

## Analisis Strategi Penjualan pada UMKM Cilot Jadul sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Lokal

Fitria Cahyani Afidaloka <sup>\*1</sup>  
Saiful Nggufon Efendi <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Balitar

\*e-mail: [fitriacahyani743@gmail.com](mailto:fitriacahyani743@gmail.com) , [saifulnggufon@gmail.com](mailto:saifulnggufon@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan yang diterapkan pada UMKM Cilot Jadul sebagai upaya meningkatkan daya saing produk lokal. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui model Miles & Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Cilot Jadul mengandalkan strategi penjualan berbasis mobilitas melalui sistem keliling menggunakan rombongan motor, pemilihan rute yang sesuai dengan keramaian, dan penetapan harga terjangkau. Konsistensi kualitas rasa dan pelayanan menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan pelanggan. Selain itu, perhitungan HPP menunjukkan struktur biaya yang sederhana namun efektif dalam menjaga keberlanjutan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi penjualan yang tepat mampu mendukung stabilitas usaha mikro tradisional dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan kuliner lokal.

**Kata kunci:** UMKM, strategi penjualan, cilok, daya saing, HPP

### Abstract

This study aims to analyze the sales strategies implemented by the Cilot Jadul MSME as an effort to increase the competitiveness of local products. The study employed a descriptive qualitative method with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted using the Miles & Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the Cilot Jadul MSME relies on a mobility-based sales strategy through a mobile system using motorcycle carts, selecting routes that meet busy schedules, and setting affordable prices. Consistency in taste and service quality are key strengths in retaining customers. Furthermore, the COGS calculation demonstrates a simple yet effective cost structure in maintaining business sustainability. These findings demonstrate that an appropriate sales strategy can support the stability of traditional micro-enterprises and increase their competitiveness amidst local culinary competition.

**Keywords:** MSME, sales strategy, cilok, competitiveness, COGS

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM mampu menjadi motor penggerak ekonomi rakyat dengan memanfaatkan sumber daya lokal serta menghadirkan produk yang dekat dengan kebutuhan konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, khususnya pasal 5 (c), UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang tercermin melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Dengan demikian, penguatan strategi penjualan menjadi salah satu faktor utama dalam menjaga upaya daya saing dan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Pedagang keliling merupakan pedagang yang menjual dagangannya dengan cara berkeliling di perumahan atau perkampungan. Mereka menjajakan barang dagangan menggunakan berbagai sarana, mulai dari berjalan kaki, memikul keranjang, memakai gerobak, hingga menggunakan kendaraan seperti sepeda atau sepeda motor (Andi dalam syah, 2017:660). Pedagang keliling merupakan bentuk usaha mikro yang mengandalkan mobilitas dan kedekatan sosial dengan konsumen. Seiring perkembangan teknologi dan peningkatan jumlah kendaraan bermotor, sepeda motor kini menjadi sarana utama bagi banyak pedagang keliling dalam

menjalankan usahanya. Wuryantari dalam syah (2017:660) menjelaskan bahwa sepeda motor dipilih karena harganya lebih terjangkau, konsumsi bahan bakar hemat, dan biaya perawatan rendah dibandingkan mobil. Data Bank Dunia menurut Hsu dan Lin dalam syah (2017:660) menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan sepeda motor di Indonesia mencapai 80 persen, jauh lebih tinggi dibandingkan kepemilikan mobil yang hanya sekitar 16 persen. Fenomena ini turut mendorong pertumbuhan usaha mikro berbasis mobilitas seperti pedagang cilok, bakso, dan jajanan tradisional lainnya.

Berdasarkan data Dinas Perekonomian Pemerintah Kota Surabaya, pada tahun 2009 terdapat sekitar 75.000 pedagang kaki lima, dan 35 persen di antaranya berjualan secara keliling menggunakan berbagai alat transportasi seperti sepeda atau sepeda motor (Herwanto dalam syah, 2017:660). Fakta ini menunjukkan bahwa pola berdagang keliling merupakan strategi yang relevan dan efektif untuk menjangkau konsumen secara langsung, terutama di kawasan permukiman dan sekolah.

Cilok merupakan jajanan khas Bandung, yang terbuat dari campuran tepung tapioka, tepung terigu, potongan seledri dan bumbu-bumbu seperti bawang putih, garam, serta merica. Cara membuatnya hampir sama dengan pembuatan bakso, sehingga banyak masyarakat yang menyebutnya bakso cilok. Cilok bentuknya bulat-bulat seperti bakso hanya saja berbeda bahan dasarnya terdapat beberapa macam irisan sayur di dalamnya seperti seledri, kol dan daun bawang, karena terbuat dari bahan dasar tepung tapioka maka cilok jika dimakan rasanya kenyal (Husna dalam Zein, et.al, 2020:71).

