

# Analisis UMKM ayam panggang Bu Romlah

**Habibah Munawaroh**

Program Studi akuntansi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: habibahmunawaroh10@gmail.com

**Kata Kunci:**

Permodalan, UMKM,  
Kepercayaan, Ikatan  
social

**Keywords:**

Capital, MSMEs, Trust,  
Social Bonds

## ABSTRAK

UMKM berharap hubungannya dengan bank akan memberikan mereka kemudahan dalam mengakses permodalan dan pembiayaan yang sesuai, dengan biaya dan persyaratan yang wajar, dimana mereka berharap hubungan yang saling menguntungkan dan hubungan yang berkelanjutan di masa depan. Kesetiaan UKM dalam menggunakan layanan perbankan, lamanya hubungan keduanya dan hubungan timbal balik menunjukkan bahwa UKM memperoleh manfaat dari hubungan ini. Salah satu elemen kunci dalam hubungan keduanya adalah mutual trust. Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa kepercayaan (trust) berpengaruh terhadap komitmen efektif (affective commitment). Ikatan sosial (social bonding) terhadap affective commitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap affective commitment. Affective commitment berpengaruh positif terhadap behavioral intention. Attractive of alternative dalam perannya terhadap affective commitment dan Niat berperilaku (behavioral intention), menunjukkan bahwa variabel attractive of alternative mampu memperkuat hubungan yang dimiliki affective commitment dan behavioral intention

## ABSTRACT

SMEs hope that their relationship with banks will provide them with ease in accessing capital and financing accordingly, with reasonable costs and conditions, where they expect a mutually beneficial and sustainable relationship in the future. The loyalty of SMEs in using banking services, the length of their relationship and reciprocal relationship shows that SMEs benefit from this relationship. One key element in their relationship is mutual trust. The results of the research show that trust affects effective commitment (affective commitment). Social bonding to affective commitment has a positive and significant effect on affective commitment. Affective commitment has a positive impact on behavioral intention. Attractive alternatives in their role of affective commitment and behavioral intention show that the variable attractive of alternative can strengthen the relationship of affective commitment and behavioral intention.

## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu fondasi penting dalam ekonomi Indonesia. Di tengah persaingan yang semakin sengit di sektor bisnis, UMKM memainkan peran kunci dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjaga keberlanjutan kekayaan kuliner tradisional.

Salah satu contoh UMKM yang menarik untuk diteliti adalah usaha Ayam Panggang Bu Romlah, sebuah bisnis kuliner tradisional yang telah ada sejak tahun 1990-an. Usaha ini tadinya dimulai oleh ibu mertua Bu Romlah, yang merintis usaha ayam panggang



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

menggunakan resep khas rumah dan rasa yang autentik. Seiring berjalannya waktu, usaha ini kemudian dilanjutkan oleh menantunya, Bu Romlah, yang dengan semangat mengembangkan dan meneruskan usaha keluarga tersebut.

Melalui kerja keras dan inovasi yang dilakukan Bu Romlah, usaha ayam panggang ini terus tumbuh dan semakin dikenal oleh masyarakat setempat. Keunikan ayam panggang Bu Romlah terletak pada bumbu tradisionalnya yang meresap ke dalam daging serta cara pemanggangan yang dilakukan secara alami. Selain memastikan rasa yang berkualitas, Bu Romlah juga mulai menerapkan strategi pemasaran yang sederhana, memberikan layanan yang ramah, dan menetapkan harga yang terjangkau.

Namun, seperti banyak pelaku UMKM lainnya, Bu Romlah juga berhadapan dengan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan modal, persaingan di pasar, dan perubahan tren konsumen. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana usaha ini dapat bertahan dan berkembang, strategi yang digunakan, serta potensi yang masih bisa dijajaki di masa depan.

