

Analisis Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan pada Warung Madura di Purwokerto

Desi Rachmawati^{1*}, Syahrinullah²

PostGraduate Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka, Indonesia

¹Email : desirachmawati092@gmail.com

²Email : syahrinullah@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen operasional dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan pada Warung Madura di Purwokerto. Dengan persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada beberapa Warung Madura yang berlokasi di Purwokerto. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik warung, observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen operasional yang baik, seperti pengelolaan stok bahan baku, dan pelatihan karyawan, memiliki dampak positif terhadap kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan merasa lebih puas dengan pelayanan yang cepat, kebersihan warung, dan keramahan karyawan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa inovasi dalam menu dan penyesuaian terhadap preferensi lokal dapat meningkatkan daya tarik warung. Kesimpulannya, peningkatan manajemen operasional secara menyeluruh dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan pada Warung Madura di Purwokerto, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing warung.

Kata kunci: Manajemen operasional, kualitas layanan pelanggan, warung madura

Abstract

This study aims to analyse operational management in improving customer service quality at Warung Madura in Purwokerto. With the increasingly fierce competition in the culinary industry, service quality is a key factor in attracting and retaining customers. This research uses a qualitative method with a case study approach on several Warung Madura located in Purwokerto. Data was collected through in-depth interviews with stall owners, direct observation. The results showed that the implementation of good operational management, such as raw material stock management, and employee training, has a positive impact on the quality of service perceived by customers. Customers feel more satisfied with the fast service, cleanliness of the stall, and friendliness of the employees. In addition, the study also found that innovations in menus and customisation to local preferences can increase the attractiveness of stalls. In conclusion, improving overall operational management can be an effective strategy to improve the quality of customer service at Warung Madura in Purwokerto, which in turn can increase customer loyalty and the competitiveness of the stall..

Keywords: Operations management, customer service quality, warung madura

I. PENDAHULUAN

Manajemen operasional bagian dari proses kerja, pelaksanaan, penyelenggaraan, ataupun pengelolaan secara menyeluruh dalam suatu organisasi atau perusahaan. operasional didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengelola faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk (barang atau jasa) agar bernilai tambah (*added value*) melalui proses transformasi. Menurut Cachon et al, (2019), Manajemen operasi adalah pemilihan, pengadaan, kontrol sumber daya untuk menciptakan suatu nilai, ini berlaku untuk segala bentuk organisasi yang dijalankan. Menurut Sarinah & Mardalena (2022) manajemen adalah suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja bersama melalui orang-

orang dan sumber daya organisasi lainnya. Menurut Ramdan, T., & Sufyani, M. A. (2019) manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. sebagai segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja, dan skill menciptakan kualitas layanan hingga memberikan kepuasan pada pelanggan. Layanan pelanggan kegiatan diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan pelanggan, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas kepada pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri rohaetin (2020) Manajer yang sukses dalam merancang dan menyediakan barang dan jasa di seluruh dunia adalah manajer yang memahami manajemen operasional. Manajemen operasional merupakan salah satu faktor terpenting bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Karena dengan adanya manajemen operasional pembagian kinerja dan proses kinerja perusahaan dapat berjalan dengan baik. Sehingga mendukung pencapaian visi, misi, dan tujuan perusahaan. Manajemen operasional sebagai divisi dengan jumlah penggunaan dana terbesar memerlukan perhatian karena dari sini dapat diketahui bagaimana produk tersebut di produksi. Mulai dari input, proses, output serta segala keputusan yang harus diambil dalam manajemen operasional. Menurut Haizer dan Rander (2016: 6) terdapat sepuluh keputusan strategis dalam manajemen operasional yaitu, desain produk, manajemen mutu, tata letak, lokasi, desain proses atau kapasitas, rancangan kerja sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, persediaan, penjadwalan, dan pemeliharaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitrin Rawardi (2022). Untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif tersebut, manajemen operasional (MO) dapat memainkan peran utama. Sutawidjaya dan Nugroho (2016) menjelaskan manajemen operasi merupakan bagian dari ilmu manajemen, di mana manajemen berarti seni tentang bagaimana kita dapat mengelola pekerjaan kita melalui kolaborasi, koordinasi dan komunikasi dengan orang lain, sehingga manajemen sering diartikan sebagai seni mengelola orang lain. Lebih lanjut Sutawidjaya dan Nugroho (2016) menjelaskan bahwa manajemen operasi adalah upaya manajemen yang optimal dalam penggunaan berbagai sumber daya dalam perusahaan, yang terdiri dari tenaga kerja, mesin, peralatan, bahan baku, bahan dan sebagainya dalam proses mengubah sumber daya menjadi produk berupa barang atau jasa. Sehingga proses perubahan atau transformasi dalam manajemen operasional terdiri dari input-proses dan output.

