

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, A. R., Hadyana, C. A., & Gustyadi, D. (2024). Peran Digital Marketing dalam Mengembangkan Agribisnis (Studi Kasus: Kebun Edukasi Eptilu, Kabupaten Garut. *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*, 4(2), 263–272. <https://doi.org/10.29313/bcsurp.v4i2.12732>
- Ajeng, K. P., & Fitriah, E. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 4(2), 768–774. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v4i2.13307>
- Amiruddin, M., Dwiyanto, D., & Aminah Karim, S. (2022). Peningkatan Produksi Tanaman Jagung pada Perlakuan Pupuk NPK Mutiara dalam Meningkatkan Perekonomian Petani di Kelurahan Malotong. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 35–42.
- Amriuddin, M. H., Andesta, D., & Widyaningrum, D. (2020). Pendekatan Metode SWOT dan QSPM pada Strategi Pemasaran Produk Petis Udang (Studi Kasus : UD Sahabat Barokah di Desa Sungonlegowo. *Jurnal Sistem dan Teknik Industri*, 1(4), 489–502.
- Anwar, M., Endang Prasteyo, R., Fitri Danasari, I., & Dwi Haryati, N. (2020). Identifikasi Peluang Usahan Pemanfaatan Limbah Tanaman Jagung (*Zea mays L*) di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Agri Rinjani*, 1(1), 41–51.
- Asha, T. S. (2024). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Maharoepa Art Project). *Jurnal Tata Kelola Seni*, 1(10).
- Darmawan, A., Darna, N., & Suhendi, R. M. (2021). Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Danbi Internasional Cabang Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 41–47.
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi, dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT Bina Buana Semesta. (*JEBI*) *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1), 19–25. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Erviyana, P. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Tanaman Pangan Jagung di Indoensia. *Journal of Economics and Policy*, 7(2), 100–202. <https://doi.org/10.15294/jejak.v7i1.3596>
- Fadlilah, S., Dede, C., Nekada, Y., Apriyanti, M. R., & Damayanti, S. (2022). Air Rebusan Jagung (*Zea Mays L*) Efektif Menurunkan Kadar Kolesterol Darah. *Journal Of Nutrition College*, 11(4), 272–277. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jnc/>
- Fahira, N., & Hasni. (2021). Penggunaan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QPSM) dalam Menganalisis Strategi Pemasaran pada Usaha Dagang Meubel Nur Sera Jati di Kota Baubau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMButon*, 3(1), 107–118.

- Fauzi, M., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Marketing Strategy Analysis Of PT. Azza Risalah Pratama Based On Marketing Mix 7P. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7834–7843. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Hatta, H., Marthen Moonti, R., Yulanda Moito, S., Aripin, N., Bahmid, H., Olii, S. H., Bahu, A. S., Akuba, M., Igrisa, N., Ramli, F., & Setiawan, I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Dodol Jagung di Desa Tri Rukun Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gorontalo*, 22–31.
- Huda, M., & Trisninawati. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap Kinerja Karyawan dalam Meningkatkan Promosi Produk di PT Pusri Palembang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 3(1), 13–26.
- Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Usaha Mikro Kecil Menengah) UMKM Crab Food di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 262–280. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.519>
- Indira, K., & Nursigit, B. (2020). Analisis Matematis Pengaruh Umur Panen Jagung Tongkol dan Suhu Ruang Terhadap Perubahan Suhu Produk Selama Proses Penyimpanan. *Agrosintesa*, 3(2), 71–80.
- Khaerunnisa, T., Setiawan, I., Trimo, L., & Mukti, G. W. (2024). Strategi Pemasaran Kombucha Cascara Menggunakan Konsep Marketing Mix 7P dengan Analisis Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus PT Agritama Sinergi inovasi Kota Bandung). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(2), 171–185. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i2.1173>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Kobandaha, Y., Rares, J. R., & Palar, N. (2020). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Di Dinas Pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. *Jurnal Manajemen Universitas Sam Talulagi*, 3(2), 20–26.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, Z. M. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS dan EFAS. *Al Tijarah*, 2(5), 93–103.
- Kurriwati, N., & Ramadayanti, F. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi (Studi Pada Ramio Cafe And Mart di Sumenep). *Eco-Entrepreneurship*, 7(2), 99–110.