### **Analisi pasar**

Analisis pasar adalah langkah pertama dalam perencanaan bisnis ayam bakar Bu Romlah untuk memilih target pelanggan dan meneliti saingan di daerah tersebut. Selanjutnya, Bu Romlah harus membuat menu dengan pilihan ayam bakar yang menarik, menggunakan bahan baku premium, dan memilih cara penyajian yang menarik secara visual. Memilih lokasi yang strategis sangat penting untuk memastikan bahwa klien dapat dengan mudah menjangkau perusahaan. Ibu Romlah mungkin berpikir untuk bekerja sama dengan aplikasi pesan-antar makanan selain menggunakan media sosial dan promosi untuk menarik klien. Prosedur produksi, penyajian, dan pelayanan, serta menghitung berapa banyak pekerja yang dibutuhkan, semuanya tercakup dalam rencana operasional. Membuat rencana keuangan yang menggabungkan analisis titik impas, perkiraan pendapatan, dan perkiraan pengeluaran awal juga sangat penting. Yang tak kalah penting, Ibu Romlah akan berhasil dalam bisnisnya dengan dukungan penilaian dan strategi yang sering dilakukan untuk ekspansi bisnis, seperti membuka cabang baru atau mengubah menu.

Menu ayam bakar khas yang menampilkan cita rasa tradisional dan bahan-bahan rahasia keluarga disajikan di perusahaan ayam bakar Bu Romlah, sebuah bentuk usaha kuliner rumahan. Tujuan dari perusahaan ini adalah untuk memenuhi permintaan konsumen akan makanan siap saji yang lezat, ekonomis, dan menyehatkan. Masyarakat umum, terutama keluarga, karyawan, dan pelajar di sekitar rumah Ibu Romlah, adalah target pasarnya. Perusahaan akan memulai dalam skala kecil di rumah dengan menggunakan layanan pesan antar dan strategi penjualan langsung. Untuk mempertahankan cita rasa yang khas, Ibu Romlah akan menggunakan bahan-bahan

alami dan ayam segar yang dipanggang dengan cara tradisional. Teknik pemasaran yang sederhana namun efisien akan digunakan, seperti promosi dari mulut ke mulut, media sosial (Instagram dan WhatsApp), dan, jika memungkinkan, ojek online lokal untuk layanan pengantaran. Investasi awal akan digunakan untuk membeli alat pemanggang, peralatan dapur, perlengkapan, pengemasan, dan iklan. Dengan perkiraan volume penjualan harian sebanyak 30 porsi dan harga jual per porsi sekitar Rp 20.000, bisnis ini dapat menghasilkan keuntungan yang stabil dan berkembang seiring berjalannya waktu. Tujuan jangka panjang perusahaan ini adalah untuk meningkatkan jangkauan pemasarannya dan membuka toko kecil yang dapat berkembang menjadi tempat makan keluarga.

## Pembahasan

Mulai dari membeli bahan baku hingga melayani pelanggan, bisnis ayam bakar Bu Romlah melibatkan sejumlah prosedur. Untuk menjamin cita rasa terbaik, Bu Romlah terlebih dahulu membeli ayam segar dan bahan bumbu premium dari vendor terpercaya. Setelah itu, ayam diolah sesuai dengan panduan higienis yang ketat, termasuk pembersihan, pencacahan, dan pemberian bumbu. Ayam kemudian dipanggang dengan metode unik yang menghasilkan daging yang terendam sempurna. Bersamaan dengan proses memasak, bisnis ini juga mengemas produknya untuk klien yang ingin diantar atau dibawa pulang. Dari perspektif layanan pelanggan, Ibu Romlah dan stafnya menawarkan bantuan yang tepat waktu dan sopan kepada konsumen secara langsung dan online. Mengelola persediaan bahan baku, menjaga kebersihan tempat kerja, dan secara teratur mengawasi administrasi pemasaran dan keuangan adalah bagian dari operasi perusahaan. Bisnis ayam bakar Bu Romlah dapat berfungsi secara efektif dan memberikan tingkat kepuasan tertinggi kepada konsumen dengan menggunakan manajemen aktivitas dan operasi yang terstruktur ini.

