

**ANALISA LINGKUNGAN PEMASARAN PADA USAHA IKAN
KARAMBA JARING APUNG MAYANG TAURAI
DI MANINJAU KECAMATAN TANJUNG RAYA
KABUPATEN AGAM**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan (DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Ahli Madya*



Oleh:

NADILA CHAIRUNNISA


20134053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
ANALISA LINGKUNGAN PEMASARAN PADA USAHA IKAN
KARAMBA JARING APUNG DI MANINJAU
KECAMATAN TANJUNG RAYA
KABUPATEN AGAM

Nama : Nadila Chairunnisa
Nim : 20134053
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

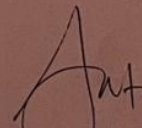
Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma
(DIII) Manajemen Perdagangan



Yuki Fitria, SE., MM
NIP. 19820722 201012 2 002

Padang, Agustus 2023

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



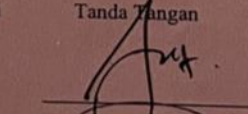
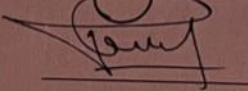
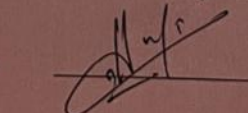
Yunita Engriani, SE., MM
NIP. 19830623 200912 2 003

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
ANALISA LINGKUNGAN PEMASARAN PADA USAHA IKAN
KARAMBA JARING APUNG DI MANINJAU
KECAMATAN TANJUNG RAYA
KABUPATEN AGAM

Nama : Nadila Chairunnisa
NIM : 20134053
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus setelah diuji di Depan tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Padang, Oktober 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Yunita Engriani, SE, MM	(Ketua)	
2. Thamrin, S.Pd, MM	(Anggota)	
3. Astri Yuza Sari, SE, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadila Chairunnisa
Tahun Masuk/Nim : 2020/20134053
Tempat/ Tgl. Lahir : Koto Baru/ 5 April 2002
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jorong Lubuk Sao, Kanagarian Tanjung Sani, Kec
Tanjung Raya, Kabupaten Agam, Sumatera Barat
Judul Tugas Akhir : Analisa Lingkungan Pemasaran pada Usaha Ikan Karamba
Jaring Apung Mayang Taurai di Maninjau Kecamatan
Tanjung Raya Kabupaten Agam

Dengan ini saya menyatakan

bahwa:

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Padang, Agustus 2023

Yang menyatakan,



Nadila Chairunnisa
NIM. 20134053

ABSTRAK

Nadila Chairunnisa : Analisa Lingkungan Pemasaran pada Usaha Ikan Keramba Jaring Apung Mayang Taurai di Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam

Pembimbing : Yunita Engriani, SE. MM

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lingkungan pemasaran Ikan Keramba Jaring Apung (KJA) Mayang Taurai di Danau Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT. Lokasi penelitian Tugas Akhir ini dilakukan di Usaha Keramba Jaring Apung Mayang Taurai, yang bertempat di Lubuk Sao, Kec Tanjung Raya Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, data penelitian didapatkan melalui wawancara dengan pemilik KJA (Mayang Taurai). hasil penelitian adalah berupa gambaran strategi pemasaran untuk KJA Mayang Taurai yaitu: Pengembangan pasar baru, Peningkatan manajemen kesehatan ikan, Meningkatkan kuantitas dan kualitas benih, Peningkatan pemasaran dan promosi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Analisa Lingkungan Pemasaran pada Usaha Ikan Keramba Jaring Apung Mayang Taurai di Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi Diploma III dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis dibimbing dan dibantu oleh berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE.,M.Sc,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
2. Yuki Fitria, SE, MM selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Ilham Thaib, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Ibu Yunita Engriani, S.E.,M.M selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu dan telah memberikan bimbingan, nasehat, dan arahan bagi penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Staf dosen karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua yaitu ibu yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Serta terima kasih untuk

almarhum ayah tercinta yang sudah membimbing dan membesarkan saya.