Rombongan biasanya diposisikan dibagian belakang kendaraan sepeda motor, rombongan berguna untuk menyimpan seluruh barang dagangan dan barang-barang lain yang diperlukan untuk dibawa saat pedagang berkeliling (Paito dalam syah, 2017:663).

Menurut Sedjati dalam (Panaha & Kojo, 2021:886), penjualan merupakan seluruh aktivitas untuk menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen melalui proses pertukaran yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kegiatan penjualan juga mencakup upaya mencari pembeli, mempengaruhi, memberi penjelasan mengenai produk, hingga mencapai kesepakatan harga yang menguntungkan kedua belah pihak (Moekijat dalam Widharta & Sugiharto, 2013:2). Sementara itu, strategi penjualan tidak hanya berfokus pada aktivitas transaksi, tetapi merupakan suatu rencana yang disusun untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan penjual melalui pertukaran informasi, sekaligus meningkatkan volume penjualan serta memberikan kepuasan kepada konsumen (Widharta & Sugiharto, 2013). Dengan demikian, strategi penjualan bersifat lebih menyeluruh karena mengatur langkah-langkah yang akan ditempuh pelaku usaha untuk mencapai target penjualan secara efektif.

Penelitian oleh Misbaqul, et.al (2025) mengungkap bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, promosi) secara signifikan mampu meningkatkan daya saing UMKM tradisional. Studi pada Lapak Labu Pak Roni di Pasar Ngronggo menunjukkan bahwa strategi 4P membantu menjaga keberlangsungan bisnis, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisi kompetitif usaha kecil tersebut. Dalam konteks strategi penjualan, elemen-elemen 4P ini dapat diterjemahkan menjadi taktik operasional misalnya, pemilihan titik penjualan (place), penawaran harga khusus (price), promosi lokal, dan pengembangan produk. Kombinasi dari elemen-elemen tersebut dalam teknik penjualan yang direncanakan akan berkontribusi pada peningkatan volume penjualan dan retensi pelanggan yang pada akhirnya memperkuat daya saing UMKM seperti Cilok Jadul.

Salah satu contoh UMKM yang menarik untuk dikaji adalah Cilok Jadul, sebuah usaha kuliner yang menjual cilok keliling di Dusun Patuk RT 03 RW 02 Desa Pojok Kecamatan Garum. Usaha ini dijalankan oleh Bapak Yadi bersama istrinya. Berdiri sejak tahun 2006, Cilok Jadul masih bertahan hingga kini berkat konsistensi dalam menjaga cita rasa dan pelayanan. Penjual beroperasi dengan sistem keliling menggunakan rombongan di belakang sepeda motor, biasanya berjualan di lingkungan sekolah dasar dan menengah pada pagi serta sore hari. Strategi berjualan keliling ini membuat produk Cilok Jadul mudah dijangkau oleh konsumen dan tetap eksis di tengah banyaknya kompetitor serupa.

Melalui penelitian berjudul "Analisis Strategi Penjualan pada UMKM Cilok Jadul sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Lokal", penulis berupaya menganalisis bagaimana strategi

