

ISBN : 978-623-6859-96-4



# RENGGINANG SEBUAH ALTERNATIF USAHA

Oleh :  
**Kustini  
Mei Retno Adiwati**



Penerbit  
**Mitra Abisatya**

**RENGGINANG SEBUAH  
ALTERNATIF USAHA**

**Oleh :**

**Kustini**

**Mei Retno Adiwati**

**Penerbit : CV. Mitra Abisatya**

RENGGINANG SEBUAH  
ALTERNATIF USAHA

Penulis :

Kustini

Mei Retno Adiwati

ISBN : 978-623-6859-96-4

Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia  
oleh :

CV. Mitra Abisatya

Jl. Panduk No 36 A Surabaya

Cetakan pertama, November 2021

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang memproduksi atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa seijin tertulis dari penerbit.

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penyusun telah menyelesaikan buku dengan judul RENGGINANG SEBUAH ALTERNATIF USAHA

Salah satu camilan tradisional khas masyarakat di Pulau Jawa adalah Rengginang. Camilan ini terbuat dari beras ketan. Tetapi konsumsi rengginang ini masih belum banyak diminati oleh anak-anak dan kawula muda seperti makanan ringan lainnya. Bagaimana caranya agar rengginang goreng juga digemari oleh anak muda ? karena selama ini rengginang dianggap makanan ringan tradisional dan kurang diminati oleh anak muda atau anak-anak yang justru lebih suka snack-snack yang dibuat oleh pabrik. Rengginang yang kita kenal selama ini adalah rengginang yang dimakan menimbulkan runtuhannya rengginang yang mengotori pakaian. Untuk itu Perlu adanya solusi agar dapat meningkatkan nilai rengginang goreng menjadi makanan ringan yang bisa bersaing dengan makanan-makanan ringan modern lainnya dan bisa digemari oleh semua kalangan.

Akhirnya dengan segala kerendahan dan keterbukaan hati, penyusun mengharapkan saran dan kritik yang sekiranya dapat menyempurnakan buku ini

Surabaya November 2021

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II PROSES PRODUKSI.....	12
BAB III KONSEP MENENTUKAN HARGA JUAL.....	22
BAB IV KEMASAN DAN MERK PRODUK .....	35
BAB V PEMASARAN.....	41
BAB VI PENUTUP .....	48
REFERENSI.....	52

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dimasa pandemic usaha yang tidak terdampak tetapi justru mengalami kenaikan yang signifikan adalah bisnis kuliner, kuliner akan tetap ada karena termasuk dalam kebutuhan dasar manusia yang pertama yaitu makan, minum, pakaian.

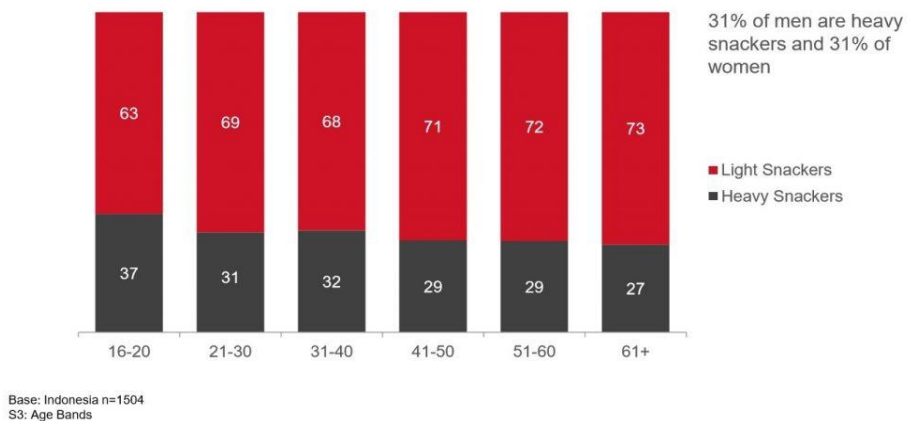
Salah satu usaha kuliner yang berkembang cukup pesat adalah camilan. Camilan sudah menjadi bagian dari kebiasaan makan orang Indonesia sejak lama. Sehingga tidak heran, kalau banyak ragam sajian camilan tradisional, Maka itu, sudah sewajarnya bagi masyarakat kita untuk menikmati camilan setiap hari. Berdasarkan hasil survei tahunan Mondelez International terkait kebiasaan ngemil, rupanya ada beberapa perubahan yang terjadi selama pandemi ini. Dari hasil survei bertajuk "*The State Of Snacking 2020*" itu mengungkapkan 60 persen orang Indonesia lebih banyak ngemil selama pandemi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Survei ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki poin rata-rata 2,7 untuk konsumsi camilan sementara poin rata-rata untuk makanan berat hanya berada pada angka 2,5. 75% responden mengatakan bahwa makanan

