

Optimalisasi Usaha Mikro di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar

Muh Dwi Julianggara¹, Idris Parakkasi², Sirajuddin³

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: muhammadiyah107@gmail.com¹, idris_parakkasi21@yahoo.com²,

sirajuddinroy@uin-alauddin.com³

ABSTRAK- Usaha Mikro merupakan unit usaha produktif yang dijalankan perorangan atau bersama perusahaan. Banyak dari pelaku usaha kontainer food and drink belum memahami cara mengelola usahanya agar dapat berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana cara mengoptimalkan usaha mikro keluarga di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar dan apakah dengan penerapan prinsip ekonomi islam pada suatu usaha kontainer akan memajukan usaha tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian fenomenologi. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utama. Adapun data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan banyak pelaku usaha kontainer memulai usahanya 4 tahun adapun masalah yang dihadapi pelaku usaha kontainer dalam memulai, dari beberapa pelaku usaha kontainer food stall sudah melakukan teknik pemasaran secara online dan hal ini memperjelas perbedaan penghasilan ketika berjualan online dan offline dalam pemberian service ke konsumen ada beberapa pelaku usaha telah menyediakan musik untuk menemani ketika menunggu pesanan dalam berjualan juga beberapa pelaku usaha kontainer food stall menerapkan prinsip ekonomi islam.

Kata kunci: *Optimalisasi, Usaha Mikro, Prinsip Ekonomi Islam*

PENDAHULUAN

Sukses tidak hanya diraih atas industri yang besar akan tetapi juga bisa diraih lewat pengoptimalan usaha mikro. Pertumbuhan ekonomi yang baik tentu menjadi hal yang dicita-citakan setiap daerah. Banyak daerah yang sudah memiliki potensi dalam hal meningkatkan laju pertumbuhan ekonominya (Sirajuddin, Idris Parakkasi 2023). Zaman ini di era digitalisasi hanya dengan usaha mikro bisa menjadi pesaing untuk industri besar. Jadi seorang pelaku usaha mikro yang berhasil tidak hanya didasarkan pada pembelajaran dalam kelas saja akan tetapi usaha mikro bisa menjadi salah satu alternatif bila ingin mendapatkan penghasilan. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis dikala ini sangat ketat teknologi juga memberikan dampak yang sangat signifikan, pendidikan serta pengetahuan sudah jadi kunci keberhasilan bagi industri dalam mengalami suasana ekonomi dikala ini (Irawan 2019).

Halal merupakan kebutuhan dalam penggunaan benda benda seperti makan, minuman dan obat, obatan yang tidak mengandung/bercampur dengan sesuatu yang diharamkan, produk

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

halal di Indonesia adalah hak konsumen muslim yang harus dipenuhi oleh negaranya (Khairunnisa, Lubis, and Hasanah 2020). Ekonomi Islam muncul dari refleksi atas kekaffahan keislaman seorang muslim. Ekonomi Islam merupakan bentuk evolusi atas teori ekonomi neo klasik. Ekonomi Islam muncul saat perekonomian modern lambat dalam menghadirkan solusi atas problematika ekonomi kontemporer. Ekonomi Islam memiliki pandangan bahwa seluruh harta kekayaan yang ada di alam ini harus dialokasikan secara adil menurut syariah islam (Trimulato et al. 2020)

Ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, bisnis salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan (Happy, Surur, and Adinugraha 2021). Bisnis sendiri merupakan kegiatan untuk membantu diri sendiri, keluarga maupun orang lain dan dengan berbisnis setidaknya kita merupakan seseorang yang berperan dalam pembangunan suatu negara.

Usaha mikro merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri yang dioperasikan sendiri atau perusahaan di setiap sektor ekonomi (Ardiana 2023). Keberadaan usaha mikro sangat tidak bisa dihindari lagi bagi kalangan masyarakat, sebab keadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat (Mannan and Ratih 2021). Keberhasilan pelaku bisnis menjadi salah satu daya tarik bagi orang lain untuk menekuni profesi bisnis. Bisnis diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (needs and wants) manusia serta untuk memperoleh keuntungan (Ayu Ruqayyah et al. 2021).