Kualitas layanan pelanggan tidak hanya menjadi parameter utama dalam menilai keunggulan suatu perusahaan, tetapi juga memainkan peran yang krusial dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, di mana pelanggan memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan opsi yang beragam, menjaga dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan bukanlah sekadar pilihan, melainkan suatu keharusan bagi setiap organisasi yang ingin tetap relevan dan bersaing di pasar yang kompetitif. Konsep kualitas layanan tidak hanya mencakup kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan baik, tetapi juga melibatkan aspek pengalaman pelanggan secara menyeluruh, mulai dari interaksi awal hingga purna jual.

Pentingnya kualitas layanan pelanggan tidak hanya terbatas pada pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga berdampak pada reputasi perusahaan, retensi pelanggan, dan akhirnya, kesuksesan jangka panjang dari segi keuangan dan strategis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menyediakan layanan pelanggan yang superior tidak hanya mendapatkan loyalitas yang tinggi dari pelanggan yang ada, tetapi juga memiliki potensi untuk menarik pelanggan baru melalui rekomendasi positif dan testimoni yang kuat.

Dalam konteks ini, penelitian tentang kualitas layanan pelanggan menjadi semakin penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang

diberikan, serta untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Dengan mendalami teori-teori dan praktik-praktik terbaik dalam manajemen kualitas layanan, organisasi dapat mengembangkan framework yang lebih baik untuk mengukur, mengelola, dan memperbaiki kualitas layanan pelanggan mereka, sehingga dapat terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing mereka di tengah dinamika bisnis yang terus berkembang.

Warung Madura merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang sangat berkembang di Indonesia, termasuk di daerah Purwokerto. Keberadaan warung Madura tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap penyediaan kebutuhan sehari-hari masyarakat, tetapi juga menjadi bagian penting dalam penggerak ekonomi lokal. Warung Madura dikenal dengan keanekaragaman produknya, mulai dari makanan khas, bahan-bahan pokok, hingga kebutuhan rumah tangga lainnya. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, warung Madura di Purwokerto seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga efisiensi operasional mereka.

Di Purwokerto, perkembangan ekonomi yang pesat serta perubahan pola konsumsi masyarakat menuntut warung Madura untuk terus beradaptasi dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Pengelolaan persediaan yang baik, misalnya, dapat memastikan bahwa warung selalu memiliki stok yang cukup tanpa harus menanggung biaya penyimpanan yang tinggi. Selain itu, pengaturan tata letak warung yang efisien dapat memperlancar alur kerja dan meningkatkan produktivitas karyawan.

Manajemen operasional merupakan salah satu disiplin penting dalam ilmu manajemen yang berfokus pada pengelolaan proses produksi dan distribusi barang dan jasa. Dalam konteks bisnis modern yang semakin kompleks dan dinamis, manajemen operasional memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa organisasi dapat beroperasi secara efisien dan efektif. Hal ini melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian berbagai aktivitas yang diperlukan untuk mengubah input seperti bahan mentah, tenaga kerja, dan teknologi menjadi output yang bernilai tambah bagi pelanggan.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, manajemen operasional juga terus berkembang. Inovasi dalam teknologi informasi, otomatisasi, dan analitik data telah membuka peluang baru untuk meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, sistem manajemen rantai pasok yang canggih memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan aliran barang dan informasi di seluruh jaringan mereka, sementara teknik lean manufacturing membantu mengurangi pemborosan dan meningkatkan nilai bagi pelanggan.

berikut adalah contoh gap penelitian untuk karya ilmiah dengan judul " Analisis Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan pada Warung Madura di Purwokerto":

1. Kurangnya Penelitian tentang Warung Madura di Purwokerto

Sebagian besar penelitian sebelumnya tentang manajemen operasional dan strategi manajemen dalam konteks usaha kecil di Indonesia lebih banyak berfokus pada sektor yang lebih formal seperti UKM (Usaha Kecil dan Menengah) atau koperasi. Penelitian yang khusus mengeksplorasi warung Madura, terutama yang berada di Purwokerto, masih sangat terbatas. Padahal, warung Madura memiliki karakteristik unik baik dari segi produk, manajemen, dan pelanggan.