ringan yang gampang dikonsumsi disela aktivitas lebih cocok dengan gaya hidup saat ini.

Indonesia merupakan negara dengan tingkat konsumsi camilan yang tinggi. Pesatnya perkembangan snack di Indonesia terjadi karena konsumsi camilan merupakan salah satu bagian dari gaya hidup khususnya remaja. Terkait usia menurut Mondelez (2017) mayoritas konsumen Indonesia yang memiliki hobi snackers didominasi oleh kaum remaja kategori usia 16-20 tahun. Seperti terlihat dalam gambar 1.

### 16-20 YEAR OLDS ARE MOST LIKELY TO BE HEAVY SNACKERS



**Gambar 1. Rata-rata usia yang mengkonsumsi camilan**

Melihat perkembangan diatas maka camilan masih tetap menjadi makanan favorit pada usia remaja, dan sekaligus memberikan peluang bagi usaha kecil untuk meraih pangsa pasar camilan.

Salah satu camilan tradisional khas masyarakat di Pulau Jawa adalah Rengginang. Camilan ini terbuat dari beras ketan. Ada dua jenis beras ketan yang biasa digunakan sebagai bahan baku rengginang, yakni beras ketan hitam dan putih. Tak ada perbedaan soal rasa dari dua bahan tersebut. Perbedaan paling mencolok hanya terletak pada warna tampilannya saja yang merujuk pada warna bahan baku, yakni hitam dan putih. Camilan ini merupakan camilan yang digemari masyarakat di kalangan menengah sampai bawah dan hampir semua masyarakat mengenal jenis makanan ini.

Tetapi konsumsi rengginang ini masih belum banyak diminati oleh anak-anak dan kawula muda seperti makanan ringan lainnya. Bagaimana caranya agar rengginang goreng juga digemari oleh anak muda ? karena selama ini rengginang dianggap makanan ringan tradisional dan kurang diminati oleh anak muda atau anak-anak yang justru lebih suka snack-snack yang dibuat oleh pabrik. Rengginang yang kita kenal selama ini adalah rengginang yang dimakan menimbulkan runtuhannya rengginang yang mengotori pakaian. Untuk itu Perlu adanya solusi agar dapat meningkatkan nilai rengginang goreng menjadi makanan ringan yang bisa bersaing dengan makanan-makanan ringan modern lainnya dan bisa digemari oleh semua kalangan. Bagaimana agar camilan rengginang bisa disukai oleh remaja maupun anak-anak ? dengan membuat rengginang yang lebih praktis yaitu rengginang dengan bentuk yang lebih kecil sehingga tidak amblyar ketika dimakan serta membuat varian baru dengan



