

Perancangan Strategi Usaha dan Penerapan Etika Bisnis untuk Meningkatkan Penjualan di Bakso Mas Bro Palembang

Muhammad Distian Andi Hermawan*¹

Debi Septiani²

Ermalia³

Septyana⁴

Musdalipah⁵

Regina Pramita⁶

^{1,2,3,4,5,6}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang, Indonesia

³Pogram Studi Manajemen,

*e-mail: muhdistian@gmail.com ¹, debiseptiani@stie-aprin.ac.id ², ermalia95505@gmail.com ³,
septyana458@gmail.com ⁴, musdalipahmr@gmail.com ⁵, reginapramita15@gmail.com ⁶

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi : 0821-8435-8920

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana proses usaha yang dijalankan dan bagaimana perkembangan usaha yang dilakukan dan bagaimana proses penerapan etika dalam berbisnis. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mana penelitian kualitatif deskriptif yaitu hanya melihat dan mendeskripsikan Hasil studi kasus yang ada pada lapangan, studi kasus yang dijadikan dalam penelitian ini yaitu bakso Mas Bro Palembang. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan oleh Pak Dirman selaku pemilik UMKM Bakso Mas Bro Palembang ini, bahwa ia telah menerapkan etika dalam berbisnis dan juga telah menyesuaikan keadaan dan kondisi seperti permintaan konsumen dan pelanggan dan juga usaha bakso Pak dirman ini telah menerapkan etika dalam berbisnis dan juga telah mempunyai strategi dalam berjualan..

Kata kunci: UMKM, Strategy, Penerapan Etika Bisnis

Abstract

The purpose of this study is to see how the business process is carried out and how the development of the business is carried out and how the process of applying ethics in doing business. The research method carried out in this study is using a descriptive qualitative approach where descriptive qualitative research is only looking at and describing the results of case studies in the field, the case study used in this study is Mas Bro Palembang meatballs. The results of this study show that the business run by Mr. Dirman as the owner of the Bakso Mas Bro Palembang MSME, that he has applied ethics in doing business and has also adjusted to circumstances and conditions such as consumer and customer demand and also the Pak Dirman meatball business has applied ethics in doing business and also has a strategy in selling.

Keywords: MSME, Strategys, Principles of Business Ethics

PENDAHULUAN

Perancangan bisnis yang baik dimulai dengan melakukan perkembangan dan memulai usaha dengan berladasan dengan persaingan usaha menengah dan juga mempertahankan sebuah usaha guna menghasilkan profit atau keuntungan yang lebih baik dan juga dapat meningkatkan penjualan bagi usaha tersebut. Memulai usaha dilakukan dengan mempunyai modal dan juga strategi dan ilmu wirausaha yang baik dalam mengembangkan usaha. Persaingan usaha yang baik dapat dilakukan bagi UMKM dikarenakan umkm akan berdampak bagi pertumbuhan ekonomi dan juga meningkatkan lapangan pekerjaan bagi usaha yang dilakukan bagi usaha tersebut, usaha yang terus berkembang dapat mejadikan usaha tersebut maju dan terus berkembang. Usaha yang terus berkembang baik dengan pesat dan berkesinambungan dapat harus mampu menerapkan etika didalam berbisnis dan juga dapat menjawab permintaan konsumen dan juga kecintaan konsumen akan produk yang dilakukan oleh tempat usaha tersebut. (Winarsih 2022).

Penerapan Etika Bisnis yang baik, berhubungan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang baik di ikuti dengan peningkatan penjualan dengan inovasi yang terus dilakukan, bisnis bisa berjalan dengan baik karena di dalamnya ada sistem penjualan dan pemasaran yang berjalan dengan baik. Etika yang baik mempengaruhi kegiatan bisnis dan berjalan dengan lancar. Penerapan etika di lakukan dengan bertindak jujur, bersikap baik, dan menghormati pelanggan. Penerapan etika yang baik dapat meningkatkan reputasi tempat usaha dan penjualan usaha. Kemajuan usaha dapat di lihat dari seberapa berkembangnya usaha, loyalitas konsumen, keuntungan yang di dapat menjadikan tolak ukur sebuah usaha dikatakan maju. Usaha dapat berkembang jika didasari dengan adanya etika bisnis yang diterapkan oleh produsen terkadang konsumen melihat dari pelayanan dan bagaimana sistem dari usaha yang ada, cita rasa dan seberapa banyak produk tidak menjadikan konsumen bertahan dengan kelayalitan. Strategi pemasaran juga turut mengambil peran penting dalam kemajuan usaha, strategi disusun bukan berdasarkan ide-ide yang muncul bersifat sederhana tetapi melewati pengkajian dan melihat peluang yang ada. (Winarsih et al., 2022).

