



Peningkatan Kualitas Manajerial UMKM Bubur Ayam di Desa Sukarahayu Tambelang Kabupaten Bekasi

Etty Zuliawati Zed¹, Delia Shafa Zahra Nabila²,

Riana Oktaviani³, Kimah Amelia Sari⁴

Siti Aliyah⁵, Nur Cholifatur Rohmah⁶

Universitas Pelita Bangsa ^{1,2,3,4,5,6}

e-mail: oktavianiriana03@gmail.com

Abstract

This service investigates the obstacles faced by UMKM entrepreneurs in Sukarahayu Village Tambelang Bekasi Regency, especially in the culinary sector, especially in the chicken porridge business. Obstacles such as limited capital, competition with base porridge sellers, and lack of knowledge about online marketing are the main focus. To overcome these challenges, training programs on management, finance, marketing and online sales have been launched. It is hoped that this training will help UMKM entrepreneurs improve their managerial skills and implement online marketing strategies through partnerships with e-commerce platforms. The results of the training activities indicate a high level of enthusiasm among UMKM entrepreneurs in participating in the program, as well as hopes for more training in the future. From this positive response, it is evident that the entrepreneurs recognize the importance of strengthening management and online marketing skills in developing their businesses. It is hoped that these efforts will significantly contribute to enhancing the competitiveness and growth of UMKM chicken porridge businesses in the Sukarahayu Tambelang Village, Bekasi Regency.

Keywords: MSMEs, Managerial, Training.

Abstrak

Pengabdian ini menyelidiki hambatan yang dihadapi oleh pengusaha UMKM di Desa Sukarahayu Tambelang Kab.Bekasi, terutama dalam sektor kuliner, khususnya dalam bisnis bubur ayam. Kendala seperti keterbatasan modal, persaingan dengan penjual bubur pangkalan, dan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran online menjadi fokus utama. Untuk mengatasi tantangan ini, program pelatihan tentang manajemen, keuangan, pemasaran, dan penjualan online telah diluncurkan. Diharapkan bahwa pelatihan ini akan membantu pengusaha UMKM meningkatkan keterampilan manajerial mereka dan menerapkan strategi pemasaran online melalui kemitraan dengan platform e-commerce. Hasil dari kegiatan pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari para pengusaha UMKM dalam mengikuti program tersebut, serta harapan untuk mendapatkan lebih banyak pelatihan di masa depan. Dari respons yang positif tersebut, terlihat bahwa para pengusaha mengakui pentingnya memperkuat kemampuan manajemen dan pemasaran online dalam mengembangkan bisnis mereka. Diharapkan bahwa upaya ini akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang Kabupaten Bekasi.

Kata Kunci: UMKM, Manajerial, Pelatihan.

PENDAHULUAN

Desa Sukarahayu Tambelang merupakan sebuah wilayah yang kaya akan potensi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk dalam bidang kuliner. Salah satu usaha yang cukup populer di desa ini adalah usaha bubur ayam. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang menghadapi sejumlah permasalahan yang membatasi kemampuan manajerial dan hasil produksinya. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan modal yang dimiliki pelaku UMKM.