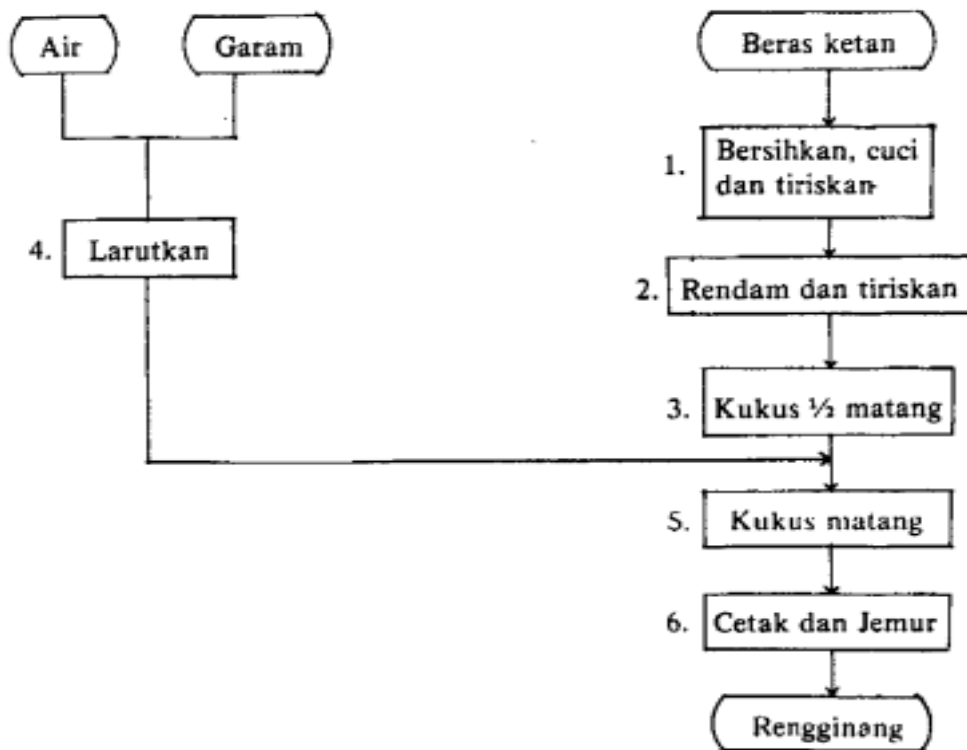
berbagai varian rasa. Didukung dengan bentuk kemasan yang praktis dan menarik maka rengginang akan dapat menjadi makanan favorit bagi anak-anak dan remaja serta mampu bersaing dengan makanan snack lainnya.

## BAB II

### PROSES PRODUKSI

Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana membuat produk rengginang yang renyah, dengan varian rasa dan bentuk yang simple sehingga mudah dalam mengkonsumsinya (tidak berceceran kalau dimakan)

Berikut adalah alur proses pembuatan rengginang



Gambar 1. Skema proses pembuatan rengginang.

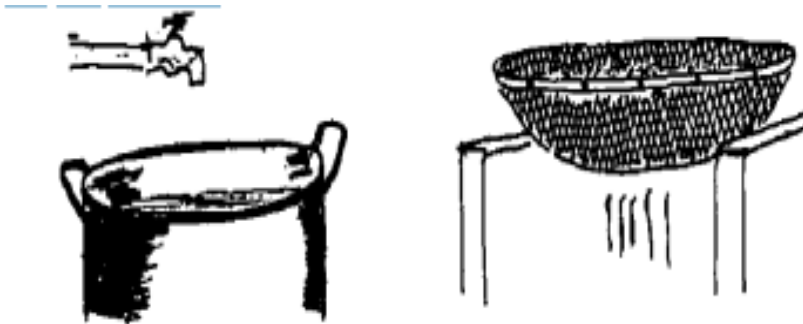
## Keterangan Proses Pembuatan Rengginang

1. Pilihlah beras ketan yang berkualitas baik (kualitas beras ketan akan menentukan rengginang yang dihasilkan) lalu bersihkan dan cuci dengan air bersih. Setelah itu ditiriskan.



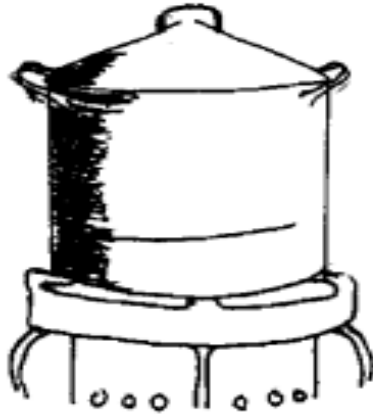
Gambar 2. Pembersihan, pencucian dan penirisan beras ketan.

2. Beras ketan yang telah ditiriskan, direndam dalam air selama 5-7 jam dan lalu ditiriskan.



Gambar 3. Perendaman dan penirisan beras ketan.