Setiap pagi, usaha Ayam Panggang Bu Romlah diawali dengan perjalanan ke pasar tradisional untuk membeli bahan baku seperti ayam segar, bumbu, dan bahan tambahan lainnya. Setelah mengumpulkan bahan-bahan tersebut, proses produksi dilakukan di dapur rumah. Untuk mempertahankan cita rasa tradisional, ayam dibersihkan terlebih dahulu, kemudian direndam dalam bumbu-bumbu khas selama beberapa jam sebelum dipanggang di atas panggangan arang. Menjelang siang hari, proses produksi sering kali sudah selesai, dan pada saat itulah pesanan dari masyarakat umum dan konsumen setia mulai berdatangan. Penjualan langsung di depan rumah dan layanan pengiriman melalui ojek online atau WhatsApp adalah dua metode yang digunakan untuk penjualan. Anggota keluarga membantu Ibu Romlah dengan tugas sehari-hari seperti pendaftaran pesanan, pengemasan, dan layanan pelanggan. Evaluasi stok, pencatatan keuangan dasar, dan persiapan bahan makanan untuk hari berikutnya adalah kegiatan berikutnya yang dilakukan setiap sore. Untuk memastikan bahwa makanan selalu segar, layanan

cepat, dan kualitas rasa terjaga setiap hari, operasi bisnis dilakukan secara perlahan dan efisien.

### **Strategi pemasaran**

Menurut The American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2016), yaitu pemasaran merupakan fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan. Jadi, fungsi pemasaran ditujukan untuk memberi pengertian kepada konsumen terkait produk dan jasa yang dipasarkan atau ditawarkan. Dalam pengertian ini, pemasaran merupakan kegiatan yang paling fundamental dalam memasarkan produk-produk dan jasa pada perusahaan.

Strategi pemasaran untuk bisnis ayam bakar Bu Romlah berpusat pada metode yang efisien untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Bu Romlah menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memasarkan dagangannya dengan memposting konten yang menarik seperti ulasan pelanggan dan gambar serta video proses persiapan ayam bakar. Selain itu, Ibu Romlah menggunakan strategi pemasaran yang unik termasuk diskon khusus hari tertentu dan paket bundling untuk menarik klien baru dan meningkatkan bisnis yang berulang. Komponen kunci lain dari pendekatan pemasarannya adalah penggunaan layanan pesan-antar makanan online, yang memungkinkan klien untuk memesan dengan nyaman tanpa harus mengunjungi restoran secara fisik. Untuk meningkatkan jangkauan pasarnya dan menjalin hubungan dengan komunitas lokal, Ibu Romlah juga aktif mengikuti berbagai acara kuliner dan bazaar. Reputasi perusahaan yang baik dan loyalitas klien yang lebih besar juga difasilitasi dengan memberikan layanan yang ramah dan menerima masukan dari konsumen. Perusahaan ayam bakar Bu Romlah dapat bersaing dan berkembang di industri yang sangat ketat karena bauran teknik pemasaran ini.

Strategi pemasaran Ayam Bakar Bu Romlah berpusat pada metode yang sederhana namun efisien untuk menjangkau pelanggan lokal. Kepuasan pelanggan menjadi strategi promosi utama, dan promosi dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut. Selain itu, Bu Romlah menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk mengiklankan produknya, menyediakan gambar menu dan dukungan klien, dan mengumumkan penjualan harian atau diskon eksklusif. Bu Romlah menyediakan paket promosi, seperti beli lima gratis satu atau diskon eksklusif untuk pelanggan baru, dalam upaya untuk menarik klien baru. Dengan berkolaborasi secara informal dengan ojek online terdekat atau tetangga yang bersedia membantu pengantaran pesanan, layanan pengantaran juga ditawarkan kepada pelanggan yang tidak dapat datang langsung. Untuk meningkatkan pengenalan merek, pamflet

sederhana didistribusikan ke seluruh lingkungan dan spanduk kecil ditempatkan di depan rumah. Dengan menekankan pada rasa, pelayanan yang ramah, dan biaya yang masuk akal, pendekatan pemasaran ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan secara progresif memperluas basis konsumen Perusahaan.(Rusmia & Hasan, n.d.)

