

## PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PEMPEK LALA DI PASAR 26 ILIR DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KOTA PALEMBANG

Putri Salsabilla<sup>1</sup>, Selvia Anggraini<sup>2</sup>, Ahmad Fathoni Fahri<sup>3</sup>, Rofiansyah Almatin<sup>4</sup>,  
Maya Panorama<sup>5</sup>

<sup>1</sup>UIN Raden Fatah Palembang, [salsabillap310@gmail.com](mailto:salsabillap310@gmail.com).

<sup>2</sup>UIN Raden Fatah Palembang, [selvianggrainizael@gmail.com](mailto:selvianggrainizael@gmail.com).

<sup>3</sup>UIN Raden Fatah Palembang, [ahmadfathonifahri@gmail.com](mailto:ahmadfathonifahri@gmail.com).

<sup>4</sup>UIN Raden Fatah Palembang, [rofiansyah20072002@gmail.com](mailto:rofiansyah20072002@gmail.com).

<sup>5</sup>UIN Raden Fatah Palembang [mayapanorama\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:mayapanorama_uin@radenfatah.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Ini menggambarkan hasil studi observasional dan dokum. enter. Hal ini dilakukan untuk mengetahui peran media sosial dalam pengembangan Pempek Lala di Pasar Ilir 26 dalam meningkatkan perekonomian Kota Palembang. Area pasar 26 tempat masyarakat ilir menguasai matapencaharian sebagai pengusaha Pempek. Tujuan penelitian yang dapat dicapai adalah mem. perjelas peran media sosial dal. am meningkatkan perekonomian Kota Palembang dari toko Pempek yang ada di pasar 26 Ilir.

Metode pelaksanaannya menggunakan media sosial Instagram. Instagram dianggap sebagai media sosial yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis saat ini. Penggunaan fungsionalitas Instagram diharapkan dapat mendorong konsumen khususnya di Kota Palembang untuk mengunjungi homepage Instagram yang dibuat oleh Pempek Lala. Selain Instagram, ada cara lain untuk berjualan di platform seperti Gojek, Grab, dan Shopee.

Penelitian ini dilakukan di Outlet pempek lala dipasar 2. 6 ilir, Talang Semut, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 04 Oktober 2022. Metode yg dipakai pada artikel ini merupakan metode kualitatif, yaitu kumpulan kata-kata bukan angka, dan tidak dapat dikategorikan/ diklasifikasikan. Metode penelitian ini merupakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Salah satu yang menjadi kekuatan ekonomi kreatif Palembang adalah usaha pempek khususnya yang ada di wilayah pasar 26 ilir. Jadi hasil penelitian ini akan menjelaskan bagaimana peran media sosial Terhadap Pengembangan Usaha Pempek Lala Dipasar 26 Ilir Dalam Meningkatkan Perekonomian Kota Palembang.

**Kata Kunci:** media sosial, pempel 26 ilir, perekonomian Palembang

### ABSTRACT

*This study used a qualitative research method with a descriptive approach. It describes the results of observational and documentary studies. This was done to determine the role of social media in the development of Pempek Lala at Pasar Ilir 26 in improving the economy of Palembang City. Market area 26 where the illegal community dominates their livelihood as Pempek entrepreneurs. The research objective that can be achieved is to clarify the role of social media in improving the economy of Palembang City from the Pempek shop in the 26 Ilir market.*

*The implementation method uses Instagram social media. Instagram is considered as a very influential social media in today's business world. The use of Instagram functionality is expected to encourage consumers, especially in the city of Palembang to visit the Instagram homepage created by Pempek Lala. Apart from Instagram, there are other ways to sell on platforms such as Gojek, Grab, and Shopee.*

*This research was conducted at the Pempek Lala Outlet in the 26 ilir market, Talang Semut, Bukit Kecil District, Palembang City, South Sumatra. Province on October 4, 2022. The method used in this article*

*is a qualitative method, which is a collection of words not numbers and not numbers. can be categorized/classified. This research method is the method of observation, interviews and documentation. One of the strengths of Palembang's creative economy is the pempek business, especially in the 26 ilir market area. so the results of this study will explain how the role of social media in Pempek Lala Business Development in 26 Ilir Market in Improving the Economy of Palembang City.*