Kriteria UMKM menurut pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Kriteria UMKM

No	Jenis Usaha	Kekayaan Bersih	Penjualan tahunan
1	Usaha Mikro	Rp. 50.000.000,00	Rp. 300.000.000,00
2	Usaha Kecil	Rp. 250.000.000,00	Rp. 1.750.000.000,00
3	Usaha Menengah	Rp. 5.000.000.000,00	Rp. 25.000.000.000,00

Sumber : Yuli Rahmini Suci 2008

Berdasarkan kriteria UMKM yang berdasar pada pasal 6 UU No.20 tahun 2008 membagi beberapa kategori berdasarkan kekayaan bersih dan total penjualan tahunan. (Yuli Rahmini Suci 2008). Berdasarkan hasil tersebut penulis menyimpulkan bahwa penelitian ini akan lebih terfokus pada Usaha Mikro yang dimana rata rata penjualan per tahun mulai dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Kontainer bekas banyak menumpuk di pelabuhan perkembangan zaman membuat gaya hidup masyarakat juga ikut berubah dalam menikmati kuliner, tak harus di ruangan ber AC seperti cafe outdoor pun banyak digemari salah satu model kafa kontainer. Container booth merupakan salah satu tren terbaru pembuatan stand makanan dan minuman para pengusaha kuliner (Lie et al. 2019)

Usaha mikro memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha mikro juga dinilai memiliki fleksibilitas ekonomi yang tinggi, sehingga dapat menunjang stabilitas dan perekonomian sistem keuangan, usaha mikro yang ingin mengembangkan usahanya harus mampu meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya karena demikian hal yang sulit dilakukan usaha mikro saat ini dalam segi pengetahuan dan kemampuan manajemennya untuk melakukan pemasaran (Agustina Damayanti and Priharsari 2021).

Berdasarkan informasi yang telah saya peroleh dari beberapa pengelola kontainer food stall banyak dari mereka belum memahami cara memasarkan produknya mereka kebanyakan berharap pada konsumen yang datang tidak melakukan tindak promosi baik secara langsung ataupun tidak langsung yang kita kenal dengan bahasa kekinian secara online ataupun offline mereka juga belum mengetahui cara menerapkan prinsip islam secara benar dan dari segi kepuasan pelanggan pun mereka tidak memperhatikan hal tersebut.

TINJAUAN LITERATUR

Usaha Mikro

Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar (Elzamaulida Merdekawati 2018). Usaha mikro adalah tumpuan perekonomian Indonesia, selain karena distribusinya yang terdapat di seluruh wilayah Indonesia, juga karena posisinya yang menjadi sentral karena banyak tenaga kerja didalamnya, Usaha mikro juga mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Iskandar, Zulbainarni, and Jahroh 2020).

Berdasarkan dalam perspektif Perkembangannya, usaha mikro merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar, selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi, maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro yang melibatkan banyak kelompok. Menurut (Yuli Rahmini Suci 2008) Berikut ini klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

1. Livelihood activities.
2. Micro enterprise.
3. Small dynamic enterprise.
4. Fast moving enterprise.

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menurut Umar Chapra Ilmu ekonomi Islam adalah suatu cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui suatu alokasi dan distribusi sumber daya alam yang sesuai dengan maqasid, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan, membentuk solidaritas keluarga, sosial dan jaringan moral masyarakat (Ayu 2018). Rasulullah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan rasulnya sebagai amalan yang dipertanggungjawabkan pada akhir zaman (Wahidin 2018)

Adapun karakteristik Ekonomi Islam antara lain (Ayu 2018):

1. Rabbaniyah Mashdar (bersumber dari tuhan)
Ekonomi Islam merupakan ajaran yang bersumber dari Allah. Pernyataan tersebut bisa dilacak di berbagai teks al-Qur'an dan Hadits yang muncul pada abad ke 6 Masehi
2. Rabbaniyah al-Hadf (bertujuan untuk tuhan)
Selain bersumber dari Allah, ekonomi islam juga bertujuan kepada Allah. Artinya segala aktivitas ekonomi Islam merupakan suatu ibadah yang diwujudkan dalam hubungan antar manusia untuk membina hubungan dengan Allah Subhana Wata'ala.
3. Al-Raqabah al-Mazdujah (mixing control/control didalam dan diluar)
Ekonomi Islam menyertakan pengawasan yang melekat bagi manusia yang terlibat didalamnya. Pengawasan dimulai dari diri masing masing manusia, karena manusia adalah leader (khalifah) bagi dirinya sendiri. Pengawasan selanjutnya yaitu dari luar yang melibatkan institusi, lembaga ataupun seorang pengawas (Ayu 2018)