Untuk menjamin kelancaran operasional dan kelangsungan hidup jangka panjang, perusahaan ayam bakar Bu Romlah secara konsisten dan metodis mengelola keuangannya. Bu Romlah mencatat semua pendapatan dari penjualan ayam bakar, baik secara langsung maupun melalui layanan pesan antar. Dia juga mencatat semua biaya, termasuk yang terkait dengan pembelian bahan baku, menjalankan bisnis, membayar staf, dan iklan. Untuk mempermudah pengelolaan dan pemantauan arus kas, pencatatan ini dapat dilakukan secara manual atau dengan menggunakan aplikasi dasar. Untuk mengambil keputusan bisnis yang terbaik, seperti menetapkan harga jual atau mengontrol pengeluaran, Ibu Romlah juga secara rutin melakukan analisis laba rugi untuk memahami kinerja perusahaan secara keseluruhan. Ibu Romlah dapat memperkirakan kebutuhan modal, mempersiapkan pengembangan bisnis di masa depan, dan menjaga stabilitas keuangan bisnis dengan manajemen keuangan yang efektif.

Untuk menjaga arus kas yang stabil dan terkendali, bisnis Ayam Panggang Bu Romlah menerapkan manajemen keuangan yang sederhana namun sistematis. Semua pendapatan penjualan harian, termasuk pendapatan dari penjualan langsung dan pengiriman, didokumentasikan dalam buku keuangan khusus. Namun, setiap pengeluaran, termasuk pembelian bahan baku, gas, arang, pengemasan, dan biaya operasional lainnya, juga didokumentasikan dengan cermat. Untuk memisahkan keuangan pribadi dan bisnisnya, Ibu Romlah menyisihkan sebagian dari pendapatan harinya sebagai tabungan atau uang tunai untuk ekspansi bisnis. Dia membuat ringkasan mingguan dan bulanan untuk menilai biaya yang dapat dipotong dan menghitung laba bersih untuk mempermudah pengawasan. Perusahaan ayam panggang ini harus tumbuh dengan stabil dan siap untuk berekspansi jika ada peluang untuk meningkatkan produksi atau membangun lokasi lain di masa depan dengan manajemen keuangan yang cermat dan terbuka.

### ***Langkah-langkah produksi***

Langkah pertama dalam memproduksi ayam bakar Bu Romlah adalah menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, termasuk ayam segar dan bumbu alami yang dipilih dengan cermat untuk menjamin rasa terbaik. Langkah pertama dalam proses produksi adalah persiapan, di mana ayam dicuci, dipotong, dan dibumbui menggunakan formula khusus yang dibuat oleh Bu Romlah. Setelah proses pengasinan, ayam dimasak di atas panggangan yang dimaksudkan untuk memberikan suhu yang ideal agar daging menjadi lembut dan bumbu meresap sempurna. Untuk menjamin hasil yang sempurna, Ibu Romlah dan stafnya secara berkala memeriksa kematangan ayam

saat dipanggang. Untuk memberikan pengalaman kuliner yang lengkap kepada para pengunjung, ayam bakar disajikan dengan berbagai macam lauk, termasuk nasi, sambal, dan sayuran segar, setelah dimasak. Peraturan higienis dan keamanan pangan yang ketat diikuti selama proses produksi untuk memastikan bahwa setiap produknya lezat dan aman untuk dimakan. Perusahaan ayam panggang Bu Romlah dapat memenuhi permintaan konsumen dan membuat mereka senang berkat metode produksi yang efektif dan berkualitas tinggi.

Memilih bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi, terutama ayam kampung atau ayam potong yang dibeli langsung dari pasar setiap pagi, merupakan langkah pertama dalam proses produksi bisnis Ayam Bakar Bu Romlah. Setelah dibersihkan, ayam direndam selama beberapa jam dalam bumbu khusus Bu Romlah untuk memastikan bahwa rasanya meresap dengan baik. Rahasia dari rasa unik yang membedakan ayam bakar Bu Romlah dengan ayam bakar lainnya adalah metode perendaman ini. Ayam kemudian dibakar di atas arang untuk menghasilkan aroma yang lezat dan tekstur yang juicy namun tetap matang. Untuk menghindari gosong, proses pemanggangan dilakukan secara perlahan dan hati-hati di bawah pengawasan yang ketat. Setelah matang, ayam disajikan dalam kemasan yang bersih dan menarik dengan nasi, sambal, dan lalapan, siap untuk dijual kepada pelanggan secara langsung atau melalui layanan pesan antar. Agar dapat melayani pelanggan dengan tepat waktu dan kualitas terbaik setiap harinya, seluruh proses produksi dilakukan dengan tetap menjaga kebersihan dan efisiensi waktu(Fahmi, 2014).