penjualan yang diterapkan oleh pelaku usaha dapat mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan. Kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran nyata mengenai praktik penjualan yang efektif pada usaha mikro berbasis keliling, sekaligus menjadi referensi bagi UMKM lain untuk meningkatkan daya saing produk lokal di daerahnya masing-masing.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena pendekatan ini mampu memberikan gambaran nyata dan terperinci mengenai strategi penjualan yang diterapkan pelaku usaha, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Riswanda et al. (2022) yang menggunakan metode serupa pada kajian sosial. Analisis data dilakukan dengan model Miles & Huberman melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sesuai dengan konsep analisis kualitatif yang dijabarkan oleh Qomaruddin & Sa'diyah (2024). Penerapan model ini juga sejalan dengan penelitian dalam jurnal IJEMAR (2023), yang menegaskan bahwa tiga tahapan tersebut efektif untuk mengolah data lapangan secara sistematis dan menghasilkan temuan yang valid.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara langsung dengan istri Bapak Yadi selaku pemilik UMKM Cilot Jadul, serta observasi dan dokumentasi kegiatan penjualan di lapangan. Subjek penelitian adalah UMKM Cilot Jadul yang berlokasi di Dusun Patuk RT 03 RW 02 Desa Pojok Kecamatan Garum. Proses pengumpulan dan analisis data dilakukan untuk menggambarkan strategi penjualan yang diterapkan usaha tersebut dalam upaya meningkatkan daya saing produk lokal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut Sukma (2021), konsep Resource-Based View menekankan bahwa keunggulan bersaing jangka panjang hanya dapat dicapai apabila usaha memiliki sumber daya yang menghasilkan nilai ekonomi dan mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pesaing. Suatu sumber daya dikatakan unggul apabila memenuhi kriteria bernilai, tidak mudah ditemukan pada kompetitor, sulit ditiru, serta tidak memiliki alternatif pengganti yang sepadan. Kombinasi karakteristik ini memungkinkan sebuah UMKM memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian Hardimas dan Soehartatiek (2022), kualitas produk dan pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa kombinasi antara produk yang baik dan pelayanan yang ramah dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam skala usaha kecil-menengah. Dalam konteks UMKM Cilot Jadul, meskipun produksi cilok bersifat tradisional dan sederhana, konsistensi rasa dan interaksi langsung saat berjualan keliling dapat dianggap sebagai bentuk kualitas yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan demikian, strategi penjualan yang menjaga kualitas produk serta menjaga pelayanan pelanggan dapat berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pembeli, sekaligus memperkuat daya saing usaha.

UMKM Cilot Jadul merupakan usaha kuliner tradisional yang telah berjalan sejak tahun 2006 dan tetap mempertahankan resep lamanya sebagai ciri khas. Nama "Cilot Jadul" digunakan untuk menegaskan komitmen usaha ini dalam menjaga keaslian rasa. Tidak seperti cilot masa kini yang banyak diberi isian, produk ini dibuat dari campuran tepung terigu dan tepung tapioka sehingga menghasilkan tekstur kenyal dan rasa gurih yang kemudian dipadukan dengan saus kacang khas.

Usaha ini dikelola oleh Bapak Yadi bersama istrinya. Meskipun tidak memiliki pencatatan akuntansi secara formal, keduanya mengelola pembelian bahan dan hasil penjualan secara sederhana untuk memenuhi kebutuhan harian. Dalam penelitian ini, perhitungan biaya produksi

dan HPP disusun berdasarkan hasil observasi serta estimasi yang dibuat oleh peneliti untuk memperoleh gambaran mengenai struktur biaya usaha tersebut.

**a. Biaya Produksi**

| <b>Bahan Baku</b>      | <b>Takaran</b>  | <b>Harga</b>                   |
|------------------------|-----------------|--------------------------------|
| Tepung Terigu          | 5 Kg            | Rp 68.000,00                   |
| Tepung Tapioka (kanji) | 3 Kg            | Rp 63.000,00                   |
| Bawang putih           | 1 Kg            | Rp 31.000,00                   |
| Daun Bawang            | 1 Ikat          | Rp 5.000,00                    |
| Air panas              | Secukupnya      | -                              |
| Garam                  | 2 Pcs           | Rp 6.500,00                    |
| Merica Bubuk           | 1 Renteng       | Rp 12.000,00                   |
| Penyedap               | 1 Renteng       | Rp 12.000,00                   |
| Tahu                   | 10 pcs          | Rp 20.000,00                   |
| Kacang tanah           | 4 Kg            | Rp 72.000,00                   |
| Cabai merah            | 1 Kg            | Rp 19.000,00                   |
| Gula putih             | 1 Kg            | Rp 16.000,00                   |
| Minyak goreng          | 5 Liter         | Rp 80.000,00                   |
| Saos tomat             | 2 Pcs           | Rp 26.000,00                   |
| Daging ayam (Kentaki)  | 1 Kg            | Rp 28.000,00 (naik kapan saja) |
| Plastik                | 4 Pcs           | Rp 12.000,00                   |
| Kresek                 | 4 pcs           | Rp 20.000,00                   |
| Sunduk                 | 1 pcs           | Rp 6.000,00                    |
| Kecap                  | 2 pcs           | Rp 19.000,00                   |
| Gas                    | 1 pcs           | Rp 23.000,00                   |
| <b>Total</b>           | <b>Seminggu</b> | <b>Rp 538.000,00</b>           |

Hasil wawancara dengan istri pemilik UMKM Cilot Jadul menunjukkan bahwa usaha ini memasarkan produknya dengan berjualan secara keliling menggunakan rombongan yang dipasang di bagian belakang motor. Strategi penjualan utamanya adalah memilih jalur yang berpotensi ramai pembeli, seperti lingkungan sekolah dan area publik lainnya, sekaligus menjaga harga tetap terjangkau agar dapat menarik konsumen dari berbagai kalangan. Produk yang dijual tidak hanya cilok, tetapi juga dilengkapi kentucky mini sebagai variasi tambahan yang diminati konsumen.