- Laura, P., & Ayu, F. (2024). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Formulasi Matrik SWOT dan Metode QSPM. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 680–686. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1077>
- Mayangsari, A., Agnitian Wijaya, R., & Mufid, A. (2024). Analisis SWOT Pemasaran Cabai pada Koperasi Primadona Situbondo. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(2), 2541–2546.
- Mudarris, & Wardillah, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Omzet Penjualan di Warung Seroja Burneh Bangkalan. *Jurnal Studi Keislaman*, 3(2), 1.
- Mujiadi, Hatmoko, D. R., & Fahmi, A. (2022). Penanganan Pasca Panen Komoditas Jagung di Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perkebunan*, 5(1), 1–6.
- Mutiara Aini, L. (2019). Penentuan Provinsi-provinsi Terbaik dalam Produksi Jagung Nasional Melalui Analisis Kuadran atas Variabel Produksi dan Produktivitas Per Satuan Luas Lahan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(4), 751–760. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.10>
- Nowira, P. A., & Sari, R. P. (2021). Strategi Persaingan Jamu Gunanty Menggunakan Matriks: Internal Eksternal, Bowman Strategy, Grand Strategy dan Profil Kompetitif. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 8(2), 53. <https://doi.org/10.24853/jisi.8.2.53-64>
- Nurjannah, H., & Pardian, P. (2025). Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Marketing Strategy for Mocaf Cake Products at Nola Cookie, Pasanggrahan Baru, South Sumedang. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 1540–1548.
- Nurmutmainnah, Hasan, I., & Haris, A. (2024). Strategi Pemasaran Produk Selada Sistem Hidroponik dalam Mendukung Pengembangan Pertanian Organik. *WIRATANI : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2), 129–141. <http://jurnal.agribisnis.umi.ac.id>
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi dengan Metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus pada D'Gruz Caffé di Kecamatan Sumenep. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24.
- Rizqiani Rusydi, A., Ulmy Mahmud, N., Sumiaty, & Yuliati. (2021). Peningkatan Produktivitas Masyarakat Melalui Pengolahan Puding Jagung di Desa Sanrobone Kabupaten Takalar. *Communnity Development Journal*, 2(3).
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.

- Setyorini, H., Effendi, ud, & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sinaga, A. H. (2018). Analisis Komoditi Jagung (Zea Mays L). *Jurnal Dharma Agung*, 26(1), 319–325.
- Sintiya, Dwi Yulihartika, R., & Fariadi, H. (2024). Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Produksi pada Industri Rumah Tangga Roti Bakar Bandung Nukasep di Pasar Pedati Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Agroqua*, 22(1), 199–206. <https://doi.org/10.32663/ja.v21i2.4434>
- Sobarudin, R., Sucyati, T., & Budirokhman, D. (2015). Pengaruh Waktu Detasseling Terhadap Hail Beberapa Kultivar Tanaman Jagung Semi (Zea Mays L.). *JURNAL AGRIJATI*, 29(3), 23–33.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat pada PT X. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Tulle, N. P., Olviana, T., & Elvani, S. (2024). Analisis Nilai Tambah Diversifikasi Produk Olahan Kacang Tanah di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Sima Indah). *Buletin Ilmiah IMPAS*, 25(2).
- Utomo, D., Maghfiroh, K., & Nuswardhani, S. K. (2024). Pendampingan Diversifikasi Pangan Olahan Jagung Berbasis “Less Waste” pada Kelompok Wanita Tani di Desa Kersikan Pasuruan. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 5(4), 995–1009. <https://doi.org/10.33650/guyub.v5i4.9523>
- Zainuri, R., & Pompong, B. S. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *JURNAL MANEKSI*, 12(1), 22–28.

Lampiran

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian



Proses pengepakan



Proses pengisian kuesioner



Foto bersama kepala produksi



Foto bersama pekerja



Bahan baku jagung



Bahan baku wortel



Varian jagung pipil



Varian *mix vegetables*



Hasil pemotongan buncis



Pengisian kuesioner



Website Vegemas

Lampiran 2. Matriks perhitungan QSPM

Faktor - faktor		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		Strategi 9		Strategi 10	
Kekuatan (Strenghts)	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kualitas produk yang terjamin dengan jagung pipil dan <i>mix vegetable</i> yang segar dan higienis	0,13	4,00	0,53	2,00	0,27	4,00	0,53	4,00	0,53	4,00	0,53	3,00	0,40	3,00	0,40	3,00	0,40	4,00	0,53	1,00	0,13
Distribusi produk yang terjamin	0,13	3,00	0,40	2,00	0,27	4,00	0,53	4,00	0,53	2,00	0,27	4,00	0,53	2,00	0,27	2,00	0,27	2,00	0,27	3,00	0,40
Harga produk yang kompetitif	0,09	2,00	0,18	3,00	0,27	3,00	0,27	2,00	0,18	4,00	0,36	2,00	0,18	4,00	0,36	2,00	0,18	3,00	0,27	3,00	0,27
Melakukan promosi secara online	0,11	2,00	0,22	3,00	0,33	3,00	0,33	1,00	0,11	3,00	0,33	1,00	0,11	1,00	0,11	2,00	0,22	2,00	0,22	3,00	0,33
Pengemasan produk yang menarik dan praktis	0,09	1,00	0,09	4,00	0,36	4,00	0,36	3,00	0,27	3,00	0,27	3,00	0,27	3,00	0,27	3,00	0,27	2,00	0,18	2,00	0,18
Kelemahan (Weaknesses)																					
Produk yang tidak bisa tahan lama	0,09	4,00	0,36	3,00	0,27	2,00	0,18	2,00	0,18	4,00	0,36	2,00	0,18	4,00	0,36	4,00	0,36	3,00	0,27	3,00	0,27
Ketergantungan tinggi pada distributor lokal	0,13	2,00	0,27	3,00	0,40	3,00	0,40	1,00	0,13	2,00	0,27	3,00	0,40	4,00	0,53	3,00	0,40	4,00	0,53	3,00	0,40
Keterbatasan teknologi modern yang memperlambat kapasitas produksi	0,04	4,00	0,18	2,00	0,09	4,00	0,18	3,00	0,13	2,00	0,09	4,00	0,18	2,00	0,09	2,00	0,09	3,00	0,13	4,00	0,18
Kurangnya tenaga kerja terampil untuk mengelola produksi dan pemasaran	0,09	1,00	0,09	3,00	0,27	2,00	0,18	4,00	0,36	3,00	0,27	3,00	0,27	1,00	0,09	1,00	0,09	3,00	0,27	3,00	0,27
Kurangnya variasi produk dan inovasi	0,09	4,00	0,36	2,00	0,18	3,00	0,27	4,00	0,36	4,00	0,36	1,00	0,09	2,00	0,18	3,00	0,27	1,00	0,09	4,00	0,36