7. Ibuk Ermita yang telah memberikan bantuan informasi tentang usaha Keramba Jaring Apung.
8. Teman – teman seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan tugas akhir ini dan penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Padang, Agustus 2023

Nadila Chairunnisa

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Lingkungan Pemasaran	7
1. Pengertian Lingkungan Pemasaran	7
a. Lingkungan Mikro Pemasaran	8
B. Analisis SWOT	11
1. Pengertian Analisis SWOT	11
2. Analisis Matriks SWOT.....	15
BAB III.....	16
METODE PENELITIAN	16
A. Bentuk Penelitian	16
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
C. Rancangan Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Tahapan Penelitian.....	17
3. Teknik Pengumpulan Data.....	18
4. Sumber Data.....	20
BAB IV	21

PEMBAHASAN	21
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	21
1. Sejarah Umum Objek Penelitian.....	21
2. Logo Usaha	22
3. Struktur Organisasi Usaha	22
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	24
1. Analisis SWOT	24
2. Analisis Strategi Pemasaran dengan Matriks SWOT	31
BAB V.....	39
PENUTUP.....	39
A. Kesimpulan	39
B. Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Mayang Taurai	22
Gambar 2 Struktur Organisasi Usaha Keramba Jaring Apung Mayang Taurai....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Petani Keramba Jaring Apung.....	3
Tabel 2 Jumlah Keramba Jaring Apung di Setiap Nagari di Danau Maninjau	3
Tabel 3 Jumlah Petani Keramba Jaring Apung Taurai	4
Tabel 4 Data Penjualan Ikan Keramba Jaring Apung Mayang.....	4
Tabel 5 Data Kerugian Keramba Jaring Apung Mayang Taurai	5
Tabel 6 Faktor Internal dan Eksternal Usaha Keramba Jaring Apung Mayang Taurai	30
Tabel 7 Matriks SWOT Strategi Lingkungan Pemasaran Usaha Ikan Keramba Jaring Apung	31

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh suatu organisasi atau industri dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum (Sholichah, 2019). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu 2 sama lain. Dalam praktik kegiatan pemasaran harus dilaksanakan berdasarkan serangkaian prinsip dalam memilih sasaran pasar, melakukan identifikasi yang tepat tentang kebutuhan pelanggan, dan menghasilkan produk yang memuaskan sebagian kebutuhan pelanggan, serta menjualnya dengan harga sedemikian rupa bagi konsumen lama maupun konsumen baru (Kotler & Amstrong, 2001).

Budi daya keramba jaring apung merupakan salah satu mata pencaharian utama yang mampu menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar danau maninjau (penyedia pakan, penyedia benih, kuli angkut, warung, penyewaan kendaraan, dan lain-lain). Budi daya keramba jaring apung tersebut sudah menjadi tradisi usaha keluarga yang dilakukan turun-menurun di danau maninjau. Keramba Jaring Apung Mayang Taurai

merupakan salah satu usaha KJA yang didirikan oleh Ibuk. Usaha ini sudah dijalankan dari tahun 1985 sekitar 5 petak kolam ikan air deras yang beralamat di Jorong Lubuk Sao, Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam, setelah 2 tahun memiliki kolam ikan air deras ibuk Ermita (Mayang Taurai) memutuskan untuk berkeramba jaring apung di Linggai Kecamatan Tanjung Raya, awal memulai untuk berkeramba ibuk Ermita mempunyai 8 petak keramba, dan setelah beberapa tahun kemudian ibuk Ermita mengalami musibah di tahun 1989 waktu itu keramba ibuk Ermita sudah 50 petak, dikarenakan bencana alam yang terjadi di daerah danau maninjau yaitu tubo atau yang biasa disebut belerang naik ke permukaan air danau yang membuat ikan di keramba jaring apung milik ibu Ermita mengalami kematian.

Setelah itu usaha keramba ibuk Ermita terkena tubo kembali di tahun 2010 dengan jumlah petak keramba 250 petak dan mengalami kerugian sampai 7,5 M hanya tersisa sekitar 200 ton ikan yang bisa selamat pada tahun itu. Dari yang seharusnya 1 petak bisa menghasilkan 1,5 ton ikan, walaupun mengalami banyak kerugian ibuk Ermita tetap kembali menjalani usaha keramba jaring apung yang sudah lama dijalani, tercatat dari tahun 2020 – tahun 2022 jumlah keramba jaring apung ibuk Ermita semakin berkurang karena terjadinya tubo di beberapa tahun itu yang mengakibatkan ibuk Ermita (Mayang Taurai) mengurangi untuk petak keramba jaring apung nya. Di daerah Lubuk Sao ada 1701 jumlah pemilik KJA yang menjadi pesaing dari KJA Mayang Taurai. Tabel berikut

menggambarkan persaingan jumlah KJA di Lubuk Sao dari tahun 2020-2022.