**Keywords:** social media, pempek 26 ilir, Palembang economy

## PENDAHULUAN

Salah satu peluang bisnis yang paling diminati di bidang kuliner adalah kuliner lokal. Sejalan dengan permintaan pasar, produk-produk khas daerah juga kini tersebar luas dan tidak terbatas di kota-kota pada asalnya saja. Pempek atau empek-empek Palembang adalah bukti konkret keberhasilan kuliner tradisional yg sudah berhasil dideklarasikan menjadi sajian nasional. Pempek adalah makanan khas dari Sumatera Selatan yang beribukota di Palembang, dan kini menjadi sajian populer tidak hanya di Sumatera. Namun kini pempek sudah tersebar hampir di seluruh Indonesia. Makanan khas ini sudah memiliki peluang pasar yang sangat luas dari kalangan menengah ke bawah. Oleh karena itu, peluang bisnis di sektor pempek kuliner sangat mungkin menghasilkan keuntungan yang menggiurkan.

Pempek adalah makanan khas Palembang. Makanan olahan ikan & sagu ini gampang ditemukan pada kota Palembang. Di toko dan di jalan, kebanyakan orang menjual pempek. Selain tempat asalnya, ketersediaan pempek di kota Palembang membuat Palembang dikenal sebagai kota pempek. Awalnya, Pempek dikenal sebagai "Kelesan". Ini adalah nama alat yang digunakan untuk meratakan daging ikan yang berbentuk cembung dan memiliki semacam kuping pada salah satu sisinya. Pempek dibuat dengan cara menekannya di atas alas yang menyerupai papan cuci. Awalnya, "alu" atau alat untuk meratakan ikan dari batok kelapa yang dilubangi. Ganti alat dengan penggiling.

Setelah itu, nama Pempek mulai populer di Palembang, mungkin karena Pempek sebelumnya dipasarkan dengan nama seorang lelaki tua keturunan Tionghoa, apek. Maka ketika Apek menjualnya ke masyarakat, orang mulai menyebutnya "pekmpek" dan Seiring waktu, kata "pek" berubah menjadi "pempek". Kisah ini masih perlu. digali lebih dalam, namun bahan dasar pempek adalah ikan. Ikan pertama yang kami gunakan adalah ikan Belida. Karena merupakan spesies langka yang masih dalam pengembangan, selain mahal harganya juga sulit didapat. Situasi ini menyebabkan orang beralih ke ikan yang lebih murah & lebih gampang didapat. Secara historis, Berbagai jenis ikan digunakan sebagai bahan baku pempek. Ikan dibersihkan dengan membuang kepala dan tulangnya, digiling sampai halus dan dicampur dengan tepung.

Media sosial adalah saluran atau media untuk interaksi sosial secara online di dunia maya (Internet). Pengguna medsos berkomunikasi, berinteraksi, menulis, berbagi, dan terhubung satu sama lain. Kaplan & Michael Haenlein mendefinisikan media umum sebagai "satu set pelaksanaan Internet yg dibangun pada atas dasar filosofis & teknologi Web 2.0 yg memungkinkan penciptaan & menyebarkan konten yg dibentuk pengguna." Media sosial adalah media online melalui internet. Pengguna media umum bisa berkomunikasi, berteman, & mengirim pesan dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Kaplan dan Michael Haenlein menjelaskan bahwa media sosial adalah aplikasi berbasis teknologi Internet dan Web 2.0 yang dapat melibatkan pertukaran pesan dan konten.

Dewasa ini, Perkembangan teknologi era digital semakin cepat dan kompleks. Gaya

hidup masyarakat banyak melihat manfaat dari perkembangan teknologi digital, termasuk usaha mikro, kecil dan menengah yang menggunakan internet sebagai strategi bisnis. Strategi pemasaran yang diterapkan melalui digitalisasi, seperti media sosial, dapat menghemat biaya pemasaran karena hanya membutuhkan kontingen online untuk mempromosikan produk, memperluas pasar secara global dan meningkatkan penjualan.