Tantangan besar dihadapi oleh para pengusaha dalam melakukan pengembangan usaha adalah kekurangan modal (Supriyanto *et al.*, 2023). Modal yang terbatas menjadi hambatan utama dalam upaya untuk memperluas lokasi usaha, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Perluasan lokasi usaha, misalnya, membutuhkan investasi yang cukup besar untuk menyewa atau membeli ruang tambahan, serta biaya renovasi dan pengadaan peralatan tambahan. Sementara itu, peningkatan kualitas produk memerlukan investasi dalam pengadaan bahan baku berkualitas tinggi, teknologi produksi yang lebih canggih, dan peningkatan keterampilan tenaga kerja (Hadiwijaya, 2023). Selain itu, pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif memerlukan alokasi dana untuk riset pasar, promosi, dan pengembangan citra merek (Tyoso and Haryanti, 2020). Dengan modal yang terbatas, para pengusaha harus bijak dalam mengalokasikan sumber daya yang tersedia agar dapat mengoptimalkan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang adalah ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan terjangkau. Bubur ayam merupakan produk yang bergantung pada kualitas bahan baku, seperti beras, daging ayam, sayuran, dan bumbu-bumbu. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku berkualitas dan harga yang stabil merupakan tantangan yang signifikan bagi proses produksi (Febriyantoro *et al.*, 2019). Kualitas bahan baku yang tidak konsisten dapat mengakibatkan variasi dalam hasil akhir produk, mengganggu standar kualitas yang telah ditetapkan. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi secara keseluruhan, yang pada gilirannya dapat mengganggu perencanaan keuangan perusahaan. Hal ini juga dapat menimbulkan kesulitan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif di pasar. Dengan menghadapi tantangan ini, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai strategi, seperti mencari pemasok yang dapat diandalkan, menjalin kontrak jangka panjang untuk harga yang stabil, atau bahkan mempertimbangkan diversifikasi sumber bahan baku. Dengan cara ini, perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dari ketidakstabilan bahan baku terhadap proses produksi dan kualitas produk (Setiawan and Supriyanto, 2023).

Persaingan dengan tukang bubur pangkalan juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang. Tukang bubur pangkalan seringkali menawarkan harga yang lebih murah dan lokasi yang lebih strategis, sehingga menarik sebagian pelanggan potensial. Hal ini mendorong para pelaku UMKM bubur ayam untuk berinovasi dalam hal produk, layanan, dan strategi pemasaran guna menjaga daya saing dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Dalam konteks tantangan tersebut, peningkatan manajerial menjadi kunci bagi para pelaku UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang. Dengan meningkatkan keterampilan manajerial, mereka dapat lebih efektif dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, mengatasi permasalahan yang muncul, serta mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan hasil produksi dan memperluas pangsa pasar (Abdillah, Primasari and Widianingsih, 2019).

METODE PELAKSANAAN

Sebagaimana yang telah disampaikan dalam pendahuluan, program pengabdian yang akan dilaksanakan akan memfokuskan pada pengenalan dan pelatihan mengenai berbagai aspek penting dalam bisnis, termasuk Manajemen, Keuangan, Pemasaran, dan Penjualan Online dengan Aplikasi Go-Food. Melalui pengenalan dan pelatihan ini, peserta diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai manajemen bisnis yang efektif, pengelolaan keuangan yang tepat, strategi pemasaran yang efisien, dan pemanfaatan platform online seperti Go-Food untuk meningkatkan penjualan dan visibilitas usaha mereka. Materi-materi yang disampaikan akan dirancang sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha lokal dalam mengembangkan bisnis mereka. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta, serta meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis mereka di era digital saat ini.

Tabel 1
Metode Pendekatan kepada Pelaku Usaha

No	Jenis Permasalahan	Program yang diterapkan	Sasaran
1	Keterbatasan Modal.	Pelatihan Manajerial dan Keuangan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajemen dan pemahaman keuangan para pelaku UMKM bubur ayam. Pelatihan dapat mencakup manajemen persediaan, perencanaan keuangan, analisis biaya, dan strategi pengelolaan modal yang	Pelaku UMKM bubur ayam di desa Sukarahayu Kecamatan Tambelang.

		efektif.	
2	Kurangnya Pengetahuan tentang Teknis Pemasaran Online.	program kemitraan dengan platform e-commerce makanan seperti ShopeeFood bisa menjadi strategi yang sangat efektif bagi pelaku UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang. Melalui kemitraan ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan jangkauan luas dari platform tersebut untuk memperluas pasar mereka, mencapai lebih banyak konsumen, dan meningkatkan penjualan.	Pelaku UMKM bubur ayam di desa Sukarahayu Kecamatan Tambelang.