Kemajuan usaha yang baik bisa mendapatkan keuntungan baik dari pangsa pasar yang luas yang mana banyak disukai oleh berbagai kalangan, baik dari anak-anak kecil sampai kedewasa dan juga dengan mengeluarkan modal yang relatif kecil dan harga yang terjangkau sehingga peralatan yang dibutuhkan untuk membuat bakso tidak terlalu banyak, yang mana dapat menimbulkan keuntungan yang menjanjikan karena makanan dari umkm ini banyak diminati oleh masyarakat. Upaya untuk meningkatkan keuntungan dari UMKM bakso ini, maka dari itu dapat digunakan bahan baku yang berkualitas, dan ciptakan variasi menu baru yang belum ada di umkm tersebut tidak lupa juga melakukan promosi yang efektif baik secara langsung maupun tidak langsung dan yang tidak kalah penting sistem pelayanan nya yang diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan hal tersebut dapat membuat konsumen nyaman dan ingin kembali membeli Bakso Mas Bro Palembang.

Observasi yang dilakukan peneliti dilapangan bahwa pada bakso Mas bro ini, permasalahan yang ada banyak usaha yang sama di tempat yang berdekatan sehingga menimbulkan persaingan usaha dan juga menimbulkan kesenjangan usaha dan harga yang ada pada UMKM bakso Mas Bro ini dan juga kurang nya penerapan etika bisnis yang ada. Usaha yang dilakukan oleh UMKM seperti bakso Mas Bro ini harus mempunyai Inovasi dan juga strategi yang dilakukan oleh usaha tersebut dikarenakan usaha harus dapat berkembang dan juga bertahan dengan seiringnya persaingan usaha yang lebih maju dan meningkat serta usaha yang memiliki strategi yang maju dapat meningkatkan peluang usaha yang lebih baik. Usaha yang tidak berkembang dapat menyebabkan penurunan penjualan baik dari higienitas maupun porsi serta penurunan penjualan yang dihasilkan akan berdampak bagi keuntungan bagi perusahaan tersebut dan kesinambungan dan ketahanan usaha tersebut dalam menjalankan bisnisnya dan mendukung progres UMKM yang ada pada bakso Mas Bro ini.

Gambar 1
Hasil Gambar Makanan di Bakso Mas Bro



Sumber : Primer (2023)

Kurangnya strategi usaha yang dilakukan oleh usaha ini dapat mengakibatkan usaha ini tidak dapat bertahan lama dan tidak dapat bersaing dengan usaha lainnya sehingga menyebabkan penurunan pendapatan, Strategi usaha yang dapat digunakan lakukan seperti melakukan inovasi terhadap produk yang mereka jual untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis. Suatu usaha dapat dikatakan memiliki strategi pemasaran yg baik apabila memiliki produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, penempatan lokasi usaha yang strategis, dan juga promosi yang dilakukan oleh usaha tersebut. Usaha yang baik harus menerapkan etika dalam berbisnis, jika tidak menerapkan etika dalam berbisnis suatu usaha susah untuk berkembang dan berdampak serius terhadap usaha dan lingkungan sekitarnya. Suatu usaha yang menerapkan etika dalam berbisnis memiliki peluang yang lebih besar dalam mengembangkan usaha nya dan dapat menghasilkan sebuah keuntungan yang lebih maksimal.