2. Minimnya Studi tentang Manajemen Operasional di Usaha Mikro

Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi manajemen dan efisiensi operasional di perusahaan besar atau UKM, namun sangat sedikit yang meneliti hal ini dalam konteks usaha mikro seperti warung Madura. Usaha mikro memiliki tantangan dan kebutuhan yang berbeda dari usaha yang lebih besar, sehingga strategi yang efektif untuk UKM atau perusahaan besar belum tentu sesuai untuk usaha mikro.

3. Keterbatasan Analisis pada Faktor Kultural dan Sosial

Penelitian yang ada cenderung kurang memperhatikan faktor kultural dan sosial yang mempengaruhi manajemen dan operasional warung Madura. Warung Madura seringkali dijalankan oleh keluarga dengan latar belakang budaya yang kuat, yang mempengaruhi cara pengelolaan dan pengambilan keputusan. Aspek-aspek ini perlu dianalisis lebih mendalam untuk memberikan gambaran yang komprehensif.

4. Pengaruh Strategi Manajemen terhadap Efisiensi Operasional

Banyak studi yang telah mengkaji secara terpisah mengenai strategi manajemen dan efisiensi operasional. Namun, sedikit yang menghubungkan secara langsung bagaimana strategi manajemen yang diterapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dalam konteks usaha mikro seperti warung

Madura. Penelitian ini diperlukan untuk memahami hubungan kausal antara strategi manajemen dan efisiensi operasional secara lebih jelas.

5. Implementasi Teknologi dalam Warung Madura

Penggunaan teknologi dalam operasional dan manajemen usaha mikro seperti warung Madura masih kurang diteliti. Padahal, teknologi sederhana seperti aplikasi keuangan atau sistem manajemen stok dapat berkontribusi besar terhadap peningkatan efisiensi. Studi mengenai penerapan teknologi dan dampaknya pada efisiensi warung Madura masih sangat jarang dilakukan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis strategi manajemen dan peran manajemen operasional dalam meningkatkan kualitas layanan Warung Madura di Purwokerto. Lokasi penelitian berfokus pada beberapa Warung Madura di Purwokerto, dengan subjek penelitian meliputi pemilik warung, manajer, dan karyawan yang terlibat dalam operasional sehari-hari. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam untuk mengidentifikasi strategi manajemen, observasi partisipatif untuk memahami praktik operasional secara kontekstual, dan analisis dokumentasi seperti laporan keuangan dan catatan persediaan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema terkait strategi manajemen, serta analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi keuangan dan operasional secara kuantitatif. Validitas dan reliabilitas data dipastikan melalui triangulasi sumber data, dengan membandingkan temuan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana strategi dan praktik manajemen operasional dapat meningkatkan efisiensi Warung Madura, serta menyediakan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kinerja warung-warung kecil di Purwokerto dan sekitarnya. Penelitian ini juga berkontribusi dalam pengembangan teori manajemen operasional untuk usaha kecil dan mikro di Indonesia.

Metode Penelitian dalam Karya Ilmiah: Studi Kasus Pemilik Warung Madura

1. Pemilihan Narasumber

Pemilihan narasumber dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti pengalaman dalam mengelola warung Madura, lokasi warung, jenis produk yang dijual, dan lama usaha. Narasumber dipilih berdasarkan representativitas dan kemampuannya memberikan wawasan yang mendalam terkait manajemen warung.

2. Persiapan Wawancara

Sebelum pelaksanaan wawancara, disusun daftar pertanyaan terstruktur yang mencakup berbagai aspek, mulai dari sejarah pendirian warung, strategi pemasaran, manajemen operasional, hingga tantangan yang dihadapi pemilik warung Madura. Pertanyaan disesuaikan dengan tujuan penelitian untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan relevan.