Teknik yang efektif digunakan dalam pendistribusian usaha ayam panggang Bu Romlah agar dapat menjangkau berbagai kelompok pasar dan memudahkan pelanggan dalam mengakses produk. Bu Romlah menawarkan layanan pesan antar melalui platform pesan antar makanan ternama dan aplikasi ojek online selain melayani pelanggan yang datang langsung ke lokasi perusahaan. Hal ini memungkinkan konsumen untuk membeli ayam panggang dengan nyaman dari rumah atau tempat kerja mereka. Ibu Romlah telah bermitra dengan pedagang makanan dan supermarket di area utama untuk menjual barang dagangannya secara konsinyasi guna memperluas basis pelanggannya. Selain itu, sebagai bagian dari rencana distribusi, Ibu Romlah menawarkan layanan kuliner pada acara-acara khusus seperti hari raya atau kumpul-kumpul warga. Rasa dan kesegaran ayam panggang tetap terjaga selama pengiriman berkat pengemasan yang higienis dan praktis yang mendukung proses distribusi ini. Perusahaan ayam panggang Ibu Romlah dapat menjangkau pasar yang besar dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan dengan menggunakan metode distribusi digital dan langsung.(Udayana et al., 2024)

Produk Ayam Panggang Bu Romlah didistribusikan secara fleksibel sesuai dengan permintaan konsumen. Penjualan utama dilakukan langsung di rumah Bu Romlah, yang berfungsi sebagai kios dan tempat produksi. Bu Romlah menawarkan layanan pesan antar bagi klien yang tidak dapat datang langsung. Layanan ini dijalankan secara mandiri

oleh anggota keluarga atau bekerja sama dengan ojek daring di sekitar lingkungan perumahan. Pelanggan dapat memesan melalui media sosial, WhatsApp, atau telepon, yang memudahkan mereka untuk mendapatkan barang dagangan. Setiap pesanan dikemas secara higienis dan rapi untuk memastikan makanan disajikan kepada klien dalam keadaan baik dan hangat. Dalam jangka panjang, Ibu Romlah juga bermaksud untuk meningkatkan distribusi dengan menerapkan sistem pre-order untuk pembelian besar seperti katerin, dan acara kumpul keluarga. Perusahaan Ayam Panggang Ibu Romlah mampu mempertahankan kepuasan klien dan memperluas jangkauan pasarnya secara bertahap berkat strategi distribusi yang lugas namun terorganisasi dengan baik.(Meylianingrum et al., 2023)

Secara berkala, bisnis ayam panggang Ibu Romlah dipantau dan dievaluasi untuk memastikan semuanya berjalan sesuai rencana dan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Untuk memantau tren penjualan dan memperkirakan kebutuhan inventaris, Ibu Romlah menggunakan sistem pencatatan yang rapi untuk menggabungkan penjualan harian, pengeluaran, dan inventaris bahan baku. Untuk mengukur seberapa puas konsumen dengan barang dan layanan yang mereka terima, Ibu Romlah juga mengumpulkan umpan balik dari mereka melalui kuesioner dan pertemuan langsung. Evaluasi bulanan dilakukan, di mana Ibu Romlah mengevaluasi kinerja bisnis secara keseluruhan dengan menganalisis data operasional dan keuangan. Ibu Romlah dapat menggunakan temuan evaluasi untuk menginformasikan pilihan strategis seperti modifikasi menu, penyesuaian harga, dan peningkatan kualitas layanan. Ibu Romlah dapat memastikan bisnis ayam panggangnya tetap kompetitif, memenuhi harapan klien, dan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar dengan menggunakan metodologi pemantauan dan evaluasi yang metodis.