Tabel 1 Jumlah Petani Keramba Jaring Apung

No	Nagari	2020	2021	2022
1	Tanjung Sani	555 orang	497 orang	633 orang
2	Sungai Batang	148 orang	154 orang	120 orang
3	Maninjau	179 orang	138 orang	117 orang
4	Bayua	147 orang	264 orang	135 orang
5	Duo Koto	180 orang	45 orang	176 orang
6	Koto Kaciak	133 orang	51 orang	143 orang
7	Koto Gadang	49 orang	110 orang	56 orang
8	Koto Malintang	236 orang	154 orang	321 orang
	Jumlah	1.627 orang	1.434 orang	1.701 orang

Dari informasi yang peneliti terima dari lembaga Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kabupaten Agam terlihat jumlah Keramba Jaring Apung yang tersebar di Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam dari tahun 2020 sampai 2022, dapat lihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 2 Jumlah Keramba Jaring Apung di Setiap Nagari di Danau Maninjau

No	Nagari	2020	2021	2022
1	Tanjung Sani	5.000	4.062	7.600
2	Sungai Batang	1.520	2.098	1.829
3	Maninjau	1.767	1.376	1.560
4	Bayua	1.500	3.211	2.350

5	Duo Koto	1.800	549	1.540
6	Koto Kaciak	1.500	624	1.780
7	Koto Gadang IV Koto	600	794	800
8	Koto Malintang	5.400	4.658	5.900
	Jumlah	19.177	17.372	23.359

Berikut merupakan jumlah keramba jaring apung Mayang Taurai dalam 3 tahun terakhir. Dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah Petani Keramba Jaring Apung Taurai

No	Tahun	Jumlah Keramba
1	2020	50 petak
2	2021	35 petak
3	2022	25 petak

Informasi yang peneliti terima dari narasumber yaitu ibuk Ermita (Mayang Taurai) penjualan ikan dalam tiga tahun terakhir terus mengalami penurunan seperti yang bisa dilihat pada tabel penjualan ikan KJA Mayang Taurai. Dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Data Penjualan Ikan Keramba Jaring Apung Mayang

No	Tahun	Total Kematian Ikan	Total Kerugian
1	2020	10.000 kg	Rp. 150.000.000
2	2021	17.000 kg	Rp. 285.000.000
3	2022	20.000 kg	Rp. 335.000.000

Pada tabel penjualan dapat dilihat penurunan penjualan ikan KJA yang di alami oleh KJA Mayang Taurai. Penurunan yang signifikan terjadi karena gagal panen akibat dari bencana tubo. Besaran kerugian yang dialami oleh KJA Mayang Taurai dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Data Kerugian Keramba Jaring Apung Mayang Taurai

No	Tahun	Total Penjualan Ikan	Presentasi
1	2020	745.000.000	-
2	2021	733.000.000	12%
3	2022	534.000.000	19.9%

Dari Tabel 4 dapat dilihat total kerugian keramba jaring apung dari tahun 2020-2022 yang terus meningkat setiap tahun disetiap tahun nya. Disamping permasalahan bencana alam yang merugikan KJA Mayang Taurai, persaingan dengan sesama KJA juga memperburuk kondisi pemasaran KJA Mayang Taurai.

Selain itu, tekanan harga dari pembeli pada saat panen raya juga berdampak pada kondisi pendapatan KJA Mayang Taurai, karna pada saat panen raya ikan yang dikeluarkan sangat banyak, maka pembeli menekan harga rendah yang membuat petani harus tetap menjual dan mengeluarkan ikan yang layak untuk di panen.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu diidentifikasi tentang bagaimana strategi pemasaran ikan hasil budidaya Keramba Jaring Apung (*Floating Net*). Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISA LINGKUNGAN PEMASARAN PADA USAHA IKAN**