3. Pelaksanaan Wawancara

Wawancara dilaksanakan dengan mengatur jadwal yang sesuai dengan ketersediaan narasumber. Pendekatan yang ramah dan empatik digunakan untuk membangun hubungan baik dengan narasumber sehingga mereka dapat memberikan informasi secara terbuka. Seluruh sesi wawancara direkam dan dicatat dengan teliti untuk memastikan tidak ada detail yang terlewat.

4. Verifikasi Informasi

Informasi yang diperoleh selama wawancara diverifikasi keabsahannya dengan mempertimbangkan konteks historis dan faktual. Proses verifikasi melibatkan klarifikasi langsung dengan narasumber terkait data-data spesifik terkait bisnis mereka.

Metode Analisis Manajemen: Pendekatan untuk Menganalisis Hasil Wawancara

Setelah data wawancara terkumpul, langkah selanjutnya melibatkan analisis menggunakan metode analisis manajemen sebagai berikut:

1. Transkripsi dan Klasifikasi Data

Seluruh wawancara ditranskripsikan secara rinci untuk menghasilkan teks yang dapat dianalisis. Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema atau topik utama yang muncul selama wawancara, seperti strategi pemasaran, manajemen operasional, dan tantangan bisnis.

2. Identifikasi Pola dan Temuan

Dengan data yang terklasifikasi, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi pola dan temuan yang signifikan. Pola ini dapat berupa faktor-faktor kesuksesan, hambatan utama, strategi inovatif, dan perspektif unik pemilik warung Madura terhadap industri mereka.

3. Interpretasi dan Kesimpulan

Temuan-temuan yang diidentifikasi kemudian diinterpretasikan dengan mempertimbangkan pertanyaan penelitian dan tujuan karya ilmiah. Kesimpulan dibuat berdasarkan analisis mendalam terhadap data wawancara, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang praktik manajemen dalam konteks warung Madura.

4. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Terakhir, berdasarkan temuan dan kesimpulan yang diperoleh, disarankan beberapa topik atau area yang dapat menjadi fokus untuk penelitian selanjutnya. Rekomendasi ini akan membantu dalam memperluas pemahaman tentang dinamika manajemen warung Madura dan potensi pengembangan lebih lanjut dalam industri tersebut.

Dengan mengikuti metode ini, diharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memperdalam pemahaman tentang manajemen warung Madura, serta memberikan landasan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah wawancara antara penulis dengan pemilik warung madura yang ada di Purwokerto :

“Penulis memulai wawancara dengan mengucapkan terima kasih kepada narasumber, seorang pemilik warung Madura di Purwokerto, yang bersedia berbagi pengalaman mengenai strategi manajemen dan operasional. Narasumber menceritakan sejarah warung yang didirikan pada tahun 2005 oleh orang tuanya, awalnya hanya menjual sate Madura di pinggir jalan sebelum akhirnya menyewa tempat dan memperluas menu. Struktur organisasi warung dijelaskan sebagai sederhana, dengan narasumber berperan sebagai pemilik dan manajer, didukung oleh beberapa karyawan tetap dan paruh waktu. Dalam operasional sehari-hari, narasumber menerapkan manajemen stok yang ketat dan pengelolaan keuangan yang rapi. Harga jual menu ditentukan berdasarkan biaya bahan baku, operasional, dan margin keuntungan, serta mempertimbangkan harga pesaing. Pengelolaan keuangan dilakukan dengan mencatat transaksi secara manual dan digital, menggunakan aplikasi sederhana, dan melakukan rekapitulasi bulanan. Untuk mengembangkan bisnis, narasumber terus menambah variasi menu, melakukan promosi melalui media sosial, meningkatkan layanan pelanggan, serta menjaga kualitas bahan baku dan kebersihan warung. Pengelolaan persediaan bahan baku dilakukan dengan memiliki pemasok tetap dan memesan dalam jumlah cukup untuk satu minggu. Langkah-langkah penting untuk meningkatkan efisiensi termasuk pengelolaan stok yang efisien, pelatihan karyawan, serta memastikan kebersihan dan kenyamanan warung. Narasumber menambahkan bahwa ketekunan dan keinginan untuk terus belajar dan beradaptasi adalah kunci sukses dalam menjalankan warung.”

