

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

Peningkatan Strategi Pengembangan Usaha Ukm Kota Medan

Improvement of The UKM Business Development Strategy For Medan City

Surya Asih

Universitas Pembangunan Pancabudi Medan

Email : suryaasih@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRACT

The problem faced by Tegalwangi Furniture UKM is the existence that is less well known by the public due to limited marketing constraints. The purpose of this study was to determine the company's strategy in developing alternative Tegalwangi furniture using SWOT analysis. This research is a descriptive research with the support of qualitative data, data collection techniques are obtained through in-depth interviews with real data from internal and external fields. From the results obtained using SWOT analysis, there are 8 alternative strategies: (1) Maintaining product quality (2) Developing a business by serving sales to outside the region (3) Collaborating with Home Credit (4) Increasing promotion via the internet (5) Offering products to organization or work group (6) Improving the quality of service to customers (7) Increasing / providing creative and interesting product variations (8) Adding distribution channels

Keyword: Business Development, Marketing Mix, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi dinegara kita sejak beberapa tahun lalu, dimana terdapat banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor usaha Mikro +Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti telah lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Tetapi ada pula suatu kelemahan dari (UMKM) ialah dalam mengakses informasi diduga terkait langsung dengan kondisi faktor internal (UMKM) yang dibayangi oleh (UMKM) yang sebenarnya memiliki pangsa pasar yang cukup besar didunia internasional, belum banyak diketahui oleh konsumen. Salah satu pemegang peran penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM), biasanya diikuti maupun ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja. Pentingnya UKM lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial, yaitu menyediakan lapangan pekerjaan, pemberantasan kemiskinan, pemerataan pendapatan. UKM di Indonesia digambarkan sebagai kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Pertumbuhan UMKM pada tahun 2005 - 2012 menjelaskan peran UMKM mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional. Bila dilihat dari tahun 2005, pertumbuhan data jumlah UMKM mencapai 5% dan pada tahun 2012, pertumbuhan tersebut meningkat sebanyak 2%. Kriteria usaha kecil menurut Undang – Undang pada No.09 tahun 1995, ialah sebagai berikut, dan juga memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) dan juga tidak termasuk sebuah

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah). Adapun milik (WNI), berdiri sendiri, dan juga bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk mendefinisikan kriteria skala usaha.

KAJIAN TEORI

Klasifikasi Ukm

UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok menurut UU No. 20 Tahun 2008 yaitu :

a. and Livelihood Activities, ialah merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.

b. And Micro Enterprise, ialah merupakan suatu UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

c. And Small Dynamic Enterprise, ialah merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

d. And Fast Moving Enterprise, ialah merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Pengertian awam tentang mebel pada umumnya terbatas pada makna fungsional dari suatu benda atau produk sebagai penunjang kegiatan manusia seperti kursi hanya untuk duduk, almari untuk menyimpan pakaian atau tempat aktivitas dalam kehidupannya. Akan tetapi mebel dapat dimaknai sebagai hasil kebudayaan dari suatu bangsa sehingga mempunyai arti filosofi, budaya, teknologi, ekonomi, dan sosial. Kuncaraningrat menegaskan bahwa: daya kreatif para karyawan, ahli, sarjana atau seniman memang hanya bisa dikembangkan, melalui peningkatan mutu karya mereka dalam teknik maupun konsepsinya. Pengertian tersebut menegaskan bahwa kemampuan kreatif pencipta atau pendesain sangat menentukan keberhasilan karya yang dibuatnya dan diminati orang lain

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dengan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan. Chandler (dalam Anoraga 2010) strategi ialah sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Strategi ialah kekuatan-kekuatan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan persaingan. David (2012) menjelaskan pengertian strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai oleh perusahaan. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Berbeda dengan pendapat David yang menyebutkan bahwa strategi akan memaksimalkan keunggulan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

bersaing. Rangkuti (2009) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda, namun pada dasarnya kesemuanya mempunyai makna yang sama, yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam suatu usahanya setiap hari. Hal ini seperti apa yang dikemukakan oleh Scumpeter (dalam Jhingan, 1993 : 3) bahwa pengembangan ialah perubahan spontan dan terputus-putus senantiasa mengubah dan mengganti situasi keseimbangan untuk waktu sebelumnya, dan dikemukakan oleh Kellog (dalam Moekijat, 2009) bahwa pengembangan sebagai suatu perubahan dalam diri orang yang memungkinkan yang bersangkutan bekerja efektif. Menurut Hafisah (2010) pengembangan ialah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan ialah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, dan pedoman dalam pengembangan usaha..