Teori Identifikasi Sistem Pemasaran

Sistem Pemasaran merupakan transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli, semakin besar penjualan atau pemasaran maka semakin besar pendapatan yang diterima suatu perusahaan (Aprillia and Manuputty 2020). Konsep pemasaran berpijak pada empat pilar utama, yaitu fokus pasar dimana tidak ada perusahaan yang bisa beroperasi dalam setiap dan memuaskan kebutuhan, orientasi pelanggan artinya suatu perusahaan dapat mendefinisikan pasarnya dengan teliti dan mengutamakan apa kebutuhan pelanggan dibanding perusahaan, pemasaran terpadu dalam hal ini berfokus pada penjualan, iklan, manajemen produk dan penelitian pasar dan profitabilitas dapat dicapai melalui produk barang atau jasa dapat memuaskan pelanggannya lebih dari diharapkan (Cahyadi 2018).

Digital marketing adalah salah satu media pemasaran saat ini yang sangat banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan dengan adanya digital marketing konsep pemasaran tradisional sudah mulai tidak digunakan lagi karena digital marketing dapat memudahkan baik komunikasi dan transaksi dapat dilakukan

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

kapan saja dan dimana saja bahkan tidak hanya berfokus pada sekitar lokasi jualan tapi bisa lebih meluas (Pradiani 2018).

Teori Identifikasi Tingkat Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan jasa memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk tetap menjalin hubungan yang baik dan kuat dengan menyediakan layanan jasa dan juga produk, apabila dilakukan secara benar dan tepat maka hubungan seperti ini memungkinkan penyedia layanan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan (Nugroho 2019). Untuk menciptakan kepuasan tersebut perusahaan harus memperhatikan faktor faktor kepuasan pelanggan diantaranya promosi dan kualitas layanan (Santosa and Mashyuni 2021).

Kepuasan pelanggan adalah hal yang paling sulit dipertahankan, kepuasan pelanggan tidak bisa dihindari dengan bentuk pelayanan ataupun produk yang dipasarkan jika suatu usaha dalam pelayanannya baik maupun nyaman pada saat di lokasi penjualan akan membuat konsumen akan datang kembali dengan mencoba menu menu yang lain (Kaligis, Mandey, and Roring 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Metode ini digunakan untuk mengetahui apa saja penyebab timbulnya kontainer food stall yang marak buka dan tutup dalam menjalankan usahanya dan bagaimana mengoptimalkan usaha mikro di kecamatan Biringkanaya kota Makassar. Cara mengumpulkan data pada penelitian ini melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Melakukan wawancara pada pelaku usaha dan konsumen yang terlibat dengan jumlah 18 Informan dengan kriteria 10 pelaku usaha dan 8 lainnya konsumen yang berfungsi untuk mengetahui bentuk pelayanan yang di berikan dari pelaku usaha kontainer food stall. Adapun hasil wawancara yang telah dikumpulkan akan dikelola dan dinarasikan dalam bentuk penyederhanaan dari peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bersarkan hasil penelitian dari (Aprillia and Manuputty 2020) usaha mikro adalah sektor perdagangan yang saat ini dihadapkan pada masalah penurunan penjualan yang diakibatkan oleh pembatasan pemberlakuan kegiatan masyarakat. Akibat pemberlakuan tersebut banyak pelaku usaha melakukan pemberhentian pada usahanya akan tetapi banyak dari mereka juga bertahan dengan mempertahankan model usaha online mendaftarkan usahanya di market place dan banyak lagi platform lainnya. Pemasaran secara online adalah hal yang tidak bisa kita lepas di zaman ini. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Fitriany 2019) kita dapat memberikan arahan untuk memulai dari hal kecil dalam dunia digital marketing. Beberapa hal yang dapat dilakukan dengan measarakan dengan apk whatsapp dengan hanya menguplod stori di aplikasi ini. Dengan menawarkan melalui apk wahtasapp dapat mendatangkan pembeli ketika ingin berbelanja

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

tetapi malas keluar rumah ini akan menjadi salah satu usaha yang akan membuahkan hasil jika dilakukan dengan konsisten.

Dengan memanfaatkan sosial media yang ada sekarang kita dapat menyebarkan hasil produk yang ingin kita pasarkan contohnya pelaku usaha kontainer food stall Daeng Kebab. Kontainer food ini bisa mendapatkan penghasilan sekitar Rp. 14.400.000 hanya berjualan secara online dan offline salah satu pegawai dari daeng kebab mengatakan banyak anak sekolah gemar mengonsumsi jajan ini dengan rasa yang enak dan pelayanan yang baik dapat mendatangkan kembali adapun orang lain sering berdatangan kembali dikarenakan mereka menyebarkan jajanan ini melalui sosial media dari pembeli yang datang hal ini mengundang teman teman dari pembeli yang cuma 1 menjadi lebih banyak untuk mencoba jajanan dari Daeng Kebab.