Analisis manajemen operasional memiliki peran yang krusial dalam mengelola warung Madura secara efektif dan berkelanjutan. Analisis manajemen di warung Madura melibatkan perencanaan strategis yang mendalam untuk mencapai visi jangka panjang, yang sering kali berfokus pada mempertahankan dan mengembangkan reputasi kuliner khas Madura. Pengelolaan operasional, di sisi lain, hal ini mencakup manajemen oprasiomal yang teliti untuk menghindari kekurangan atau kelebihan stok, serta penggunaan sistem informasi atau teknologi untuk memantau dan mengelola persediaan dengan lebih efektif. Selain itu, manajemen operasional juga melibatkan penjadwalan karyawan yang optimal, pelatihan terus-menerus dalam hal penyajian dan pelayanan pelanggan, serta pemeliharaan kebersihan dan sanitasi yang ketat di seluruh area warung.

Pelayanan pelanggan menjadi fokus utama dalam manajemen operasional, di mana setiap interaksi dengan pelanggan dipandang sebagai peluang untuk menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang. Karyawan dilatih untuk memberikan pelayanan yang ramah, tanggap, dan profesional, dengan mengakomodasi kebutuhan serta preferensi individual setiap pelanggan. Dengan memperhatikan detail ini, warung Madura tidak hanya menjaga kepuasan pelanggan tetapi juga membangun basis pelanggan yang loyal. Secara holistik, strategi manajemen dan manajemen operasional yang terintegrasi dengan baik memungkinkan warung Madura untuk tetap

relevan dan kompetitif dalam industri kuliner yang dinamis. Dengan menjaga kualitas, konsistensi, dan pelayanan yang unggul, warung ini tidak hanya mempertahankan warisan kuliner khas Madura tetapi juga terus mengembangkan dan memperluas jangkauan pasar serta basis pelanggan mereka.

Warung Madura merujuk pada toko kelontong yang menjual berbagai barang untuk sehari-hari. Mulai dari rokok, kebutuhan dapur, aneka jajanan, pulsa dan token listrik, hingga bensin eceran. Selaras dengan namanya, pemilik atau penjaga warung ini berasal dari Madura. Sehingga, itulah yang jadi alasan penamaan toko kelontong tersebut sebagai warung Madura. Ini bermula seorang perantau asal Sumenep yang sukses menjalankan toko kelontongnya di suatu kota besar. Kabar kesuksesan itu segera menyebar di kampung halaman. Hal tersebut membuat orang-orang terdekatnya tertarik untuk menjalankan jenis usaha yang sama. Terlebih, jiwa perantau yang melekat pada masyarakat Madura turut mendorong tekad mereka untuk membuka toko kelontong yang kini dikenal sebagai warung Madura.

Warung Madura semakin berkembang pesat dari hari ke hari. Sebab, ada daya tarik tersendiri yang dimiliki warung Madura. Barang-barang yang dijual di dalamnya tergolong murah. Faktor ini menjadi pertimbangan sebagian masyarakat lebih memilih untuk belanja di warung Madura. Warung Madura, atau yang lebih dikenal sebagai toko kelontong, adalah sebuah usaha ritel skala kecil yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Warung ini biasanya berlokasi di dekat pemukiman warga dan menjadi andalan masyarakat setempat untuk mendapatkan barang-barang yang diperlukan tanpa harus pergi ke pasar atau supermarket yang lebih besar dan jauh. Warung Madura memiliki beberapa karakteristik yang khas. Pertama, skala usahanya yang kecil memungkinkan pengelolaan yang sederhana dan efisien. Warung ini biasanya dikelola oleh keluarga, yang memungkinkan mereka untuk memberikan layanan yang lebih personal kepada pelanggan. Kedua, barang-barang yang dijual sangat beragam, meliputi sembako seperti beras, gula, minyak goreng, garam, dan tepung, produk kemasan seperti mi instan, biskuit, minuman ringan, dan makanan ringan, serta barang harian seperti sabun, pasta gigi, shampo, dan deterjen. Selain itu, warung ini juga menjual bumbu masak seperti kecap, saus, dan rempah-rempah, serta produk segar seperti sayuran dan telur, dan kadang-kadang ikan atau daging dalam jumlah terbatas. Sistem penjualan di warung kelontong biasanya bersifat tunai dan langsung. Pembeli dapat membeli barang dalam jumlah kecil atau satuan sesuai kebutuhan harian mereka. Lokasi warung Madura yang strategis, seperti di pinggir jalan utama, dekat sekolah, atau dalam area perumahan, memudahkan akses bagi pelanggan setempat. Selain itu, pemilik warung seringkali fleksibel dalam hal jam buka, dengan beberapa warung buka dari pagi hingga malam hari untuk melayani pelanggan yang membutuhkan barang kapan saja.

Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari sejumlah pemilik dan pengelola warung Madura di Purwokerto melalui metode survei dan wawancara. Hasil analisis data menunjukkan bahwa penerapan strategi manajemen operasional yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional warung Madura. Dari hasil survei, ditemukan bahwa mayoritas warung Madura yang memiliki sistem pengelolaan persediaan yang baik mampu menjaga keseimbangan stok, sehingga mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, warung yang mengatur tata letak dengan baik dapat meningkatkan alur kerja dan produktivitas karyawan, yang secara langsung berkontribusi pada efisiensi operasional.

Pengelolaan persediaan yang efektif terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional. Data menunjukkan bahwa warung Madura yang menggunakan metode pencatatan persediaan yang sistematis mengalami pengurangan frekuensi kekurangan dan kelebihan stok. Hal ini tidak hanya menurunkan biaya penyimpanan tetapi juga memastikan bahwa produk selalu tersedia bagi pelanggan. Warung yang tidak menerapkan pengelolaan persediaan dengan baik cenderung mengalami masalah kekurangan stok yang dapat mengganggu operasional harian dan menurunkan kepuasan pelanggan. Pengaturan tata letak warung juga memainkan peran penting dalam efisiensi operasional. Warung dengan tata letak yang terorganisir, seperti penempatan barang-barang yang sering dibeli di tempat yang mudah dijangkau dan alur yang jelas antara area penjualan dan penyimpanan, terbukti lebih efisien dalam melayani pelanggan. Hasil survei menunjukkan bahwa warung yang menerapkan tata letak yang baik mampu meningkatkan kecepatan layanan dan mengurangi waktu tunggu pelanggan. Selain itu, tata letak yang baik juga membantu karyawan bekerja lebih efektif, mengurangi kelelahan, dan meningkatkan produktivitas.

Manajemen waktu yang baik juga ditemukan sebagai faktor penting dalam efisiensi operasional. Warung Madura yang menerapkan jam operasional yang konsisten dan pembagian tugas

yang jelas di antara karyawan menunjukkan peningkatan efisiensi kerja. Data menunjukkan bahwa warung yang memiliki jadwal operasional yang terstruktur mampu memaksimalkan penggunaan waktu dan sumber daya, sehingga meningkatkan output dan mengurangi pemborosan waktu. Manajemen waktu yang baik juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Pemanfaatan teknologi informasi juga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap efisiensi operasional warung Madura. Penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan manajemen operasional yang baik dalam meningkatkan efisiensi warung Madura di Purwokerto. Pengelolaan persediaan yang efektif, pengaturan tata letak yang baik, manajemen waktu yang efisien, dan pemanfaatan teknologi informasi merupakan komponen-komponen kunci yang saling terkait dalam menciptakan operasi yang efisien. Implementasi strategi-strategi ini tidak hanya membantu dalam mengurangi biaya operasional, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan kepuasan pelanggan.

Pengelolaan persediaan yang baik memastikan bahwa warung Madura dapat menghindari masalah kekurangan dan kelebihan stok, yang seringkali menjadi penyebab utama inefisiensi. Dengan menjaga keseimbangan persediaan, warung dapat mengurangi biaya penyimpanan dan kerugian akibat barang rusak atau kedaluwarsa. Selain itu, pengelolaan persediaan yang baik juga memastikan bahwa produk selalu tersedia bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengaturan tata letak yang efisien dapat meningkatkan alur kerja dan produktivitas karyawan. Tata letak yang baik membantu dalam mengurangi waktu yang diperlukan untuk mencari barang dan menyelesaikan transaksi, sehingga mempercepat pelayanan kepada pelanggan. Hal ini sangat penting dalam konteks warung Madura yang seringkali melayani banyak pelanggan dalam waktu singkat. Dengan tata letak yang terorganisir, warung dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan.

