh melalui usaha budidaya rumput laut baik di darat maupun dilaut. Rumput Laut merupakan salah satu jenis budidaya yang mempunyai peluang untuk dikembangkan.

Rumput Laut yang dihasilkan di Kabupaten Wajo Kecamatan Sajoanging tepatnya di Lingkungan Jalang memiliki kualitas dan kuantitas dalam meningkatkan rumput laut dari basah sampai kering. Meningkatkan produksi diharapkan perkembangan Agroindustri yang berbasis rumput laut agar dapat mempercepat pembangunan untuk menurunkan tingkat kemiskinan. Review potensi rumput laut ini bermaksud memberikan informasi mengenai kajian pemanfaatan sumber daya rumput laut dari aspek industri dan kesehatan, sehingga diharapkan dapat menambah khasanah keanekaragaman makanan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan dan memantapkan pemanfaatannya di bidang industri Indonesia.

METODE

Tipe Penelitian dan Pendekatan

Berdasarkan jenis penelitiannya, maka penelitian ini menggunakan

pendekatan Kualitatif dengan tipe penelitian Deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan dua keadaan atau lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Jenis penelitian ini digunakan karena dapat menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan-kenyataan.

Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Lingkungan Jalang, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo , Sulawesi Selatan. Waktu yang digunakan oleh peneliti selama kurang lebih 2 bulan mulai Agustus sampai September 2022.

Informan

Adapun penetapan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu “teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”. Informan yang dipilih ialah orang-orang yang berhubungan dengan apa yang akan diteliti dan yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dan valid. Kriteria informan yang peneliti pilih ialah orang-orang yang berada di daerah yang ingin diteliti, mengetahui atau terlibat langsung dengan permasalahan dan bisa berargumentasi dengan baik.

Jenis Data

1. Data Primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung melalui wawancara pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti kepada sumbernya tanpa ada perantara dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui responden.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, data sekunder merupakan sumber data tidak langsung yang mampu memberikan data tambahan serta penguatan terhadap data penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipan yaitu penelitian yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang telah mapan dan memiliki beberapa sifat yang unik. Salah satu aspek wawancara yang terpenting ialah sifatnya yang luwes.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal variabel yang berupa catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain. Dokumen bisa berbentuk arsip, jurnal, gambar-gambar. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.

Analisi Data

1. Reduksi Kata

Mereduksi kata berarti merangkum dan memilih hal-hal yang penting. Tahapan ini, peneliti mengumpulkan seluruh data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah didapat selama proses penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi secara sistematis dalam rangka memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan dalam rangka menyusun teks dari reduksi kata sehingga dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini penarikan kesimpulan yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap hasil analisis dan evaluasi kegiatan yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses budidaya dan tahapan pemasaran pada petani rumput laut *eucheuma cottonii* dalam meningkatkan pendapatan di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan melalui observasi dan wawancara langsung dengan informan mengenai strategi komunikasi pada petani rumput laut *eucheumaa cottonii* dalam meningkatkan pendapatan di lingkungan jalang kecamatan sajoanging kabupaten wajo, bahwa sebelum sampai di tahap pemasaran rumput laut terlebih dahulu melalui beberapa proses dan tahapan yang dilakukan petani rumput laut seperti pemilihan lokasi budidaya rumput laut, melakukan uji penanaman, memilih metode budidaya rumput laut yang sesuai, pemilihan bibit rumput laut, perawatan rumput laut, melalui proses panen serta pengeringan hasil panen. Setelah rumput laut kering barulah di kumpulkan atau di jual ke pengepul lokal yang tentunya dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas rumput laut agar dapat mempengaruhi pendapatan petani di kabupaten wajo.