Resiko usaha adalah hambatan yang berpotensi muncul saat menjalankan bisnis dan juga salah-satu faktor penting yang harus diperhitungkan saat menjalankan aktivitas bisnis. Hambatan tersebut bisa bersumber dari internal maupun eksternal. Salah -satu resiko usaha yaitu Penurunan penjualan yang diakibatkan kurangnya strategi serta dalam persaingan usaha sehingga terjadinya resiko kebangkrutan pada usaha bakso tersebut. Menjalankan bisnis harus penuh perhitungan. Macam-macam resiko usaha yaitu: Resiko sumber daya manusia. Resiko Pemasaran. Resiko Operasional.

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana proses usaha yang dijalankan dan bagaimana perkembangan usaha yang dilakukan dan bagaimana proses penerapan etika dalam berbisnis.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM ialah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan Negara Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah serta perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UMKM di Indonesia berkontribusi signifikan Ketika krisis yang dialami pada periode 1998 sampai dengan 2000. UMKM di Indonesia telah mendapat perhatian dan pembinaan dari pemerintah dengan membuat portofolio. (Nuslih Jamiat & Cahyadi Supyansuri 2, 2020).

Pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), *sales promotion*, iklan, promosi, atau produk, bahkan seringkali orang menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan sales (penjual). Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perencanaan produk sampai dengan setelah produk itu terjual. Strategi sebagai keputusan jangka panjang harus mengandung penjelasan singkat tentang masing-masing komponen dari strategi organisasi yang bersangkutan, dalam arti terlihat kejelasan dari ruang lingkup, pemanfaatan sumber dana dan daya, serta keunggulannya, bagaimana menghasilkan keunggulan tersebut dan sinergi antara komponen-komponen tersebut diatas. Strategi sebagai keputusan jangka panjang yang mendasar sifatnya harus memberikan petunjuk tentang bagaimana strategi akan membawa organisasi lebih cepat dan efektif menuju tercapainya tujuan dan berbagai sasaran organisasi. (Vevi Andriani, 2023)

Marketing Mix merupakan variabel-variabel terkendali (controllable) yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan (Daryanto, 2019):

1. Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Intensitas kompetisi di pasar memaksa Perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar local dan ditingkatkan untuk preferensi local tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-

faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli.(Zainarti et al., 2023)

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa; sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk menukarkannya dengan keuntungan untuk memperoleh barang atau jasa. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.(Wicaksono et al., 2020).

3. Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan sasaran pasar atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

4. People

People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen. Elemen dari "people" adalah pegawai perusahaan, dan konsumen.

Penjualan adalah ilmu dan seni pengaruh pribadi yang dilakukan oleh seorang tenaga penjualan untuk membujuk orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Penjualan dapat menimbulkan pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dan pembeli. Penjualan langsung adalah kegiatan komunikasi interpersonal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan dari setiap upaya pemasaran secara umum, yaitu meningkatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan dengan memuaskan permintaan pasar jangka panjang. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli). Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi.(Hermawan, 2023).

Penerapan etika bisnis dalam menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi, para pelaksana usaha ataupun manager atau general manager atau direktur suatu badan usaha akan jeli melihat penghasilan atau income atau hasil penjualan. Penghasilan akan dilihat atau diperhatikan dengan seksama sehingga penghasilan yang diperoleh akan bebas dari perkara-perkara atau hal-hal yang melanggar hukum positif ataupun norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. etika membantu kita untuk mampu mengambil sikap yang tepat pada saat menghadapi konflik nilai. Dalam keseharian hidup tentu kita selalu atau paling kurang pernah berhadapan dengan banyak orang dari berbagai kalangan dengan beraneka pandangan tentang nilai-nilai dan norma untuk berperilaku sebagai orang baik dan benar. (Hermawan, 2023). Kemajemukannya itulah setiap komunitas masyarakat tentu menjunjung tinggi norma dan nilai komunitas sendiri. Kedua, etika membantu kita untuk mengambil sikap yang tepat dalam menghadapi transformasi di segala bidang kehidupan sebagai akibat modernisasi.