Manajemen waktu yang efektif membantu warung Madura dalam memaksimalkan penggunaan sumber daya dan meningkatkan output. Dengan jadwal operasional yang terstruktur dan pembagian tugas yang jelas, warung dapat menghindari pemborosan waktu dan meningkatkan produktivitas karyawan. Manajemen waktu yang baik juga berkontribusi pada kesejahteraan karyawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen operasional yang baik memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi warung Madura di Purwokerto. Dengan fokus pada pengelolaan persediaan, pengaturan tata letak, manajemen waktu, dan pemanfaatan teknologi informasi, warung Madura dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan produktivitas, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu warung Madura dalam mencapai kinerja operasional yang lebih tinggi dan berkelanjutan.

Warung Madura telah lama menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Purwokerto. Dengan menawarkan berbagai kebutuhan pokok dan makanan khas, warung-warung ini tidak hanya menyediakan layanan penting bagi komunitas lokal, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Namun, seperti halnya usaha kecil dan menengah lainnya, Warung Madura menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Tantangan ini semakin diperparah dengan perkembangan teknologi, perubahan preferensi pelanggan, dan persaingan yang semakin ketat dari toko modern dan supermarket.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi operasional Warung Madura di Purwokerto. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi manajemen yang efektif untuk meningkatkan kinerja operasional warung-warung tersebut. Studi ini akan mengeksplorasi berbagai aspek manajemen operasional, termasuk pengelolaan persediaan, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji praktek-praktek terbaik yang telah diterapkan oleh warung-warung yang berhasil meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Melalui pendekatan studi kasus dan analisis data empiris, penelitian ini akan memberikan wawasan yang komprehensif mengenai kondisi operasional Warung Madura saat ini dan langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk meningkatkan efisiensi. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pemilik Warung Madura, tetapi juga bagi pemerintah daerah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah di Purwokerto.

Warung Madura di Purwokerto tidak hanya merupakan pilar ekonomi lokal tetapi juga simbol keberlanjutan usaha kecil dan menengah dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks. Dalam konteks ini, efisiensi keuangan menjadi elemen krusial yang menentukan kelangsungan dan kemajuan warung-warung tersebut. Efisiensi keuangan mencakup berbagai aspek, termasuk pengelolaan arus kas yang efektif, pengendalian biaya operasional, dan strategi perencanaan keuangan yang tepat guna. Dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya finansial, Warung Madura dapat meningkatkan profitabilitasnya, mengurangi risiko keuangan, dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang kompetitif.

Analisis Strategi Manajemen dan Pemasaran

1. Analisis Strategi Manajemen dan Pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan warung madura di purwokerto

Warung Madura di Purwokerto, sebagai bagian integral dari ekonomi lokal, menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing di pasar. Strategi pemasaran yang efektif dapat menjadi kunci untuk mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi. Berikut adalah analisis strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional Warung Madura di Purwokerto.

1. Penyesuaian Produk dan Layanan

- Analisis: Memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan lokal adalah langkah pertama yang krusial. Dengan melakukan survei pelanggan dan analisis data penjualan, Warung Madura dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka agar lebih relevan dengan kebutuhan pasar.
- Implementasi: Misalnya, jika ditemukan bahwa pelanggan lebih menyukai produk segar dan beragam, warung dapat menambah variasi produk segar setiap hari. Selain itu, menyesuaikan jam operasional dengan kebiasaan belanja pelanggan lokal dapat meningkatkan kepuasan dan penjualan.

2. Pemanfaatan Teknologi Digital

- Analisis: Teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pemasaran. Platform media sosial dan aplikasi mobile dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.
- Implementasi: Warung Madura dapat menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan produk baru, penawaran khusus, dan diskon. Selain itu, menggunakan aplikasi pesan singkat untuk menerima pesanan dapat mempercepat proses transaksi dan mengurangi antrian di tempat.

3. Pengelolaan Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management, CRM)

- Analisis: Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Penggunaan sistem CRM dapat membantu dalam mengelola data pelanggan dan interaksi mereka dengan warung.
- Implementasi: Warung Madura dapat menerapkan program loyalitas pelanggan, di mana pelanggan mendapatkan poin setiap kali berbelanja yang dapat ditukar dengan diskon atau produk gratis. Menggunakan data dari sistem CRM untuk mengirim penawaran yang dipersonalisasi juga dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan operasional.