Untuk proses produksi, beberapa bahan baku utama yang digunakan meliputi tepung terigu sebanyak 5 kg seharga Rp68.000, tepung tapioka 3 kg Rp63.000, bawang putih 1 kg Rp31.000, daun bawang 1 ikat Rp5.000, tahu 10 pcs Rp20.000, kacang tanah 4 kg Rp72.000, cabai merah 1 kg Rp19.000, minyak goreng 5 liter Rp80.000, serta bahan tambahan lain seperti gula putih, penyedap, saus tomat, kecap, dan gas dengan total pengeluaran bahan baku mencapai Rp538.000 per minggu.

Dilihat dari aktivitas operasionalnya, UMKM Cilot Jadul dikelola dengan pola kerja yang cukup terstruktur. Kegiatan berjualan dilakukan setiap hari dengan pembagian waktu yang berbeda antara suami dan istri. Pada pagi hari, istri pemilik bertugas menjajakan dagangan sekitar pukul 09.00–11.30 WIB, sedangkan suaminya melanjutkan penjualan pada sore hari sekitar pukul 15.30–17.30 WIB.

Pendekatan penjualan yang digunakan mengandalkan mobilitas, yaitu berkeliling ke berbagai titik yang dianggap potensial. Mereka menyesuaikan rute dengan jam pulang sekolah dan momen ketika warga memiliki waktu luang. Cara ini terbukti membantu mereka menjangkau pembeli dalam jumlah lebih besar, khususnya di area Dusun Patuk RT 03 RW 02, Desa Pojok, Kecamatan Garum.

**b. HPP**

Menurut Susanto dalam Susilawati, et.al (2025:114), harga pokok produksi merupakan keseluruhan biaya yang dikorbankan dalam proses mengolah bahan baku hingga menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya tersebut mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik yang timbul selama proses produksi.

Berikut ini merupakan contoh perhitungan HPP pada usaha Cilot Jadul milik Bapak Yadi untuk satu hari produksi:

|                      |               |
|----------------------|---------------|
| Bahan Baku           | Rp 79.500,00  |
| Biaya Tenaga Kerja   | Rp 20.000,00  |
| Biaya Overhead       | Rp 16.000,00  |
| Harga Pokok Produksi | Rp 115.500,00 |
| Per unit             | 45 pcs        |
| HPP pe unit          | Rp 2.600,00   |
| Harga jual           | Rp 5.000,00   |

Menurut perhitungan HPP, biaya bahan baku harian yang dikeluarkan sebesar Rp79.500, biaya tenaga kerja Rp20.000, dan biaya overhead Rp16.000, sehingga total harga pokok produksi (HPP) mencapai Rp115.500 per hari. Dengan hasil produksi sebanyak 45 pcs cilot per hari, diperoleh HPP per unit sebesar Rp2.600 dan harga jual Rp5.000 per pcs.

Penetapan harga tersebut dilakukan karena penjualan dilakukan secara keliling menggunakan motor, sehingga membutuhkan tambahan biaya operasional seperti bensin dan perawatan rombongan. Keuntungan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti membeli beras dan uang saku anak. Meskipun pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan sederhana, pengelolaan biaya yang teliti serta strategi penjualan yang efektif membuat usaha ini mampu bertahan di tengah persaingan pedagang jajanan lainnya.

**KESIMPULAN DAN SARAN****a) KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan UMKM Cilot Jadul berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha sejak tahun 2006 hingga sekarang. Pola penjualan keliling menggunakan rombongan motor, pemilihan jalur strategis seperti lingkungan sekolah dan area publik, serta konsistensi menjaga cita rasa menjadi kekuatan utama yang mendukung daya saing produk. Selain itu, pendekatan langsung yang ramah kepada konsumen turut meningkatkan kepuasan dan loyalitas pembeli.