KARAMBA JARING APUNG MAYANG TAURAI DI MANINJAU KECAMATAN TANJUNG RAYA KABUPATEN AGAM“.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut: Bagaimana Lingkungan Pemasaran pada Usaha Ikan Keramba Jaring Apung (KJA) Mayang Taurai di Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lingkungan pemasaran Ikan Keramba Jaring Apung (KJA) Mayang Taurai di Danau Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka hasil penelitian ini memiliki manfaat baik bagi penulis itu sendiri, pihak yang diteliti maupun pihak yang terkait. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai bahan informasi bagi para pengambil keputusan untuk perbaikan dan peningkatan proses pemasaran Ikan Keramba Jaring Apung.
- b. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Adapun strategi pemasaran pada petani keramba jaring apung adalah:

1. Pengembangan pasar baru, petani Mayang Taurai memiliki keahlian khusus dalam memproduksi jenis ikan tertentu yang sedang diminati di pasar, mereka dapat memanfaatkan peluang untuk memperluas jangkuan pasar mereka ke daerah-daerah baru yang memiliki permintaan tinggi.
2. Peningkatan manajemen kesehatan ikan, jika ancaman berasal dari penyebaran penyakit ikan, Mayang Taurai dapat menguatkan kekuatan mereka dalam manajemen kesehatan ikan. Ini termasuk mengadopsi praktik sanitasi yang baik, pemantauan rutin, dan langkah-langkah pencegahan penyakit.
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas benih, untuk memenuhi kebutuhan akan benih ini ada syarat yaitu tepat waktu, tepat mutu, tepat jumlah, tepat harga dan tepat jenis. Agar kebutuhan benih ini lebih baik kuantitas maupun kualitas terpenuhi, perlu adanya pengadaan sarana dan fasilitas pembenihan.
4. Peningkatan pemasaran dan promosi, terletak pada kurangnya upaya pemasaran dan promosi Mayang Taurai dapat mengatasi ancaman dan

penurunan permintaan dengan meningkatkan usaha mereka dalam memasarkan produk ikan mereka pada konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan ada beberapa saran yang mungkin bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan masukan :

- 1) Untuk jumlah pemberian pakan ikan, diharapkan petani menyediakan takaran yang pas agar jumlah pasokan makanan untuk ikan terkontrol dengan pas dan tidak menyebabkan kerugian kepada petani.
- 2) Untuk pemberian pakan yang berbeda ini memiliki keuntungan tersendiri bagi petani keramba jaring apung daerah danau maninjau, dikarenakan petani berhak memilih sendiri apa pakan yang pas untuk ikan nya dan bisa membuat ikan nya tumbuh berkembang dibanding kan petani dari daerah lainnya.
- 3) Luas keramba sangat berpengaruh untuk para petani keramba jaring apung dikarenakan untuk pembesaran ikan-ikan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi.
- 4) Tidak ada legalitas usaha, hal ini bisa menyebabkan tidak memiliki perlindungan hukum dan sulit mendapatkan bantuan dana dari pemerintah atau yang lainnya.
- 5) Jenis ikan yang ditanam cenderung sama, Hal ini menyebabkan tidak ada beda nya ikan yang dimiliki dengan petani lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aistiawan, M, R., & Andesta, D. (2022). “Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat. *Serambi Engineering*, 7(1) 2683 – 2692.
- Bambang W. (2019). “Manajemen Pemasaran, Lingkungan dan Strategi Pemasaran”. Ed (2), Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2010). “Pengantar Bisnis Kontemporer”. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Erlangga.
- David F.R (2010). “Manajemen strategi : Konsep”. Jakarta: Salemba Empat Edisi 12.
- Effendi, U. (2014). “Asas Manajemen”. Jakarta: Rajawali Pers
- Evy, R. (2001). “Usaha Perikanan di Indonesia”. Mutiara Sumber Widya. Jakarta.
- Fandy Tjiptono, (2008). “Strategi Pemasaran”. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Ginting, P., (2008). “Pemulihan Keindahan Danau Toba. Yrama Widya.
- Ginting, N.F.H. (2011). “ Manajemen Pemasaran” Cetakan ke-1, Bandung:CV Yrama Widya.
- Guren, E. dan E. Tat. (2017). “*SWOT analysis : a theoretical review*”. The journal Of international social research. 10(51):6-11.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). “Prinsip-prinsip Pemasaran”. Ed 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). “Prinsip-prinsip Pemasaran”. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler dan Keller. (2009). “Manajemen Pemasaran”. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Liani, D. (2019). “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar”. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(2), 200 – 210.