Teknologi media memiliki beberapa fitur unik, seperti:

1. Informasi ditransmisikan dengan kecepatan tinggi karena dapat mengirimkan informasi dengan kecepatan cahaya.
2. Informasi yang berulang tidak mempengaruhi kualitas dan kuantitas informasi itu sendiri.
3. Informasi dapat dengan mudah diproses dan dikonversi ke format yang berbeda.
4. Kemampuan untuk memproses dan secara interaktif mengkomunikasikan sejumlah besar informasi

Di era digitalisasi, perkembangan teknologi digital semakin cepat & maju. Salah satu dampak besar teknologi pada kehidupan kita sehari-hari secara umum adalah dengan membuat pekerjaan kita lebih mudah. Pada awalnya, manusia hanya melakukan sesuatu dengan apa pun yang dapat mereka akses dengan mudah, tetapi dengan perkembangan teknologi saat ini, orang-orang menggunakan teknologi untuk mengakses sesuatu dan membuat sistem baru darinya. Salah satu dampaknya merupakan digitalisasi. Strategi yang paling efektif & efisien untuk menghadapi era revolusi digital merupakan pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan menciptakan aliran pendapatan baru. Menurut Hervé, istilah pertama untuk Digitalisasi adalah "proses teknis" yang mendigitalkan teknologi. Ini berarti mengganti objek analog atau fisik sebagai representasi digital yang bisa dipakai sistem komputer. Digitalisasi secara sederhana bisa diartikan menjadi transformasi proses usaha tradisional sebagai proses usaha digital. Perkembangan teknologi digital berdampak besar pada kehidupan sehari-hari konsumen. Sebuah tempat yang dapat diakses oleh konsumen, banyak informasi tentang produk & layanan yang mereka terima waktu berbelanja. Oleh karena itu, digitalisasi memegang peranan penting dalam industri dan salah satunya adalah strategi pemasaran untuk mempromosikan produk.

## METODE

### Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sentra Produksi Pempek Pasar 26 Ilir Kota Palembang. Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian ini adalah satu hari dan dilaksanakan pada tanggal 4 oktober 2022

### Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah input langsung dari lapangan untuk menggali, melihat serta memahami proses penjualan pempek. Pada pekerjaan ini sangat membantu mata pencarian masyarakat yang paling mendominasi, sehingga membantu perekonomian masyarakat kota Palembang. Kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk foto-foto.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa Observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Metode Observasi dilakukan karena dengan metode inilah dapat melakukan pengamatan dengan cara yang lebih mendetail dan memahami kondisi apa yang terjadi sebenarnya pada lokasi penelitian. Observasi dilakukan

dengan cara mendatangi langsung objek penelitian yaitu toko pempek Lala di pasar 26 ilir Palembang

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kualitatif, data itatif berupa kosakata tertentu daripada kumpulan angka, sehingga tidak dapat ditempatkan dalam struktur kategoris/klasifikasi. Data dapat dikumpulkan dalam berbagai cara (pengamatan, wawancara, ringkasan dokumen, rekaman) dan biasanya diproses (menangkap, menambahkan, mengedit atau menyalin) sebelum tersedia untuk digunakan. Disusun dalam teks yang diperluas, tidak menggunakan perhitungan matematis dan statistik sebagai alat analisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di kota Palembang terdapat Sentra Produk Pempek Palembang yang berada di pasar 26 ilir, salah satunya outlet Pempek Lala. Pempek Lala berdiri pada tahun 2008 hingga sekarang, tak hanya menjual pempek saja, Pempek Lala juga menjual bermacam jenis kerupuk. Harga Pempek Lala sangat bervariasi. Sumber produksi Pempek Lala dengan membuat sendiri yang dimana ada karyawan khusus untuk pembuatan produknya. Setiap harinya outlet Pempek Lala selalu ramai akan pengunjung. Tetapi pada wal tahun 2020 outlet Pempek Lala mengalami penurunan omset dikarenakan adanya wabah virus covid 19 membuat sederet outlet pempek di koto Palembang menutup sementara, tak hanya outlet pempek saja tetapi mall hingga pedagang kaki lima lainnya menutup dagangan untuk sementara. Dengan adanya covid 19 yang dimana pendapatan para pedagang menurun membuat outlet Pempek Lala berfokus untuk berjualan secara daring dengan memanfaatkan sosial media.