Sumber: Data Primer, 2024

Program Penguatan Metode Manajemen UMKM Pelaku UMKM Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi, ditujukan kepada para pelaku UMKM Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang Kabupaten Bekasi Kegiatan yang dilakukan, disajikan pada tabel 2.

Tabel 2
Pengenalan Dan Teknis Manajemen Bisnis

No	Judul Kegiatan	Metode	Jumlah	Materi	Rancangan Evaluasi
1	Pelatihan peningkatan manajerial dan hasil produksi UMKM bubur ayam.	Penggunaan materi presentasi, diskusi bersama dan sesi praktek.	Pertemuan Pengenalan dan teknis / Praktek.	Perencanaan dan pengelolaan keuangan dan persediaan bahan baku usaha.	Monitoring kemampuan UMKM dalam penerapan materi yang telah diterima, serta pendampingan.
2	Pengenalan dan pelatihan manajemen pemasaran dan penjualan online melalui kemitraan e-commerce terkenal.	Penggunaan materi presentasi, diskusi bersama dan sesi praktek.	Pertemuan Pengenalan dan teknis / Praktek.	Strategi pemasaran dan promosi.	Monitoring kemampuan UMKMdalam penerapan materiyang telah diterima, serta pendampingan.

Sumber: Data Primer, 2024

PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan edukasi seks bebas didapatkan hasil sebagai berikut: Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat berjalan efektif pada bulan Maret. Kegiatan dimulai dari persiapan dengan rapat koordinasi, kunjungan ke pelaku UMKM di Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang. Kemudian kami melakukan pelatihan pada 23 Maret 2024 ditempat tinggal pelaku UMKM Bubur Ayam Sukarahayu Tambelang. Materi pelatihan meliputi manajemen, manajemen keuangan, manajemen pemasaran online, pengenalan aplikasi ShopeeFood dari Aplikasi Shopee. Pemberi pelatihan berasal dari para 5 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Materi disampaikan dengan lancar dan pelaku UMKM antusias mengikutinya. Monitoring dilakukan setelah pelatihan untuk mengetahui semangat pelaku UMKM dalam meningkatkan usahanya melalui manajemen yang lebih baik. Pelaku UMKM menginginkan pelatihan lanjutan untuk lebih memahami dan mahir dalam mengelola usaha mereka.

Berdasarkan beberapa program yang dilaksanakan saat pengabdian maka menghasilkan beberapa luaran yang berdasarkan tujuan dari kegiatan. Tabel luaran ada pada table 3.

Tabel 3
Luaran Kegiatan

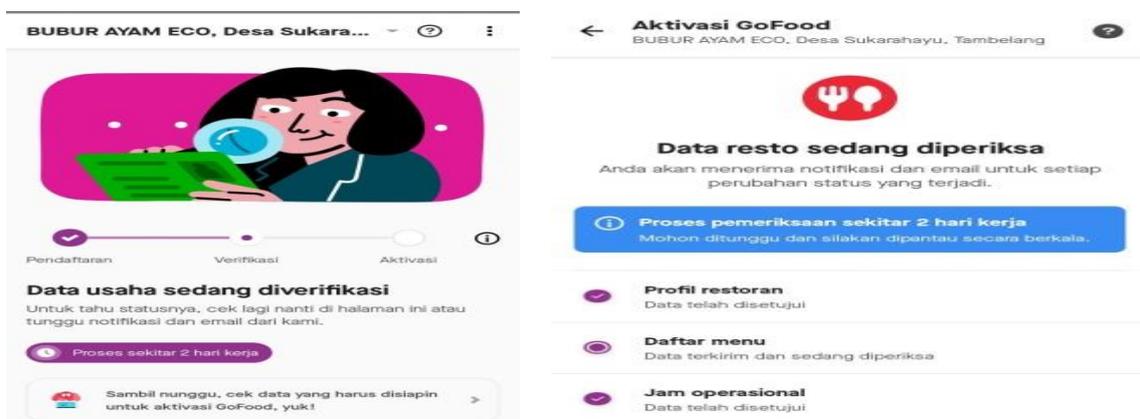
No	Program	Luaran	Spesifikasi/Keterangan
1	Pelatihan peningkatan manajerial dan hasil produksi UMKM bubur ayam.	Rancangan Teknis Pengembangan Manajemen	Hal-hal teknis yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha mengenai Manajemen Sederhana meliputi pemahaman tentang konsep dasar manajemen, kemampuan mengelola sumber daya manusia dan materi, penggunaan alat-alat manajemen sederhana seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, serta kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi kinerja.
2	Pengenalan dan pelatihan manajemen pemasaran dan penjualan online melalui kemitraan	Rancangan Teknis Pengembangan Pemasaran	Hal-hal teknis yang perlu dikuasai oleh pelaku UMKM terkait Pemasaran mencakup pemahaman tentang konsep dasar pemasaran, kemampuan dalam mengidentifikasi pasar dan pelanggan potensial, keterampilan dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran, penggunaan metode pemasaran seperti promosi, distribusi, dan penentuan harga, serta kemampuan untuk melakukan analisis pasar dan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran.