Peluang (Opportunities)																					
Peningkatan tren konsumsi makanan sehat seperti mix vegetable	0,12	4,00	0,46	3,00	0,35	4,00	0,46	2,00	0,23	2,00	0,23	3,00	0,35	4,00	0,46	3,00	0,35	3,00	0,35	4,00	0,46
Kemudahan akses teknologi digital untuk pemasaran digital	0,12	4,00	0,46	4,00	0,46	3,00	0,35	3,00	0,35	3,00	0,35	4,00	0,46	3,00	0,35	2,00	0,23	2,00	0,23	3,00	0,35
Potensi perluasan pasar ke wilayah luar daerah yang belum dijangkau.	0,08	2,00	0,15	4,00	0,31	2,00	0,15	4,00	0,31	2,00	0,15	4,00	0,31	2,00	0,15	4,00	0,31	3,00	0,23	2,00	0,15
Dukungan pemerintah untuk UMKM melalui program pelatihan dan pendanaan	0,08	3,00	0,23	3,00	0,23	3,00	0,23	3,00	0,23	1,00	0,08	3,00	0,23	2,00	0,15	3,00	0,23	4,00	0,31	1,00	0,08
Peluang kerja sama dengan industri makanan olahan	0,12	4,00	0,46	4,00	0,46	4,00	0,46	4,00	0,46	4,00	0,46	2,00	0,23	4,00	0,46	4,00	0,46	4,00	0,46	3,00	0,35
Ancaman (Threats)																					
Persaingan dari UMKM lain yang menawarkan produk sejenis	0,08	3,00	0,23	3,00	0,23	3,00	0,23	2,00	0,15	4,00	0,31	3,00	0,23	3,00	0,23	2,00	0,15	3,00	0,23	4,00	0,31
Banyaknya kompetitor yang sudah memiliki strategi promosi digital yang sudah matang	0,12	2,00	0,23	3,00	0,35	2,00	0,23	3,00	0,35	4,00	0,46	4,00	0,46	2,00	0,23	3,00	0,35	3,00	0,35	2,00	0,23
Naik turunnya harga bahan baku yang mempengaruhi harga akhir produk	0,12	3,00	0,35	4,00	0,46	3,00	0,35	3,00	0,35	3,00	0,35	2,00	0,23	1,00	0,12	4,00	0,46	4,00	0,46	1,00	0,12
Menurunnya daya beli konsumen	0,10	1,00	0,10	4,00	0,38	1,00	0,10	1,00	0,10	1,00	0,10	1,00	0,10	3,00	0,29	1,00	0,10	4,00	0,38	3,00	0,29
Keterbatasan pengetahuan dan teknologi dalam mengelola pemasaran digital	0,10	2,00	0,19	4,00	0,38	4,00	0,38	3,00	0,29	4,00	0,38	2,00	0,19	4,00	0,38	2,00	0,19	3,00	0,29	3,00	0,29
Total	-	-	5,72	-	6,30	-	6,16	-	5,59	-	5,95	-	5,39	-	5,47	-	5,36	-	6,04	-	5,39

Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Jagung Pipil di Vegemas, Depok

ORIGINALITY REPORT

30%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

21%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	2%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	ojs.unimal.ac.id Internet Source	1%
5	library.binus.ac.id Internet Source	1%
6	adoc.pub Internet Source	1%
7	tambahpinter.com Internet Source	1%
8	ejournal.agribisnis.uho.ac.id Internet Source	1%
9	Khairul Nurbain, Ahsin Daroini. "Manajemen Strategi Pengembangan Produk Bibit Di Desawisata Jambu Kabupaten Kediri", Otonomi, 2021 Publication	1%
10	Edi Usman, Anita Admayanti, Mutiah Rahma. "Strategi Pemasaran Beras Organik dalam	1%