Umumnya konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan baik lisan ataupun tulisan (Gofur 2019). Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya.

Ada beberapa hal yang harus di perhatikan dalam pelayanan diantaranya melakukan analisa konsumen dilakukan pelaku usaha dengan cara melakukan pengamatan terhadap pengunjung atau konsumen yang datang. Pengamatan ini dilakukan untuk menggali keinginan atau harapan konsumen terhadap kontainer *food stall*. Selain itu, karena letak kontainer *food stall* ini berdekatan dengan kontainer lain jadi biasanya jika melihat kontainer yang lain lebih ramai maka salah satu karyawan ditugaskan untuk mencari tau apa yang sedang digemari oleh konsumen mulai dengan menawarkan musik yang terputar ketika konsumen sedang menunggu pesannya ataupun tempat duduk untuk menunggu produk yang dibuat.

Berdasarkan tinjauan teoritis cara mengoptimalkan usaha mikro sendiri ada berbagai macam metode dan strategi dari tiap tiap pelaku usaha container food stall yang ada. Teori identifikasi pemasaran yang dimana mengidentifikasi melalui hasil survei masyarakat ingin pelaku usaha memasarkan secara online agar masyarakat di berbagai daerah dapat merasakan jualan dari usaha kontainer tersebut seperti mendaftarkannya di grabfood, shopee food dan mengaktifkan sosial media dari usaha kontainer yang sudah ada. Teori identifikasi pemasaran juga menyarankan agar layanan online sudah sangat maju dan waktunya pelaku usaha untuk tampil lebih maksimal pemasarannya juga dapat melalui influencer-influencer yang ada di sekitar Kota Makassar fungsi influencer sendiri dapat meyakinkan konsumen untuk mencoba suatu jajanan kontainer *food stall* yang berada di Kecamatan Biringkanaya.

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Ekonomi islam sendiri adalah ilmu pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya alam secara yang sesuai prinsip prinsip islam. Adapun karakteristik dari prinsip islam yaitu (Ayu 2018):

1. Rabbaniah Mashdar (Bersumber dari tuhan)
2. Rabbaniah al-Hadf (Bertujuan untuk tuhan)
3. Al-Raqabah Al-Mazdujah (Mixing kontrol/mengatur).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah di uraikan oleh peneliti dalam skripsi “Optimalisasi Usaha Miko Keluarga di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Pengoptimalisasian dalam usaha kontainer food dapat dilakukan dalam berbagai aspek baik dari segi SDM (Sumber Daya Manusia), produk yang ditawarkan dan bentuk layanan atau service dari pelaku usaha kontainer peneliti melihat masih banyak pelaku usaha kontainer masih berfokus dalam menjalankan usahanya secara offline memang betul adanya jika ingin menjalankan suatu usaha kontainer jelas lokasi dan produk apa yang dipasarkan akan tetapi dalam industri digital seperti sekarang ini mendorong pelaku usaha kontainer harus beradaptasi dengan cepat agar tidak tertinggal dengan daerah yang telah menggunakan metode pemasaran secara online. Peneliti juga sepakat dalam melakukan pemasaran harus memberikan servise yang baik dari hasil wawancara beberapa pelaku usaha menyediakan musik di usaha kontainernya agar pelanggan atau konsumen yang datang tidak bosan menunggu pesanan.
2. Penerapan prinsip ekonomi islam merupakan kegiatan muamalah yang bersumber dari Allah bertujuan kepada Allah dan Manusia sebagai pengelola sumber daya yang ada. Peneliti ketika melakukan observasi dilapangan dan melihat mendengarkan apa yang disampaikan pelaku usaha kontainer beberapa dari mereka telah menerapkan prinsip prinsip ekonomi islam dari beberapa pelaku usaha seperti pemilik usaha kontainer Tutto yaitu kak amar menutup kedainya ketika adzan berkumandang adapula Ibu Wulan pemilik usaha kontainer dari Mieyy Hot Ping mengatakan ketika dalam melakukan pemasaran kita harus menentukan target berapa yang kita akan pasarkan nah dalam percakapnn yang telah dilakukan peneliti dengan ibu Wulan ketika produk yang telah dibuat dan beberap produk yang tidak laku akan dibuang banyak dari mereka membuang produk yang tidak bisa di dimanfaatkan lagi kak Wulan berkata semua usaha yang kita lakukan akan dimintai pertanggung jawabannya baik ketika

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

kita mengelola suatu produk lantas kita mubazir berlebihan dalam melakukan produksi yang tidak di barengi dengan penjualan yang dilakukan.