3. Setelah itu beras ketan dikukus setengah matang



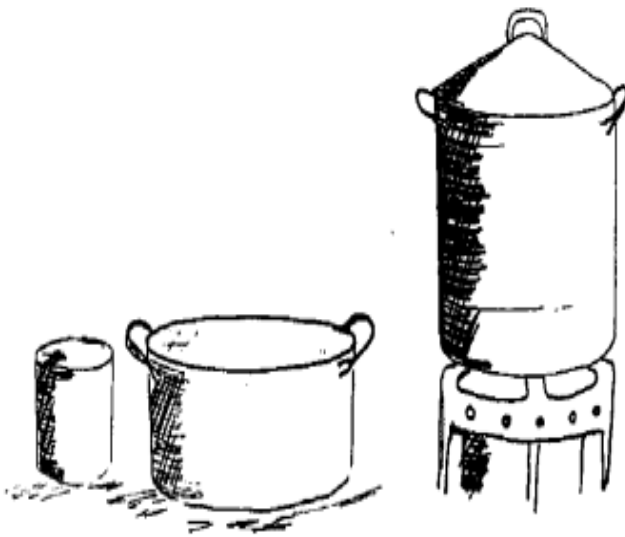
**Gambar 4. Pengukusan beras ketan.**

4. Garam atau gula dilarutkan dalam air, sesuai dengan rasa yang diinginkan, dengan perbandingan 1 : 50 (garam/gula : beras ketan).



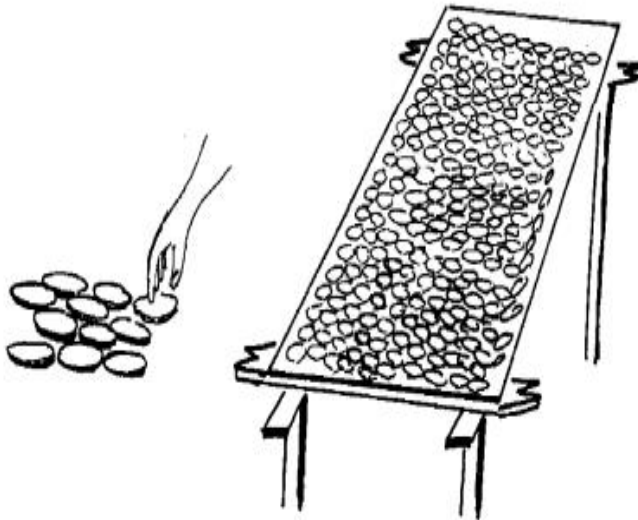
**Gambar 5. Pelarutan garam atau gula.**

5. Larutan garam/gula dicampurkan ke dalam beras setengah masak, sambil diaduk dan setelah itu campuran tersebut dikukus sampai matang.



Gambar 6. Pengukusan campuran beras ketan dan larutan garam/gula.

6. Campuran beras ketan dengan larutan garam/gula yang telah matang (nasi kelan) itu dicetak pada potongan-potongan bambu bulat yang diletakkan pada tampah. Agar rengginang yang dibuat itu mudah dikeluarkan dari cetakan bambu dan alasnya tidak lekat pada tampah. berikanlah atau olesi sedikit minyak goreng pada kedua alat tersebut. Setelah selesai dicetak, rengginang dijemur sampai kering



Gambar 7. Pencetakan dan penjemuran rengginang.

Untuk membuat rengginang yang berbeda dengan competitor bisa membuat rengginang varian baru yaitu dari rasa dan bentuk yang lebih kecil sehingga mudah memakannya tanpa mengotori baju dsb.