Dengan menggunakan media sosial pendapatan outlet Pempek Lala menjadi sedikit membaik dari sebelumnya. Para pelanggan tidak perlu jauh-jauh mendatangi outlet Pempek Lala hanya dengan menggunakan sosial media dapat membeli Pempek Lala. Meskipun pendapatannya tidak sebanyak dengan pendapatan penjualan ditempat tetapi dengan seiring berjalannya waktu pendapatan Pempek Lala terhitung dari awal 2021 hingga sekarang kembali menjadi normal karena dibantu dengan media sosial. Bahkan pelanggan yang diluar pulau pun dapat membelinya secara online tidak perlu jauh-jauh datang ke Palembang karena sudah ada pempek vakum yang bertahan hingga tiga hari perjalanan.

Pemasaran (marketing) secara luas didefinisikan dalam satu definisi, pemasaran adalah penciptaan, distribusi, periklanan, dan penetapan harga barang dan jasa, serta ide untuk mencapai hasil yang memuaskan dalam lingkungan yang dinamis (Mc Leod, 2004). Pemasaran, seperti halnya sains, bersifat dinamis dan terus berubah. Perubahan dalam dunia pemasaran sangat penting. Dunia bisn. is sebagai induk dari pemasaran terus berubah seiring waktu. Meskipun ada perubahan, pemasaran tidak dapat dipisahkan dari tiga sahabat tetapnya: konsumen, pesaing, dan bisnis. Ketiga elemen ini selalu hadir dalam setiap diskusi pemasaran.

Media sosial merupakan media komunikasi yang dimiliki oleh hampir semua pengguna internet, ter masuk para pelaku bisnis kre atif di Indonesia. Oleh karena itu, Sangat disayangkan potensi ini belum dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi. Ada banyak sekali jenis dan kegunaan media sosial, Misalnya: Facebook, Twitter, Instagram, Line, Whatsapp, Path, Google+. Para pebisnis bias. anya membutuhkan ruang dan wa. ktu untuk menjual produk dan jasanya, namun kini mereka bisa mulai menghilangkan semua itu.

Manfaat media sosial yang bisa dikenali oleh para pebisnis adalah mereka menghemat waktu. juga meminimalkan biaya iklan dan pemasaran, serta termasuk mempermudah Dengan mendekati diri dengan konsumen dan menerima komentar berupa saran dan masukan. Sebagai penilaian bagi pengusaha untuk lebih mengembangkan produknya. (M. Rijalus Sholihin, Wahyu Arianto, Dina Fitri Khasanah, 2018)