REFERENSI

- Agustina Damayanti, Anindya, and Diah Priharsari. 2021. "Analisis Kualitatif Penggunaan Media Sosial Terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)." 5(8): 3316–23. <http://j-ptiik.ub.ac.id>.
- Aprillia, Intan, and Zhabilla Manuputty. 2020. "Strategi Untuk Pelaku Bisnis Dalam Mempertahnkan Sistem."
- Ardiana, Siska. 2023. "Peran Pembiayaan Mudharabah Dalam Perkembangan Usaha Mikro Nasabah (Studi Pada BMT Nu Jombang Cabang Diwek)." STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Ayu, Meri. 2018. "Srategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Prespektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Darussalam)." : 2. <http://library.ar-raniry.ac.id>.
- Cahyadi, Iwan Fahri. 2018. "Sistem Pemasaran Dropship Dalam Perspektif Islam." *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law* 1(1): 24.
- Elzamaulida Merdekawati. 2018. "Potensi Dan Kontribusi Umkm Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Photosynthetica* 2(1): 1–13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887->
- Fitriany. 2019. "Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Pada Usaha Toko Roti Futry Maros Di Maros Sulawesi Selatan." *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* 8(2): 216–23. <http://e-jurnal.nobel.ac.id>.
- Gofur, Abdul. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1): 37–44.
- Happy, Firman, Achmad Tubagus Surur, and Hendri Hermawan Adinugraha. 2021. "Prospek Bisnis Dan Pemberdayaan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pada Usaha Permen Jahe Fadhilah." *Tamwil* 7(2): 1.
- Irawan, Andri. 2019. "Analisis Penerapan Strategi Operasi Dalam Kegiatan Produksi Pada UMKM Johny Walker Leatherworks Di Kota Cimahi Jawa Barat." *Jurnal Bisnis Darmajaya* 4(1): 1–11.
- Iskandar, Yusuf, Nimmi Zulfainarni, and Siti Jahroh. 2020. "Pengaruh Karakteristik Usaha Dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan Di Kabupaten Sukabumi." *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)* 4(1): 1–12.
- Kaligis, T I, S L Mandey, and F Roring. 2021. "Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Rumah Makan Box Weal Manado.” *Jurnal EMBA* 9(3): 1775–85.

Khairunnisa, Hana, Deni Lubis, and Qoriatul Hasanah. 2020. “Kenaikan Omzet UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal.” *Al-Muzara’Ah* 8(2): 109–27.

Lie, Devi Sugiarto, Yusita Kusumarini, and Meirina Kuncahyowati. 2019. “Perancangan Alih Fungsi Kontainer Menjadi Modul Ruang Komersial ‘Fasilitas Makan Dan Minum.’” *Jurnal Intra* 7(2): 328–34.

Estu Mahanani, Ayu Ruqayyah Yunus et al. 2021. Andrew’s Disease of the Skin Clinical Dermatology. *Pengantar Bisnis (Suatu Konsep Dan Strategi)*.

Mannan, Abdul, and Inayah Swasti Ratih. 2021. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM.” *IZZU : Jnal Ekonomi Islam* 1(2): 133–47.

Muhammad Arfandi Pama, Idris Parakkasi, Sirajuddin. 2023. “Peranan Pondok Pesantren Al Mubarak Ddi Tobarakka.” 1(5): 925–37.

Nugroho, Adi. 2019. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality Dan Model Kano (Studi Kasus: PT.Graha Service Indonesia).” *Jurnal Senopati* 3(100): 41–49.

Pradiani, Theresia. 2018. “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 11(2): 46–53.

Santosa, Dewa Gede Wahyu, and Ida Ayu Mashyuni. 2021. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar.” *Widya Amrita* 1(1): 290–302.

Trimulato, Trimulato, Ismawati Ismawati, Amiruddin K, and Nuraeni Nuraeni. 2020. “Penguatan Peran Ekonomi Islam Melalui Optimalisasi Pembiayaan Pada Sektor Riil UMKM.” *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 5(2): 87–98.

Wahidin, Ade. 2018. “Prinsip Saling Relasi Dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisa’[4] Ayat 29).” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(02): 110–34.

Yuli Rahmini Suci. 2008. “Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di INDONESIA.” *UU No. 20 Tahun 2008* (1): 1–31.