Contoh rengginang dengan varian rasa jeruk Pedas dan rasa ikan Bandeng, rasa keju, rasa udang dll

Pada prinsipnya cara pembuatan sama dengan rengginang pada umumnya hanya ditambahi dengan rasa jeruk pedas atau rasa ikan bandeng (atau sesuai dengan rasa yang dikehendaki)

Dibawah ini resep untuk membuat Rengginang, varian rasa

### **RESEP RENGGINANG RASA PEDAS DAUN JERUK**



Gambar 1. bahan metah rengginang jeruk pedas

#### **BAHAN :**

- 1kg beras ketan
- 1 L air
- 150 g cabe merah
- 100 g cabe rawit
- 100 g bawang putih
- 25 g daun jeruk
- Secukupnya garam
- Sedikit gula
- 1 L minyak sawit

#### **CARA MEMBUAT :**

1. Cuci beras ketan dengan air, masukkan ke wadah.
2. Tambahkan air, rendam selama 5 jam kemudian bilas.
3. Siapkan dandang hingga airnya mendidih, masukkan beras ketan, kukus selama 15 menit.
4. Haluskan cabe merah, cabe rawit dan bawang putih.
5. Gunting daun jeruk menjadi kecil-kecil.
6. Angkat beras ketan ke dalam wadah, tambahkan cabe dan bawang putih yang telah dihaluskan, tambahkan garam dan gula kemudian campur hingga merata.
7. Kukus kembali selama 20 menit, kemudian angkat dan cetak.
8. Keringkan di bawah sinar matahari hingga kering ( $\pm 3-7$  hari).
9. Goreng dengan minyak panas

Untuk pembuatan Rengginang ikan bandeng langkah-langkah sama tetapi daun jeruk diganti dengan ikan bandeng yang sudah dikukus, kemudian dihaluskan dan dicampur dengan bumbu yang sudah dihaluskan dan campur merata, kukus kembali selama 20 menit, angkat dan cetak, baru proses penjemuran dibawah sinar matahari hingga kering  $\pm 7$  hari goreng dengan minyak panas.





Gambar 2. bahan mentah rengginang jeruk pedas



Gambar 3. Produk rengginang mini rasa ikan bandeng



Gambar 4. Produk rengginang mini rasa kulit jeruk pedas

Gambar 3 dan 4 adalah hasil rengginang goreng yang siap dipasarkan

## **BAB III**

### **KONSEP MENENTUKAN HARGA JUAL**

Salah satu rahasia sukses dalam menjalankan bisnis, adalah menghitung harga jual barang anda dengan tepat. Kali ini kita akan belajar bagaimana cara menghitung harga jual tersebut agar bisnis yang kita jalankan bisa meraup keuntungan besar dan semakin berkembang. Tujuan anda menjalankan bisnis pastinya untuk mendapatkan penghasilan. Tentunya dalam mendapatkan penghasilan atau uang dalam menjual produk atau servis, pendapatan tersebut harus cukup untuk menutupi biaya yang timbul, dan harus mengambil untung, terakhir bahkan dapat mengembangkan usaha

**Bagaimana agar usaha penjualan rengginang tidak rugi (berlaku untuk semua produk makanan)**

Ada baiknya untuk mengetahui cara menentukan harga jual rengginang yang benar agar tidak rugi di kemudian hari. Berikut di antaranya yang bisa dilakukan.

a. Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual

HPP bisa dihitung dari seluruh kebutuhan bahan :

Dari tabel 1.1 dapat dilihat berapa HPP untuk penggunaan 1000 gram (1 kg) beras ketan plus biaya-biaya yang dibutuhkan yaitu total pengeluaran sebesar Rp.85.845,- .

Satu resep beras ketan yang diproduksi menghasilkan 17 kemasan sehingga diperoleh BEP ( Break Event Point) dimana usaha dalam keadaan tidak untung dan tidak rugi (titik impas).

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Total pengeluaran} / \text{jumlah hasil} \\ &= \text{Rp. } 85.845 / 17 \text{ kemasan} \\ &= \text{Rp. } 5.045 \end{aligned}$$

Apabila kita menginginkan keuntungan 40% maka harga jual bisa ditetapkan sebagai berikut

$$= \text{Rp. } 5.045,- + (5.045 \times 40 \%) = \text{Rp. } 7.070$$

Maka harga Rengginang yang bisa ditawarkan ke konsumen yaitu sebesar Rp. 7.070 dengan dengan keuntungan sebesar Rp 2020 per kemasan (100 gr)

## **2. Cek Harga Makanan Milik Kompetitor**

Dalam menentukan harga jual kita harus tetap melihat competitor, mengapa ? karena bisnis makanan adalah bukan monopoli milik satu orang yang membuat tapi banyak usaha yang sama di pasar sehingga konsumen tentunya akan memilih sesuai dengan yang diinginkan, sehingga dengan melihat harga dari kompetitor kita bisa mendapatkan harga yang bersaing. Dengan melihat harga dari competitor maka akan mendapatkan gambaran mengapa makanan Kompetitor lebih digemari.