Produk Ayam Panggang Bu Romlah didistribusikan secara fleksibel sesuai dengan permintaan konsumen. Penjualan utama dilakukan langsung di rumah Bu Romlah, yang berfungsi sebagai kios dan tempat produksi. Bu Romlah menawarkan layanan pesan antar bagi klien yang tidak dapat datang langsung. Layanan ini dijalankan secara mandiri oleh anggota keluarga atau bekerja sama dengan ojek daring di sekitar lingkungan perumahan. Pelanggan dapat memesan melalui media sosial, WhatsApp, atau telepon, yang memudahkan mereka untuk mendapatkan barang dagangan. Setiap pesanan dikemas secara higienis dan rapi untuk memastikan makanan disajikan kepada klien dalam keadaan baik dan hangat. Dalam jangka panjang, Ibu Romlah juga bermaksud untuk meningkatkan distribusi dengan menerapkan sistem pre-order untuk pembelian besar seperti katering, Thanksgiving, dan acara kumpul keluarga. Perusahaan Ayam Panggang Ibu Romlah mampu mempertahankan kepuasan klien dan memperluas jangkauan pasarnya secara bertahap berkat strategi distribusi yang lugas namun terorganisasi dengan baik.

## Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari perencanaan dan operasi bisnis ayam panggang Ibu Romlah menunjukkan bahwa usaha kuliner ini memiliki kemampuan untuk berkembang dan maju dengan pendekatan yang metodis dan terencana. Ibu Romlah dapat mengidentifikasi target pasarnya dan membuat menu yang menarik secara visual menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dengan melakukan analisis pasar yang menyeluruh. Standar higienis yang tinggi diikuti dalam semua kegiatan operasional, seperti pengadaan material, prosedur produksi, dan layanan pelanggan, yang menjamin bahwa produk akhir tidak hanya lezat tetapi juga aman untuk dimakan. Media sosial dan layanan pengiriman adalah dua contoh teknik pemasaran efektif yang membantu memperluas basis konsumen dan meningkatkan penjualan. Ibu Romlah dapat mengintegrasikan arus kas dan membuat keputusan bisnis yang bijak berkat manajemen keuangannya yang cermat. Lebih jauh lagi, pemantauan dan penilaian yang konsisten menghasilkan wawasan untuk peningkatan yang berkelanjutan, yang menjamin daya saing perusahaan di pasar. Mengingat faktor-faktor ini, bisnis ayam panggang Ibu Romlah tidak hanya memenuhi permintaan pelanggan akan makanan lezat dan bergizi yang siap santap, tetapi juga berpotensi untuk berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar di masa mendatang.

Teks utama dalam font 12, spasi tunggal. Spasi setiap akhir paragraf 6 poin. Setiap awal paragraph menggunakan *first line*. Teks utama dalam font 12, spasi tunggal. Spasi setiap akhir paragraf 6 poin. Setiap awal paragraph menggunakan *first line*. Teks utama dalam font 12, spasi tunggal. Spasi setiap akhir paragraf 6 poin. Setiap awal paragraph menggunakan *first line*.

## Daftar Pustaka

- Basir, S. and Prajawati, Maretha Ika (2020) [Membangun hubungan berkelanjutan sektor UMKM dan perbankan](#). Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 16 (2). pp. 147-166. ISSN 1829-524X <http://repository.uin-malang.ac.id/7293/1/7293.pdf>
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal*. Mitra Wacana Media.
- Meylianingrum, K., El Fahmi, E. F. F., & Jaya, T. J. (2023). Optimization of Digital Branding and Marketing for Gempol MSMEs Through WhatsApp Business: Optimalisasi Digital Branding dan Marketing pada UMKM Gempol Melalui WhatsApp Business. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1528–1533. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i6.15273>
- Rusmia, R., & Hasan, I. (n.d.). *STRATEGI PELAYANAN ACCOUNT OFFICER ANALISIS PEMBIAYAAN PADA ANGGOTA BAITUL MAAL WAT TAMWIL*.
- Solekah, Nihayatu Aslamatis , Rofiq, Aunur , Rozi, M. Fatkhur, Permatasari, Ditya and Zuraidah, Zuraidah  (2023) Strategi pemasaran produk umkm melalui penerapan digital marketing Rumah Singgah UMKM BTKI Sempulur. Community Service Report. Fakultas Ekonomi, Malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/15274/1/15274.pdf>

Udayana, A. A. G. B., Fatmawaty, A. S., Makbul, Y., Priowirjanto, E. S., Ani, L. S., Siswanto, E., Susanti, W., & Andriani, S. (2024). Investigating the role of e-commerce application and digital marketing implementation on the financial and sustainability performance: An empirical study on Indonesian SMEs,. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 167–178.  
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.10.007>