Sadar atau tidak ternyata gelombang reformasi telah menimbulkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam berbagai aspek kehidupan. Aspek ekonomis, aspek sosial, aspek intelektual, kultural, bahkan aspek religius pun tengah berada dalam transformasi dan akan terus berada dalam transformasi seallur dengan ciri dinamis masyarakat saat ini. Munculnya istilah akulturasi dan inkulturasi merupakan indikasi kongkrit akan hal tersebut. Dalam kondisi seperti itu, siapa saja akan ditantang untuk tetap mempertahankan nilai budaya tradisional atau sebaliknya mengubah nilai-nilai tradisional tersebut dan menggantikannya dengan yang lebih memadai

METODE

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mana penelitian kualitatif deskriptif yaitu hanya melihat dan mendeskripsikan Hasil studi kasus yang ada pada lapangan. Abdussamad, Z. (2022). Studi kasus yang dijadikan dalam penelitian ini yaitu bakso Mas Bro Palembang serta teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu observasi dan wawancara kepada pemilik usaha bakso Mas Bro Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi peneliti dilapangan yaitu peneliti mencoba mewawancarai pedagang bakso yaitu Bakso Mas Bro Palembang. Hasil wawancara dan jawaban oleh peneliti dan Narasumber mengenai strategi usaha dan etika bisnis dalam menjalankan usaha.

Tabel 1
Pertanyaan dan Jawaban Peneliti dan Narasumber

Pertanyaan Peneliti	Jawaban Narasumber
Upaya apa yang dilakukan bapak untuk meningkatkan Penjualan?	Pak Dirman: Usaha yang saya jalankan yaitu menerapkan etika dalam berjualan dan juga melakukan promosi baik kepada orang lain dan lingkungan sekitar dan juga melakukan promosi antar pribadi seperti dari orang ke orang. Secara teori marketing usaha yang dijalankan harus mampu meningkatkan penjualan dan juga mampu memberikan keuntungan bagi tempat usaha tersebut.
Bagaimana cara untuk menerapkan etika bisnis tersebut dalam praktik sehari-hari?	Pak Dirman: Dengan cara memulai dari diri sendiri dan membuat suatu kebijakan prosedur yang jelas dan harus meningkatkan kepercayaan kepada konsumen. Dengan teori etika bisnis bahwa pentingnya bagi UMKM bakso untuk diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari, sehingga dapat memberikan manfaat bagi UMKM seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, menciptakan lingkungan kerja, dan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat
Seberapa berpengaruh strategi pemasaran untuk kemajuan usaha?	Pak Dirman: Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk kemajuan usaha. Untuk menarik minat konsumen diperlukan strategi yang sesuai dengan usaha yang dijalankan untuk melakukan promosi. Berdasarkan jawaban dari narasumber

	strategi diperlukan untuk menjangkau konsumen.
Bagaimana mengatasi penurunan penjualan dengan menggunakan etika bisnis?	Pak dirman : untuk mengatasinya yaitu dengan cara mempertahankan kualitas dari bako serta kebersihan dari tempat tersebut. Berdasarkan teori cara menerapkan kualitas produk yaitu : menentukan standar dari kualitas produk, pelatihan terhadap karyawan, dan dengar saran dari konsumen
Bagaimana bapak memastikan kualitas dan keamanan bahan baku bakso yang di gunakan dalam usaha bapak?	Pak dirman: kami selalu mengontrol ketat untuk memastikan bahan baku bakso kami berkualitas dan aman untuk di konsumsi oleh konsumen. berdasarkan teori kontrol prinsip control kualitas dalam manajemen operasi, memastikan keberlanjutan keandalan bahan baku.
Bagaimana cara bapak menarik perhatian konsumen?	Pak dirman: dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan menambahkan promo ke pada pelanggan setia. Teori yang ada menjelaskan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.
Bagaimana cara bapak menangani pembeli yang complain?	Pak Dirman: saya menerima dengan senang hati jika ada pembeli yang complain terhadap pembelian di tempat saya, jika yang di complain oleh pelanggan adalah kekeliruan menu yang saya berikan, maka saya akan memberikan menu yang baru sesuai dengan permintaan pelanggan. teori kepedulian menjelaskan bahwa dengan memperhatikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dan sebisa mungkin memberikan solusi kepada pelanggan. kepedulian terhadap pelanggan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memegang etika bisnis yang baik. Kepedulian kepada pelanggan akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pelaku UMKM.
Apakah bapak sudah memastikan bahwa harga yang ditetapkan bersaing dan adil, baik untuk pelanggan	Pak dirmana: kami telah menetapkan harga kami dengan mempertimbangkan biaya produksi, kualitas, dan harga pasar. Kami berusaha memeberikan harga yang

maupun untuk berkelanjutan usaha anda?	adil untuk pelanggan. Berdasarkan teori mengungkapkan bahwa keadilan dalam harga lebih diutamakan.
Apakah bapak dalam menjalankan usaha sudah menerapkan kejujuran?	Pak dirman: alhamdulillah selama saya berjualan saya selalu jujur baik dengan konsumen maupun sama karyawan. Teori mengenai prinsip kejujuran menjelaskan bahwa suatu perilaku yang di dasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat di percaya dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan baik terhadap dirinya maupun pihak lain.