Bisa jadi itu karena faktor harga jual di pasaran. Prinsip dasarnya sederhana, menjual makanan dengan harga murah akan mendatangkan pembeli atau pelanggan yang cukup besar. Tentunya tidak mengabaikan dari rasa dan kebersihan. Sehingga akan mendatangkan pembeli potensial.

Satu hal yang perlu kita ingat adalah ketika akan menentukan harga jual dengan melakukan analisis kompetitor ini adalah jangan terlalu tinggi dan jangan terlalu rendah. Sebab, jika harga terlalu tinggi dengan bahan baku yang cukup sama pelanggan potensial tentu akan meninggalkan usaha kita.

Sebaliknya, jika harga yang dibuat terlalu rendah, maka potensi keuntungan yang didapat juga tidak begitu besar.

Tabel 3.1. Perhitungan Harga Jual Rengginang

No	Bahan	Bahan Pembelian			Bahan Produksi yg Digunakan		Biaya Produksi Yang digunakan
		Jumlah	Satuan	Harga Barang	Jumlah	Satuan	
1	Beras Ketan	1000	gram	Rp 15,000	1000	gram	Rp 15,000
2	Air	19	L	Rp 3,000	1	L	Rp 0,158
3	Cabe Merah	250	gram	Rp 10,000	150	gram	Rp 6,000
4	Cabe rawit	250	gram	Rp 15,000	100	gram	Rp 6,000
5	Bawang putih	250	gram	Rp 16,000	100	gram	Rp 6,400
6	Daun Jeruk	50	gram	Rp 5,000	25	gram	Rp 2,500
7	Garam	100	gram	Rp 2,000	50	gram	Rp 1,000
8	Gula	1000	gram	Rp 12,000	50	gram	Rp 0,600
9	Minyak Sawit	1000	ml	Rp 12,000	1000	ml	Rp 12,000
10	Elpiji	3	kg	Rp 17,000	0,5	jam	Rp 2,833
11	Stiker kemasan	18	pcs stiker A3	Rp 7,500	17	stiker	Rp 7,083
12	Kemasan plastic	50	pcs	Rp 19,000	17	pcs	Rp 6,460
					Total Bahan		Rp 66,035
					Biaya Tenaga Kerja 30%		Rp 19,810
					<b>Total Biaya Produksi</b>		<b>Rp 85,845</b>
					1kg beras ketan = 1700gram atau Jumlah produk= 17 kemasan		17
					<b>BEP (Break Even Point)</b>		<b>Rp 5,050</b>
					Target Keuntungan/Laba (%)		40%
					<b>Harga Jual</b>		<b>Rp 7,070</b>
					Total Omzet		Rp 120,183
					Laba / Keuntungan		Rp 34,338
					<b>Laba/keuntungan perkemasan</b>		<b>Rp 2,020</b>

## **BAB IV**

# **KEMASAN DAN MERK PRODUK**

### **4.1 Pengertian kemasan**

Setelah kita bisa menentukan harga jual maka rengginang siap dipasarkan. Tetapi sebelum rengginang dipasarkan tentuka pemberian kemasan agar produk tersebut memiliki nilai jual. Pengertian kemasan produk secara umum adalah suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas. Sementara itu, ada juga yang mengatakan bahwa pengertian kemasan produk adalah suatu material pembungkus produk yang memiliki fungsi untuk menampung, melindungi, mengidentifikasi, dan mempromosikan produk.

Dalam hal tersebut, fungsi kemasan tidak hanya berguna untuk melindungi produk, tapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran dan juga membangun identitas brand serta meningkatkan penjualan.