Gambar 1. Outlet Pempek Lala

JENIS PAKET	PACK MINYAK		PACK VACUUM	
	1 kg	1.5 kg	1 kg	1.5 kg
A. Pempek Kecil Campur	50 Pcs	40 Pcs	40 Pcs	30 Pcs
B. Pempek Kecil Campur	30 Pcs	25 Pcs	25 Pcs	20 Pcs
- Pempek Kapal Selam	2 Pcs	1 Pcs	1 Pcs	1 Pcs
C. Pempek Kecil Campur	20 Pcs	15 Pcs	15 Pcs	10 Pcs
- Pempek Kapal Selam	2 Pcs	1 Pcs	1 Pcs	1 Pcs
- Pempek Lelanjir Besar	1 Pcs	1 Pcs	1 Pcs	1 Pcs
A. Pempek Kecil Campur	100 Pcs	80 Pcs	80 Pcs	60 Pcs
B. Pempek Kecil Campur	60 Pcs	50 Pcs	50 Pcs	40 Pcs
C. Pempek Kecil Campur	48 Pcs	38 Pcs	38 Pcs	28 Pcs
- Pempek Kapal Selam	3 Pcs	2 Pcs	2 Pcs	2 Pcs
- Pempek Lelanjir Besar	2 Pcs	2 Pcs	2 Pcs	2 Pcs
A. Pempek Kecil Campur	150 Pcs	120 Pcs	120 Pcs	90 Pcs
B. Pempek Kecil Campur	90 Pcs	70 Pcs	70 Pcs	50 Pcs
C. Pempek Kecil Campur	67 Pcs	50 Pcs	50 Pcs	37 Pcs
- Pempek Kapal Selam	3 Pcs	3 Pcs	3 Pcs	3 Pcs
- Pempek Lelanjir Besar	3 Pcs	3 Pcs	3 Pcs	3 Pcs
A. Pempek Kecil Campur	200 Pcs	160 Pcs	160 Pcs	120 Pcs
B. Pempek Kecil Campur	120 Pcs	90 Pcs	90 Pcs	70 Pcs
C. Pempek Kecil Campur	76 Pcs	60 Pcs	60 Pcs	44 Pcs
- Pempek Kapal Selam	4 Pcs	4 Pcs	4 Pcs	4 Pcs
- Pempek Lelanjir Besar	4 Pcs	4 Pcs	4 Pcs	4 Pcs
A. Pempek Kecil Campur	250 Pcs	200 Pcs	200 Pcs	150 Pcs
B. Pempek Kecil Campur	150 Pcs	120 Pcs	120 Pcs	90 Pcs
C. Pempek Kecil Campur	100 Pcs	80 Pcs	80 Pcs	60 Pcs
- Pempek Kapal Selam	10 Pcs	5 Pcs	5 Pcs	5 Pcs
- Pempek Lelanjir Besar	5 Pcs	5 Pcs	5 Pcs	5 Pcs

SUDU BUKANG  
 - PACK MINYAK = 5 JAM  
 - PACK VACUUM TIDAK BEKU = 20 JAM (HARI)  
 - PACK VACUUM BEKU = 30 JAM (2HARI)  
 - SUDUTUNG DAN PROSES PACKING  
 - PENYIMPANAN DALAM FREEZER 3 MINGGU s.d. 3 MINGGU

Gambar 2. Daftar Harga



Gambar 3. Jenis Pempek



Gambar 4. Stand Model dan Tekwan



Gambar 5. Mengunjungi Outlet Pempek Lala



Gambar 6. Jenis Pempek Lala

PEPEK & M...  
**26 Lala**  
 JL. MUJAHIDIN NO. 23 RT. 14 KEL. TALANG SEMUT  
 022 7877 2781 (Chat Only) 0811 7388 60  
 BUKA SETIAP HARI DARI PUKUL 08.30  
 BISA DIKIRIM KELUAR

**DAFTAR MENU**

Makanan	Minuman
* Pempek Kecil Campur	* Es Campur
* Lenjer Besar Putih	* Es Kacang Merah
* Lenjer Besar Hitam Tenggiri	* Es Sop Buah
* Kapal Selam Goreng/Rebus	* Teh Manis (Es/Hangat)
* Model	* Teh Tawar (Es/Hangat)
* Kapal Selam Goreng - Kuah Model	* Jamak (Es/Hangat)
* Model	* Capuccino (Cina) (Es/Hangat)
* Tickenan	* Milo (Es/Hangat)
* Lenggong Panggang	* Kopi Hitam
* Pempek Panggang (Pedas/Manis)	* Kopi Susu
* Otak-Otak	* Susu Putih (Es/Hangat)
* Pempek Crispy	* Es Kacang
* Srikaya	
	<b>Aneka Juice</b>
	* Juice Alpukat
	* Juice Mangga
	* Juice Strawberry
	* Juice Buah Naga
	* Juice Melon
	* Juice Tomat

CATATAN:  
 \* PERHATIKAN BILANGAN PAKET DIBERILAH BILANGAN BAYAR  
 \* HARGA BERKAITAN WAKTU BELA BERUBAH  
 \* BELA DIBERI SAMA DENGAN PAKET & NOTA TUJUAN