Dari sisi biaya, struktur pengeluaran usaha terbilang sederhana dan disesuaikan dengan kebutuhan produksi harian. Perhitungan HPP menunjukkan bahwa usaha ini mampu menetapkan harga jual yang tetap terjangkau namun tetap memberikan keuntungan bagi pemilik. Walaupun pencatatan belum dilakukan secara formal, pengelolaan biaya yang teliti serta strategi operasional yang konsisten membuat UMKM Cilot Jadul mampu bertahan di tengah persaingan pedagang jajanan keliling lainnya.

Secara keseluruhan, strategi penjualan berbasis mobilitas, menjaga kualitas produk, serta memahami kebutuhan konsumen terbukti menjadi faktor utama yang meningkatkan daya saing UMKM ini.

**b) SARAN****1) Melakukan Pencatatan Keuangan Sederhana**

Pemilik UMKM Cilot Jadul disarankan mulai menerapkan pencatatan keuangan meskipun dalam bentuk sederhana. Minimal mencatat pengeluaran bahan baku,

pendapatan harian, serta perkiraan keuntungan agar perkembangan usaha dapat dipantau dan dievaluasi dengan lebih jelas.

- 2) Mengembangkan Variasi Produk Secara Bertahap  
UMKM Cilot Jadul dapat menambah variasi menu selain cilok dan kentucky mini, misalnya membuat olahan serupa yang disukai anak sekolah. Beberapa pilihan variasi produk yang berpotensi diminati antara lain cilot isi telur puyuh, cilot isi keju, cilot kuah pedas, serta cilot goreng tusuk. Pengembangan produk yang tidak terlalu jauh dari menu utama dapat meningkatkan minat beli tanpa menambah beban produksi yang besar.
- 3) Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi  
Pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook dapat membantu memperluas jangkauan pembeli. Promosi digital ini dapat menjadi pelengkap strategi penjualan keliling, terutama untuk menerima pesanan pada acara tertentu maupun permintaan khusus, seperti level kepedasan tertentu atau pesanan dalam jumlah banyak.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Akuntansi Universitas Islam Balitar serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan fasilitas selama proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pemilik UMKM Cilot Jadul yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi terkait aktivitas usaha serta strategi penjualan yang diterapkan. Penghargaan yang tulus penulis sampaikan kepada dosen pengampu, Ibu Endah Masrurik, selaku pengajar mata kuliah Akuntansi Kewirausahaan, atas bimbingan dan masukan yang sangat membantu selama proses penelitian dan penulisan artikel ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan daya saing usaha melalui penerapan strategi penjualan yang efektif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M., Dewi, A. S., & Hendratmoko, S. (2025). Strategi Pemasaran 4P untuk Meningkatkan Daya Saing pada Lapak Labu Pak Roni di Pasar Ngronggo. *Jurnal Bisman (Bisnis dan Manajemen)*, 496.
- HARDIMAS, M. N., & SOEHARTATIEK. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Akademika: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 141.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Presiden Republik Indonesia. Diakses melalui PPID Universitas Udayana.
- Panaha, F., & Kojo, C. (2021). ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. ISTANA BERKAT GEMILANG. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 886.
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Jurnal of Management, Accounting and Administration*, 81.
- Riswanda, R., Zahra, N., Mausufi, N., NST, N. R., & Siregar, M. N. (2022). Peran mahasiswa KKN dalam mengurangi buta aksara Al-Qur'an di Kelurahan Pulo Brayan kota. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 508.
- Sukirman. (2020). Efektivitas Kelompok Kerja Guru (KKG) dalam Peningkatan Kompetensi Guru. *IJEMAR (Indonesian Journal of education management & administration review)*, 207.
- Sukma, H. A. (2017). PERSPEKTIF THE RESOURCE BASED VIEW (RBV) DALAM MEMBANGUN COMPETITIVE ADVANTAGE. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 76.
- Susilawati, R., Salsabila, S., Safitri, & Pebrianto, D. (2025). Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan Metode Full Costing dan Pengoptimalan Pemasaran Digital pada

- Penjualan Snack Guparove Studi Kasus pada Pelaku UMKM Ibu Suwarsi Kelurahan Margomulyo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 114.
- syah, Y. (2018). PERANCANGAN SARANA PENJUALAN PENTOL YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PEDAGANG DAN KONSUMEN PENTOL DI SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 660-663.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). PENYUSUNAN STRATEGI DAN SISTEM PENJUALAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO DAMAI. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 2-3.
- Zein, M., Nuryati, & Fitriani. (2020). Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Vegan Cilok dengan Penggunaan Pewarna Alami. *JURNAL TEKNOLOGI AGRO-INDUSTRI*, 71.