Sumber : Data Primer (2023)

Hasil pembahasan dan hasil riset peneliti lapangan didapatkan bahwa, tempat usaha yang diteliti sudah menerapkan etika dalam memulai dan menjalankan sebuah usaha dan juga telah menerapkan etika dalam strategi berbisnis, sesuai dengan teori yang ada yaitu teori mengenai kejujuran bahwa suatu perilaku yang di dasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat di percaya dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan baik terhadap dirinya maupun pihak lain.

Teori Etika bisnis dengan menjelaskan mengenai prinsip Kepedulian dengan pelanggan, teori ini memperhatikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dan sebisa mungkin memberikan solusi kepada pelanggan. kepedulian terhadap pelanggan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memegang etika bisnis yang baik. Kepedulian kepada pelanggan akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pelaku UMKM. Dalam Teori etika bisnis bahwa pentingnya bagi UMKM bakso untuk diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari, sehingga dapat memberikan manfaat bagi UMKM seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, menciptakan lingkungan kerja, dan memberikan kontribusi positif terhadap Masyarakat. Kegagalan dalam usaha dan usaha kecil dalam bentuk kemerosotan posisi modal kerja (*deterioration of working capital*), penurunan volume penjualan (*declining sales*), penurunan laba atau keuntungan (*declining profits*), dan meningkatkan utang (*increasing debt*), manajemen (*management in competence*). Etika bisnis berperan sebagai landasan atau pedoman agar suatu perusahaan melakukan segala kegiatannya berdasarkan hukum dan norma masyarakat yang berlaku.

KESIMPULAN

Usaha yang dijalankan oleh Pak Dirman selaku pemilik UMKM Bakso Mas Bro Palembang ini, bahwa ia telah menerapkan etika dalam berbisnis dan juga telah menyesuaikan keadaan dan kondisi seperti permintaan konsumen dan pelanggan dan juga usaha bakso Pak dirman ini telah menerapkan etika dalam berbisnis dan juga telah mempunyai strategi dalam berjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- Abdussamad, Z. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif.
- Butarbutar, M., Sudirman, A., Windarto, A. P., & Chandra, E. (2022, November). Peningkatan Daya Saing dan Strategi Usaha Untuk Kelompok Ibu Rumah Tangga yang Tergabung Dalam Usaha Jahit “Yuni Phea” Di Kecamatan Siantar Selatan Kota Pematang Siantar. In Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 5).
- Hermawan, M. D. A. (2023). The Effect of Net Working Capital and Sales on Profitability at PT . Unilever Tbk in 2017-2021. 4, 174–178.
- Mahendra, A. H. I. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL GANTRA BETTA FISH TULUNGAGUNG DALAM PERSPEKTIF SWOT DAN BMC. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 322-332.
- Nuslih Jamiat 1, & Cahyadi Supyansuri 2. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>
- Sudirman, E. (2020). Strategi Usaha Kecil Menghadapi Digitalisasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 142-151.
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, M., Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1-24.
- Vevi Andriani, D. (2023). BAKSO MINI DI DESA PENINJAUAN KECAMATAN. 3(2), 59–73.
- Wicaksono, L. M. S., Chrispur, N., & Hartanto, A. D. (2020). Perbedaan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit: Studi Kasus Sentra Pedagang Bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.26905/jrei.v1i1.4762>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Zainarti, Z., Nasution, S. A., Lasmi, A., & Ningsih, E. S. W. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Pedagang Bakso di Laut Dendang Jatian Gang Bunga Kecamatan Medan Tembung Percut Sei Tuan. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 520–530. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i2.2773>.