Kemasan salah satu alat untuk melindungi produk dari tercemarnya makanan dari kuman maupun bakteri , sehingga dengan adanya perlindungan produk dengan kemasan yang baik maka hieginenitas makanan terjamin. Selain itu kemasan juga merupakan sebuah media untuk promosi

penjualan karena dengan kemasan yang menarik dan informatif akan menjadi daya tarik tersendiri sehingga dapat meningkatkan penjualan dari produk tersebut.

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Menurut Klimchuk dan Krasovec, ( 2006) Nilai jual suatu produk (persepsi konsumen) sering kali lebih ditentukan oleh kemasan produk tersebut dibanding produknya sendiri. Kemasan yang bagus akan sangat membantu meningkatkan ekuitas merek dari produk yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Kotler & Keller (2016), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti,2009).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang.



Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

**Tujuan** utama pemberian **kemasan pada produk** adalah untuk melindungi dan mencegah kerusakan terhadap apa yang dijual industri. Selain itu, **kemasan** juga bisa menjadi sarana informasi dan pemasaran yang baik dengan membuat desain **kemasan** yang kreatif sehingga lebih konsumen dan mudah diingat konsumen.

### **Jenis-Jenis Bahan Kemasan**

- Kertas, Karton,
- Kemasan plastic
- Aluminium Foil
- Logam
- Karung
- Kayu
- DLL

### **Jenis Kemasan yang Berbahan Kertas**

- Kertas Duplek
- Kertas Karton/Corugated
- Kertas Samson
- Kertas Kraft
- Kertas Art paper
- Kertas Ivory

- Kertas Erzat
- Kertas Food Grade
- dan lain-lain

Desain label kemasan juga dipersyaratkan untuk mendapatkan SPP-IRT. Label kemasan dapat berupa kertas, stiker plastik, atau tercetak secara langsung di atas bungkus produk (seperti kebanyakan label pada kemasan biskuit dan berbagai jenis makanan ringan lainnya).

Contoh kemasan



Gambar 4.1 Aneka kemasan plastik



Gambar 4.2. Pengemasan dengan bahan kertas dan kardus



Gambar 4.3. contoh labeling dengan stiker



Gambar 4.4. Labeling langsung pada kemasan

## **BAB V**

### **PEMASARAN**

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Berikut ini adalah pendapat ahli mengenai pengertian pemasaran : Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:26), Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:4), pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu

dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Menurut Manap (2016:5), pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan. Menurut Sunyoto (2019:19), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan.

# **BAB VI**

## **PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Bahwa agar produk rengginang yang kita pasarkan dapat diterima oleh semua kalangan, maka kita harus :

- Membuat produk yang bermanfaat, berkualitas dan laku terjual dengan harga terjangkau
- Membuat produk lebih cepat dan lebih murah
- Memilih dan menentukan wilayah pemasaran yang menguntungkan

### **5.2. Saran**

Disarankan bagi masyarakat yang nantinya akan memulai berwirausaha untuk memperhatikan segala aspek yang berpengaruh terhadap daya jual suatu produk. Seorang wirausaha memang perlu untuk menghadapi sebuah resiko, karena dari proses resiko itu sendiri nantinya akan membawa sesuatu yang besar. Dan juga semangat, kerja keras, ulet, serta tidak putus asa sikap yang sangat dibutuhkan oleh seorang wirausaha agar terus berkarya dengan usaha yang terus dijalankannya.

## REFERENSI

Klimchuk, Marianne Rosner; Sandra A. Krasovec 2006  
Desain kemasan: perencanaan merek produk yang  
berhasil mulai dari konsep sampai penjualan Penerbit  
Erlangga, Jakarta,

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing  
managemen, 15 th Edition, Pearson education, Inc.

Rangkuti Freddy 2009, Strategi pemasaran, edisi kedua,  
cetakan ketujuh, Penerbit adi offset Yogyakarta

<https://marketeers.com/produsen-kenali-kebiasaan-konsumsi-camilan-konsumen-indonesia/>

<https://www.tribunnews.com/lifestyle/2021/01/13/fakta-mengejutkan-konsumsi-cemilan-di-indonesia-saat-pandemi-dianggap-sangat-penting>

<https://www.gatra.com/detail/news/460209/gaya-hidup/sejumlah-77-orang-indonesia-lebih-banyak-konsumsi-camilan>