Gambar 1
Dokumentasi Kegiatan Dilaksanakan Pada Tanggal 25-27 Maret 2024



Sumber: Data Primer, 2024

Gambar 2
Proses Pendaftaran Gofood dan Proses Verifikasi Pendaftaran Gofood



Sumber: Data Primer, 2024

Kualitas merupakan suatu konsep yang kompleks, dinamis, dan relatif dalam konteks produk atau jasa. Konsep ini melibatkan berbagai aspek yang saling terkait, termasuk kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan, tingkat kepuasan pengguna, karakteristik produk, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan serta harapan tertentu. Kesesuaian dengan standar mengacu pada sejauh mana produk atau jasa memenuhi persyaratan atau kriteria yang telah ditetapkan oleh pihak terkait, seperti industri, pemerintah, atau organisasi internasional (Maesaroh, 2020).

Kepuasan pengguna mencerminkan sejauh mana produk atau jasa tersebut dapat memenuhi harapan, kebutuhan, dan preferensi konsumen (Suhari *et al.*, 2023). Karakteristik produk mencakup berbagai elemen seperti keandalan, kinerja, desain, dan fitur yang membedakan produk dari yang lain. Selain itu, kualitas juga menggambarkan kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan tertentu dari konsumen atau pengguna potensial. Oleh karena itu, untuk mencapai tingkat kualitas yang optimal, perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek ini secara holistik dan terus-menerus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pasar (Hasanudin and Pratama, 2023).

Meningkatkan kualitas produk atau layanan merupakan tujuan utama bagi setiap organisasi yang ingin mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dan keberlangsungan bisnisnya (Hasanudin, 2023b). Terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui peningkatan kualitas. Pertama, organisasi bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan produk atau layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen. Kedua, peningkatan kualitas juga bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja dengan mengurangi pemborosan, pengerjaan ulang, dan perbaikan, sehingga dapat mengurangi biaya operasional dan produksi. Selanjutnya, organisasi juga bertujuan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar dan peraturan yang berlaku serta meningkatkan tingkat keselamatan produk, sehingga dapat mengurangi risiko terhadap konsumen. Selain itu, peningkatan kualitas juga mendorong pengembangan inovasi, membangun reputasi yang lebih baik, meminimalkan risiko, meningkatkan produktivitas, menguatkan keunggulan kompetitif, serta pada akhirnya meningkatkan keuntungan bagi organisasi (Hasanudin and Panigfat, 2023). Dengan demikian, peningkatan kualitas menjadi strategi yang penting bagi organisasi untuk mencapai berbagai tujuan tersebut dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang kompetitif (Hasanudin, 2023a).