Proses pemilihan lokasi menjadi tahapan pertama, sebelum melakukan budidaya rumput laut. Sesudah memilih lokasi budidaya, hal selanjutnya yang harus Anda lakukan yaitu menguji kelayakan lokasi tersebut dengan cara menanam rumput laut. Selanjutnya yaitu melakukan pemilihan bibit rumput laut jenis *eucheuma cottonii*. Setelah melakukan pemilihan bibit, hal selanjutnya yaitu melakukan penanaman bibit yang tentunya harus membutuhkan komunikasi yang baik agar bisa saling membantu dalam melakukan penanaman bibit, karena sebelum rumput laut di tanam di laut, maka terlebih dahulu di ikat di tali khusus rumput laut. Setelah rumput laut di ikat, maka akan di bawa ke laut untuk di ikatkan ke pada tali besar atau pondasi dengan menggunakan tali penghubung, kemudian di ikatkan pelampung dari styroform atau botol plastik, supaya rumput laut tidak mengapung di permukaan, dan tidak tenggelam saat rumput laut sudah besar, Tahap selanjutnya yaitu proses memanen rumput laut, bahwa waktu panen rumput laut berkisar antara 40 (empat puluh) hari sampai 2 (dua) bulan, karena jika lebih dari dua bulan maka rumput laut akan rusak.

Setelah rumput laut kering maka sampailah pada tahap pengemasan, yaitu rumput laut di masukkan kedalam karung besar, yang kemudian di injak agar karung bisa terisi penuh kemudian tahap selanjutnya yaitu di pasarkan atau di jual langsung kepada pengepul lokal, kemudian pengepul lokal yang akan mengkomunikasikan kepada pengepul besar yang ada di Makassar kapan rumput lautnya akan di jemput untuk di timbang dan dijual. Lalu, pengepul besar yang akan mengeksport keluar negeri seperti Jepang, Korea, Thailand, dan sebagainya.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Petani Rumput Laut *Eucheuma Cottonii* Dalam Meningkatkan Pendapatan di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo.

Strategi komunikasi pemasaran pada petani rumput laut *eucheuma cottonii* di lingkungan jalang dapat dilihat dari dua faktor pendukung yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang di miliki berupa kekuatan dan kelemahan yang di miliki dari cara strategi komunikasi pemasaran rumput laut di lingkungan jalang, kecamatan sajoanging kabupaten wajo. Adapun kekuatan yang dimiliki yaitu pemasaran yang mudah. Penyimpanan rumput laut yang efisien dan adapun kelemahan yang dimiliki yaitu sering mengalami gagal panen karena kurangnya komunikasi antara petani yang satu dengan lainnya sehingga tidak bisa saling bertukar pengalaman mengenai proses budidaya rumput laut.

Dalam faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi strategi komunikasi pemasaran di lingkungan jalang. Adapun peluang yang dimiliki yaitu permintaan pasar yang tinggi setiap tahun dan tersedianya kredit usaha dari pengepul setempat. Sedangkan ancaman yang di miliki yaitu pencemaran perairan di lokasi budidaya rumput laut, perubahan harga rumput laut dan persaingan kualitas dan kuantitas rumput laut kering dari usaha budidaya sejenis. Maka oleh karena itu di butuhkan strategi Analisis SWOT

Strategi SO untuk memanfaatkan potensi untuk meraih peluang, yaitu dengan cara tetap mempertahankan pemasaran rumput laut secara berkesinambungan agar memenuhi permintaan pengepul lokal dan permintaan pasar ekspor dunia. Strategi WO, untuk mengatasi kelemahan untuk meraih peluang, yaitu dengan penyediaan informasi mengenai harga pasar sehingga petani rumput laut dapat mengetahui standarisasi pasaran yang sesuai untuk penjualan di dalam maupun luar negeri. Strategi ST untuk memanfaatkan potensi untuk menghadapi tantangan, yaitu mempertahankan jumlah penjualan dan penyimpanan rumput laut kering sehingga dapat memasarkan pada waktu tertentu kepada pengepul lokal dengan harga terbaik. Strategi WT untuk meminimalkan kelemahan untuk bertahan dari ancaman, dengan harga rumput laut yang tidak stabil di pasaran diharapkan adanya penyediaan informasi mengenai harga agar petani maupun pengepul lokal dapat mengantisipasi perubahan harga rumput laut kering di pasar. Petani rumput laut di lingkungan jalang mempromosikan rumput laut dengan cara mengiklankan melalui kelompok tani yang dibentuk oleh petani rumput laut dan dengan menyampaikan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) dengan menambah kualitas dan kuantitas rumput laut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya terkait rumusan masalah pada penelitian ini, maka penulis menyimpulkan bahwa:

a. Proses budidaya dan tahapan pemasaran pada petani rumput laut *eucheuma cottonii* dalam meningkatkan pendapatan di Lingkungan Jalang Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo

Sebelum sampai tahapan pemasaran maka di perlukan proses budidaya rumput laut terlebih dahulu dengan memperhatikan; Pemilihan Lokasi Budidaya Rumput Laut, Melakukan Uji Penanaman, Memilih Metode Budidaya Rumput Laut Yang Sesuai, Pemilihan Bibit Rumput Laut, Penanaman Rumput Laut, Perawatan Rumput Laut, Tahapan Panen Rumput Laut, Pengeringan Hasil Panen.

Setelah melalui proses budidaya maka rumput laut di pasarkan melalui *personal selling* atau pemasaran secara langsung kepada pengepul lokal dan pengepul lokal ke pengepul besar. Dengan memperhatikan beberapa proses dan tahapan diatas agar petani tidak mengalami kerugian dan gagal panen sehingga pendapatan petani di lingkungan jalang kecamatan sajoanging kabupaten wajo meningkat.

a) Strategi komunikasi pemasaran pada petani rumput laut *eucheuma cottonii* dalam meningkatkan pendapatan di lingkungan jalang kecamatan sajoangin kabupaten wajo.

Strategi komunikasi pemasaran rumput laut di lingkungan jalang dilihat dari 2 faktor pendukung yakni faktor internal dan eksternal. Dimana dua faktor tersebut berisi peluang dan ancaman yang dihadapi dalam budidaya rumput laut. Dari faktor tersebut telah dirumuskan beberapa strategi khusus, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran dalam pembudidayannya Setelah menetapkan posisi produknya, pengepul lokal harus mengambil langkah-langkah

pasti untuk mengkomunikasikan posisi yang diinginkan kepada petani rumput laut sebagai sasaran. Seluruh upaya bauran pemasaran pengumpul lokal harus mendukung strategi penentuan posisi. Dimana sebelumnya petani rumput laut sering mengalami gagal panen sehingga dapat mengurangi pendapatan petani tetapi dengan menentukan posisi perusahaan membutuhkan tindakan nyata. Jika telah memutuskan untuk membangun posisi pada mutu dan pelayanan yang lebih baik, pengepul lokal harus menyampaikan posisi itu. Petani rumput laut mempromosikan rumput laut dengan cara mengiklankan melalui kelompok tani yang dibentuk oleh petani rumput laut dan dengan menyampaikan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) dengan menambah kualitas dan kuantitas rumput laut sehingga dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan petani di lingkungan Jalang kecamatan Sajoanging kabupaten Wajo.

REFERENSI

- Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro. 2015. *Manajemen Strategis (Kajian Manajemen Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amir Purba, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa.
- Amstrong, Gery dan Philip Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- A Muri Yusuf. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Fattah, Nanang. 1996. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT. Remajarosda karya.
- Haruni,Bakti. 2010. *Profil Kecamatan Sulawesi Selatan*. Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan: Makassar.
- Ilham, Prisgunanto. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2009. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Comunication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

- Morissan, A.M. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Suroto. 2000. *Strategi pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity.
- Sugiarti.dkk. 2020. *Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Panuju,Redi. 2018. *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. Pranada Media Group: Jakarta.
- Ahmad. 2020. *4 Manajemen Strategis*. 1st Ed. Ed. Rizaldi Salam. Makassar: Cv Nas Media Pustaka.
- Anshori,Ivan. dkk. 2017. *Marginalisasi Petani Rumput Laut Pada Masyarakat Pesisir Desa Kampung Toyapakeh Kecamatan Nusa Penida Klungkung*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana.
- Budio, Sesra. 2019. *Strategi Manajemen Sekolah*, Jurnal Menata Volume 2,No. 2, Juli-Desember.
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*.
- Hamdan. 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Kota Makassar*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.