METODE

Penelitian Ini Menggunakan Penelitian Deskriptif Dengan Pendekatan Kualitatif Yang Menekankan Pada Data Berupa Kata-Kata, Gambar, Dan Bukan Angka-Angka Yang Disebabkan Oleh Adanya Penerapan Metode Kualitatif. Dan Selain Itu, Semua Yang Telah Dikumpulkan Berkemungkinan Menjadi Kunci Terhadap Apa Yang Sudah Diteliti. Pengambilan Sampel Atau Sumber Data Pada Penelitian Ini Dikatakan Secara Purposive Dan Untuk Ukuran Sampel Tersebut Ditentukan Secara Snowball, Teknik Pengumpulan Dengan Triangulasi (Gabungan), Analisa Data Bersifat Kualitatif Dan Hasil Penelitian Menekankan Makna Generalisasi. Hasil Dari Penelitian Ini Hanya Mendeskripsikan Atau Mengkonstruksikan Wawancara-Wawancara Mendalam Terhadap Subjek Penelitian Sehingga Dapat Memberikan Gambaran Yang Jelas Mengenai Pemahaman UKM Mebel Tegal Wangi Gatot Subroto Dalam Menghadapi Pesaing.

Metode Penelitian ialah Salah Satu Teknis Dan Cara Mencari, Memperoleh, Mengumpulkan Dan Mencatat Data, Baik Berupa Primer maupun Data Sekunder Yang Di Gunakan Untuk Keperluan Menyusun Suatu Karya Ilmiah. Penelitian Deskriptif ialah Penelitian Yang Didasarkan Data Deskriptif Dari Status, Keadaan, Sikap, Hubungan Atau Sistem Pemikiran Suatu Masalah Yang Menjadi Objek Penelitian. Setelah Mendapatkan Data-Data Yang Diperoleh Dalam Penelitian Ini, Maka Langkah Selanjutnya ialah Mengolah Data Yang Terkumpul Dengan Menganalisis Data, Mendeskripsikan Data, Serta Mengambil Kesimpulan. Untuk Menganalisis Data Ini Menggunakan Teknik Analisis Kualitatif, Karena Data-Data Yang Diperoleh Merupakan Kumpulan Keterangan-Keterangan. Adapun Proses Analisis Data Dimulai Dengan Menelaah Seluruh Data Yang Tersedia Dari Berbagai Sumber, Yaitu Melalui Observasi, Wawancara, Dan Dokumentasi. Dan Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif ialah Dilakukan Pada Saat Pengumpulan Data Berlangsung, Setelah Selesai Pengumpulan Data Dalam Periode Tertentu. Adapun Pada Saat

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

Wawancara, Peneliti Sudah Melakukan Analisis Terhadap Jawaban Dari Informan. Adapun Apabila Jawaban Yang Telah Diwawancarai Setelah Dianalisis Terasa Belum Memuaskan, Peneliti Akan Melanjutkan Pertanyaan Lagi, Sampai Tahap Tertentu Sehingga Datanya Sudah Tidak Jenuh. Proses Penelitian Yang Dilakukan Melalui Pengukuran Dengan Alat Yang Baku Yaitu Matriks SWOT.

Matriks SWOT

Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (Matriks SWOT) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi, yaitu SO (*strenght-opportunities*), WO (*weaknessess-opportunities*), ST (*strenght-threats*), dan WT (*weaknessess-threats*). Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif yaitu antara lain:

Reduksi Data (*Reduction Data*) Dan Reduksi data ialah diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Dalam suatu laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Adapun Data yang telah diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakannya suatu kesimpulan.

Penarikan Kesimpulan (*Concluting Drawing*)

Dan juga Penarikan kesimpulan yaitu meliputi melakukan suatu verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Adapun juga peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mebel atau yang dikenal sebagai furniture merupakan perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari. Dengan kata lain, mebel atau furniture ialah semua benda yang ada di dalam rumah dan digunakan oleh penghuninya untuk duduk, berbaring, ataupun menyimpan benda kecil seperti pakaian atau cangkir. Mebel sendiri biasanya terbuat dari kayu atau papan. Dari pengertian Mebel tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah usaha mebel yang bernama Mebel Tegal Wangi. Mebel Tegal Wangi merupakan salah satu usaha perseorangan yang berada di Kelurahan Sei Putih Barat. Usaha ini didirikan pada tahun 1976 sampai dengan sekarang, di mana Mebel Tegal Wangi ialah usaha warisan dari orang tua dan hingga sekarang Mebel Tegal Wangi sudah berdiri selama ± 43 tahun. Mebel Tegal Wangi berlokasi di Jalan Gatot Subroto No 93 A-B Kelurahan Sei Putih Barat Kota Medan. Mebel Tegal Wangi memberikan lapangan pekerjaan kepada 3 orang pekerja. Produksi Mebel Tegal Wangi ialah perlengkapan rumah tangga. Dan sebagian dari karyawan yang dipekerjakan merupakan tetangga atau orang-orang di sekitar tempat usaha tersebut. Alasan mempekerjakan mereka ialah, dikarenakan

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

beliau (pemilik usaha mebel) ingin menyerap tenaga kerja di sekeliling lingkungannya. Dalam perekrutan tenaga kerja, Bapak Tegal ini tidak muluk-muluk dalam menentukan kriteria pekerjaannya.