Pelatihan peningkatan manajerial dan hasil produksi UMKM bubur ayam bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pelaku usaha mengenai konsep dasar manajemen serta teknik pengelolaan yang efektif. Rancangan teknis pengembangan manajemen tersebut mencakup

beberapa hal yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha, termasuk pemahaman tentang konsep dasar manajemen, kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia dan materi, serta penggunaan alat-alat manajemen sederhana seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Pelatihan juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi kinerja untuk memastikan bahwa hasil produksi dapat mencapai standar kualitas yang diinginkan. Meningkatkan kualitas produk atau layanan menjadi fokus utama dalam pelatihan tersebut, sejalan dengan tujuan umum setiap organisasi dalam mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar serta keberlanjutan bisnisnya. Dengan peningkatan kualitas, diharapkan UMKM bubur ayam dapat memenuhi harapan pelanggan dengan produk yang memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Selain itu, upaya peningkatan kualitas juga diarahkan untuk meningkatkan efisiensi kerja dengan mengurangi pemborosan, pengerjaan ulang, dan perbaikan, yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya operasional dan produksi. Aspek kepatuhan terhadap standar dan peraturan juga menjadi perhatian penting, serta peningkatan tingkat keselamatan produk untuk mengurangi risiko terhadap konsumen.

Peningkatan kualitas juga diharapkan dapat mendorong pengembangan inovasi, membangun reputasi yang lebih baik, meningkatkan produktivitas, menguatkan keunggulan kompetitif, serta pada akhirnya meningkatkan keuntungan bagi UMKM bubur ayam. Dengan demikian, pelatihan peningkatan manajerial dan hasil produksi UMKM bubur ayam menjadi strategi yang penting dalam mencapai berbagai tujuan tersebut dan mempertahankan posisi yang kompetitif di pasar.

Untuk meningkatkan kualitas produk, terdapat beberapa langkah yang dapat diambil oleh pelaku usaha, khususnya UMKM. Pertama, perhatian terhadap desain kemasan produk sangat penting. Kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk dari pengaruh lingkungan dan selama proses distribusi, tetapi juga berperan sebagai alat pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen. Kedua, memanfaatkan pemasaran melalui akun media sosial merupakan cara efektif untuk mencapai konsumen potensial secara luas. Dengan memanfaatkan media sosial, produk dapat lebih terjangkau dan mudah dikenal oleh konsumen. Selanjutnya, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen juga menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas produk. Dengan memahami preferensi konsumen, produk dapat disesuaikan sehingga memenuhi ekspektasi mereka.

Pengelolaan permintaan konsumen dengan baik juga penting, karena permintaan yang dipelajari dengan baik dapat memengaruhi kualitas produk secara positif (Supriyanto, 2022a). Selain itu, peningkatan nilai produk juga

dapat dilakukan dengan memberikan nilai tambah yang signifikan sehingga konsumen merasa bernilai tinggi. Terakhir, kreativitas pada produk yang sudah ada juga dapat meningkatkan kualitas produk. Dengan melakukan inovasi dan modifikasi pada produk yang sudah ada, UMKM dapat memperbaharui produk mereka tanpa harus meluncurkan produk baru secara keseluruhan. Dengan demikian, dengan memperhatikan langkah-langkah tersebut, pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan kualitas produk mereka dan bersaing secara lebih efektif di pasar (Supriyanto, 2022b).