Gambar 7. Daftar Harga



Gambar 8. Foto Bersama Karyawan



Gambar 9. Wawancara Bersama Karyawan



Gambar 10. Wawancara Bersama Karyawan

## KESIMPULAN

Salah satu peluang bisnis yang paling diminati di bidang kuliner adalah kuliner lokal. Sejalan dengan permintaan pasar, produk-produk khas daerah juga kini tersebar luas dan tidak terbatas di kota-kota pada asalnya saja. Pempek atau empek-empek Palembang adalah bukti konkret keberhasilan kuliner tradisional yg sudah berhasil dideklarasikan menjadi sajian nasional. Pempek adalah makanan khas dari Sumatera Selatan yang beribukota di Palembang, dan kini men. jadi sajian populer tidak hanya di Sumatera. Namun kini pempek sudah tersebar hampir di seluruh Indonesia. Makanan khas ini sudah memiliki peluang pasar yang sangat luas dari kalangan menengah ke bawah. Oleh karena itu, peluang bisnis di sektor pempek kuliner sangat mungkin menghasilkan keuntungan yang menggiurkan.

Dengan menggunakan media sosial pendapatan outlet Pempek Lala menjadi sedikit membaik dari sebelumnya. Para pelanggan tidak perlu jauh-jauh mendatangi outlet Pempek Lala hanya dengan menggunakan sosial media dapat membeli Pempek Lala. Meskipun pendapatannya tidak sebanyak dengan pendapatan penjualan ditempat tetapi dengan seiring berjalannya waktu pendapatan Pempek Lala terhitung dari awal 2021 hingga sekarang kembali menjadi normal karena dibantu dengan media sosial. Bahkan pelanggan yang diluar pulau pun dapat membelinya secara online tidak perlu jauh-jauh datang ke Palembang karena sudah ada pempek vakum yang bertahan hingga tiga hari perjalanan.

Media sosial merupakan media komunikasi yang dimiliki oleh hampir semua pengguna internet, ter masuk para pelaku bisnis kre atif di Indonesia. Oleh karena itu, Sangat disayangkan potensi ini belum dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi. Ada banyak sekali jenis dan kegunaan media sosial, Misalnya: Facebook, Twitter, Instagram, Line, Whatsapp, Path, Google+. Para pebisnis biasanya membutuhkan ruang dan waktu untuk

menjual produk dan jasanya, namun kini mereka bisa mulai menghilangkan semua itu. Manfaat media sosial yang bisa dikenali oleh para pebisnis adalah mereka menghemat waktu. juga meminimalkan biaya iklan dan pemasaran, serta termasuk mempermudah Dengan mendekati diri dengan konsumen dan menerima komentar berupa saran dan masukan. Sebagai penilaian bagi pengusaha untuk lebih mengembangkan produknya

Jadi pada dasarnya, media sosial sangat membantu dalam mengembangkan perekonomian yang ada di suatu wilayah khususnya kota Palembang tersebut. Media sosial sangat membantu dalam proses pemasaran produk pempek di kota Palembang hingga tersebar ke seluruh Indonesia bahkan sampai luar negeri. Salah satu outlet pempek yang kami datangi yaitu pempek Lala yang ada di pasar 26 ilir tersebut adalah bukti nyata bahwa media sosial dapat membantu mengembangkan usaha tersebut sekaligus membantu makanan khas kota Palembang tersebut mendunia maka dengan upaya itu usaha pempek dapat meningkatkan perekonomian di Palembang dan perekonomian Indonesia.

## REFERENSI

- M. Rijalus Sholihin, Wahyu Arianto, Dina Fitri Khasanah. (2018). Manfaat media sosial dalam mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia di era digital. Prosiding Munas ke-4 dan Call for Documents, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Hember STIE Widya Gama Lumajang*
- David, L.G. & Stanley, B.D. (2002). Pengantar Manajemen Mutu 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Prenhalindolivia. (2018). Meningkatkan produktivitas pemasaran UMKM Kopi Mentari dengan menggunakan analisis SWOT dan pendekatan bauran pemasaran. [skripsi] Musi Charitas Universitas Katolik.*
- Suryantoro, Darwis. 2009. "e-Marketing: definisi dan strategi" <http://suryantara.wordpress.com/2009/08/05/emarketing-definisi-dan-strategy/> Access Mei 2014.*