PEMBAHASAN

Dari berbagai alternatif strategi yang ada, perusahaan dapat memilih mana yang sesuai untuk UKM Mebel Tegal Wangi berdasarkan analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya. UKM Mebel Tegal Wangi dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mendapatkan peluang yang ada dengan menggunakan strategi antara lain: Mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, memaksimalkan teknologi komunikasi untuk pemasaran. Serta melakukan pengembangan usaha dengan melayani penjualan sampai keluar daerah. UKM Mebel Tegal Wangi dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada dengan strategi antara lain: Inovasi produk, yaitu menambah produk-produk yang inovatif untuk disajikan kepada pelanggan. Selain itu juga meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan cara menghasilkan atau menyediakan produk yang sesuai dengan pesanan/keinginan konsumen, membina hubungan baik dengan pelanggan dengan cara meminta nomor telepon. Selain itu dalam memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada dengan menggunakan strategi melakukan kerjasama dengan Home Credit, promosi dengan cara membuat iklan di internet dan pada saat diadakannya pameran Promo in House yang mengundang banyak pengunjung sehingga menjadi kesempatan untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan, melakukan penawaran produk kelompok atau organisasi kerja maupun lembaga-lembaga yang ada. Strategi yang dapat digunakan UKM Mebel Tegal Wangi dalam meminimalkan kelemahan yang ada dan untuk menghindari ancaman yang datang, yaitu dengan meningkatkan promosi dengan cara memanfaatkan media promosi sesuai dengan dana yang ada, dan juga dapat dilakukan penambahan saluran distribusi seperti agen, reseller ataupun sales.

KESIMPULAN

Berdasarkan Hal penelitian ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,215 > 1,673$) dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan dengan laba bersih perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa biaya produksi yang dilakukan pada perusahaan tekstil dan garment yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 mempunyai arah yang baik. Berdasarkan hal ini menunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,971 < 1,673$) dan nilai signifikan sebesar $0,054 = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima volume penjualan berpengaruh negatif dan signifikan dengan laba bersih perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa volume penjualan yang dilakukan pada perusahaan tekstil dan garment yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 mempunyai penjualan yang kurang baik. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa volume penjualan tidak memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini ditunjukkan dari Hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan uji interaksi/ MRA (*Moderated Regression Analysis*) menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,530 > 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237

- Arikunto. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Alma,(2014. Manajemen Pemasaran dan Jasa. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Agus, Hermawan, 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Buchari, Alma. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Bodgan, & Taylor. Moloeng. 2007. Pengantar Metode Kualitatif. Surabaya :Usaha Nasional.
- Benyamin, Molan. 2012. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Bambang, Hariadi. 2005. Strategi Manajemen. Jakarta: Bayumedia Publising.
- Basu, Swastha, 2010. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- David, R Fred. 2012. Strategic Management Concepts & Cases. Person Academic:14th edition.
- Djaslim, Saladin. 2010. Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab, Bandung : CV. Linda Karya.
- Data, Badan Pusat Stastistik. 2008. Penggolongan Pendapatan Penduduk. BPS. Jakarta.
- Dwi, Rachmina dan Praningrum. 2011. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan . Jakarta : Erlangga.
- Djam'an Satori.2007. Metode Penelitian kualitatif. Bandung. SekolahPascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- David, Fred R. 2007. Manajemen Strategis Salemba 4, Jakarta.
- Dessler, Gary, 2011. Manajemen SDM. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Esterberg. Sugiyono. 2007. Qualitative Methods in Social Research. Bandung.Cv. Alfabeta.
- Etzel, 2013. Saluran Distribusi. Rineka. Cipta, Jakarta.
- Grewal, dan levy. 2014. Marketing, Fourth Edition, The McGraw-Hill, New York. Gogoi, Bidyat Jyoti. 2013. Managing Brand Equity. Copitalizing on the value or a brand name. Ney York.
- Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Jakarta. Erlangga.
- Hidayat, R. Rusiadi, dan M. Isa Indrawan. 2014 Teknik Proyeksi Bisnis. USU Press.
- Hidayat, R., & Subiantoro, N. Rusiadi. 2013 Metode Penelitian. USU Press.
- Kotler, & Mursid, M, Drs. 2014. Management Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kasmir, dan Jakfar. 2008.Studi Kelayakan Bisnis. Edisi 2. Jakarta. Prenada Media Droup.
- Kotler, dan Armstrong. 2015. Marketing An Introduction, Twelfth Edition, Person Education Limited, England.
- Kotler, Keller dan Benyamin Molan, 2012. Marketing Manajement Edisi 14, Global Edition, Pearson Prentice. Hall.
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Muchtar, 2010. Strategi Memenangkan Persaingan Usaha Dengan Menyusun Bisnis Plan. Kompas Gramedia. Jakarta.
- Mursid, M. 2014. Manajemen Pemasaran. Bumi Askara. Jakarta.
- Maryati,2010. Strategi Pembelajaran Inkuiri Diakses dari <http://staff.uny.ac.id/sites/default/file/Pendidikan/maryatissimi/7strategipembelajaran-inkuiripdf.pdf>

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>

Vol 1 No 3 2020 hal 231 - 237