KESIMPULAN

Dari pengabdian masyarakat di Desa Sukarahayu Tambelang Kab.Bekasi menunjukkan bahwa meskipun terdapat potensi besar untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam bidang kuliner seperti usaha bubur ayam, namun para pelaku UMKM di Desa Sukarahayu Tambelang masih menghadapi sejumlah permasalahan. Keterbatasan modal, ketersediaan bahan baku yang berkualitas, persaingan dengan tukang bubur pangkalan, dan kurangnya pengetahuan tentang teknis pemasaran online merupakan beberapa tantangan utama yang dihadapi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program pengenalan dan pelatihan tentang manajemen, keuangan, pemasaran, dan penjualan online telah dijalankan, dengan fokus pada pengembangan keterampilan manajerial dan penerapan strategi pemasaran online melalui kemitraan dengan platform e-commerce seperti shopee food. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan efektivitas dalam mengelola usaha mereka, mengatasi permasalahan yang muncul, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan hasil produksi.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan antusiasme pelaku UMKM dalam mengikuti pelatihan dan keinginan untuk mendapatkan pelatihan lanjutan guna lebih memahami dan menguasai manajemen usaha mereka. Dengan demikian, upaya penguatan manajerial dan pemasaran online diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang Kab.Bekasi. Berdasarkan laporan yang disajikan, program penguatan manajerial untuk UMKM bubur ayam di Desa Sukarahayu Tambelang Kab.Bekasi telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan manajerial dan hasil produksi mereka. Tetapi, masih terdapat kesempatan untuk melakukan perbaikan lebih lanjut. Berikut adalah beberapa saran Dalam menghadapi keinginan pelaku UMKM untuk pelatihan lanjutan, disarankan untuk menyelenggarakan serangkaian pelatihan yang lebih mendalam dan intensif dalam bidang manajemen, keuangan, dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Primasari, D. and Widianingsih, R. (2019) 'Pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku UMKM terhadap kinerja umkm bidang kuliner di Kabupaten Purbalingga', *Jurnal Optimum*, 9(2), pp. 145-157.
- Febriyantoro, M.T. et al. (2019) 'Pelatihan Kewirausahaan dan Peningkatan Kualitas Manajemen dan Tata Kelola Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Lingkungan PKK Tiban Global Batam', *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), pp. 271-279.
- Hadiwijaya, H. (2023) 'Manajerial Bagi UMKM Produktif di Kota Lubuklinggau', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 2(1), pp. 40-47.
- Hasanudin, H. (2023a) 'Exploring the Interplay of Investment Knowledge, Motivation, Minimum Capital, and Risk Perception in Shaping Students' Interest in Capital Markets', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(2), pp. 162-170.
- Hasanudin, H. (2023b) 'The Effect Of Price Earning Ratio (Per), Price To Book Value (Pbv) And Debt To Equity Ratio On Stock Return With Earnings Per Share (Eps) As A Moderation Variable: Studies On Insurance Sub-Sector Companies And Securities Companies Registered On The Indone', *CEMJJP*, 31(2), pp. 358-371.
- Hasanudin, H. and Panigfat, F. (2023) 'Unlocking MSME Performance: The Interplay of Financial Literacy, Financial Inclusion, and Financial Technology Lending with Venture Capital Mediation', *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(2), pp. 137-148.
- Hasanudin, H. and Pratama, A.Y. (2023) 'The Effect of Talent Management, Internal Communication and Work Life Balance on Employee Performance Through Employee Satisfaction at PT. Aru Raharja', *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, 8(1), pp. 587-606.
- Maesaroh, S.S. (2020) 'Upaya peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya melalui pemanfaatan system informasi geografis (SIG)', *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(1).
- Setiawan, M.A. and Supriyanto, A. (2023) 'Impulse Buying Of Generation Z Muslims: A Study On Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, And Hedonic Shopping Value', *Jurnal Al-Iqtishad*, 19(1), pp. 68-82.

- Suhari, E. et al. (2023) 'Peningkatan Kualitas Manajerial Dan Hasil Produksi Umkm Kerupuk Rambak Desa Gadingan', *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 3(1), pp. 33–40.
- Supriyanto, A. (2022a) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El -Hekam*, 7(1), p. 69. Available at: <https://doi.org/10.31958/jeh.v7i1.6515>.
- Supriyanto, A. (2022b) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69–82.
- Supriyanto, A. et al. (2023) 'The Influence of Perceived Credibility, Trustworthiness, Perceived Expertise, Likeability, Similarity, Familiarity, and Attractiveness on Purchase Intention: A Study on Halal Bakery Products in Kudus Regency', *NIZAM: International Journal of Islamic Studies*, 1(1), pp. 29–45.
- Tyoso, J.S.P. and Haryanti, C.S. (2020) 'Perluakah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif oleh UMKM?(Studi Kasus UMKM Semarang)', *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), pp. 123–135.