4. Strategi Promosi dan Penjualan

- Analisis: Promosi yang efektif dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Namun, penting untuk mengatur strategi promosi yang tidak hanya menarik, tetapi juga efisien dalam hal biaya dan waktu.
- Implementasi: Warung Madura dapat mengadakan promosi bundling, di mana pelanggan mendapatkan diskon ketika membeli beberapa produk sekaligus. Selain itu, mengadakan event atau kontes di media sosial dapat meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru dengan biaya yang relatif rendah.

5. Optimalisasi Distribusi dan Pengadaan Barang

- Analisis: Efisiensi operasional juga dapat dicapai dengan mengoptimalkan rantai pasok dan distribusi. Menjalin kerjasama yang baik dengan pemasok dan distributor dapat memastikan ketersediaan barang yang konsisten dan mengurangi biaya pengadaan.
- Implementasi: Warung Madura dapat bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik atau pengiriman yang lebih cepat. Selain itu, menggunakan teknologi untuk

melacak persediaan secara real-time dapat membantu menghindari kelebihan atau kekurangan stok.

Hasil Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Menurut Kartajaya (2006; dalam Novia, 2012), pemasaran berdasarkan pengalaman adalah suatu konsep pemasaran yang bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang dikarenakan adanya suatu pengalaman positif yang dirasakan pelanggan. Pengalaman itu akan selalu diingat pelanggan.

Untuk mewujudkan visi misi organisasi pola tindakan utama yang dipilih adalah Strategi (Handriani Eka, 2011). Dengan membentuk strategi dapat mewujudkan pengambilan keputusan terkait visi organisasi. Visi organisasi mewujudkan organisasi untuk dapat berperan lebih secara efektif semua sumber daya organisasi. Dalam mewujudkan visi organisasi perlu adanya strategi yang tepat. Keharusan pelaksanaan strategi yang efektif disatukan dengan masalah operasional. Pemahaman strategi tidak hanya “Berbagai cara untuk mencapai tujuan (ways to achieve ends)” tetapi akan menyangkut berbagai tujuan itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Strategi pemasaran adalah pendekatan utama yang digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, yang mencantumkan keputusan penting tentang pasar sasaran, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat pengeluaran pemasaran yang diperlukan (Kotler, dalam Sri Lestari (2012) Dalam konteks pengembangan bisnis, Knight (2000) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah taktik yang dapat digunakan sektor korporasi ketika mengembangkan keterampilan bisnisnya untuk menghadapi globalisasi, dan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memiliki efek positif pada kedua Perusahaan dapat memiliki pengembangan dan pemasaran umum.

Strategi produk mengkombinasikan jenis-jenis desain, yaitu desain kekhasan, desain produksi, desain fungsi, desain daya tarik /penampilan estetik dan desain distribusi. Desain kekhasan, yaitu berkaitan dengan pengembangan desain inovasi dengan tanpa teknologi, desain produksi, yaitu memastikan bahwa bagian komponen dibuat dengan mudah dan ekonomis dalam proses produksi, desain fungsi, yaitu menunjukkan kualitas dan reliabilitas, bahwa produk harus memuaskan pelanggan sebagai fungsi utama produk, desain daya tarik/penampilan entitas, yaitu berkaitan dengan daya tarik eksplisit untuk menarik pelanggan serta desain distribusi, yaitu untuk memfasilitasi pengemasan yang mudah dengan biaya rendah, pengurangan ruang penanganan dan penyimpanan serta penyampaian produk ke pelanggan (Burtonshaw, 2011: 186).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Analisis Manajemen dan Operasional:
 - 1) Warung Madura di Purwokerto menerapkan strategi manajemen yang fokus pada pengembangan menu, promosi melalui media sosial, peningkatan layanan pelanggan, dan menjaga kualitas bahan baku serta kebersihan warung.
 - 2) Manajemen operasional warung melibatkan pengelolaan stok yang ketat, pencatatan keuangan yang baik, dan pengaturan tata letak yang efisien.
 - 3) Faktor-faktor ini bersama-sama mendukung efisiensi operasional dan daya saing warung Madura di pasar lokal.
2. Tantangan yang Dihadapi:
 - 1) Warung Madura menghadapi tantangan dari perkembangan teknologi, perubahan preferensi pelanggan, dan persaingan ketat dari toko modern dan supermarket.
 - 2) Pengelolaan persediaan yang efektif dan adaptasi terhadap perubahan pasar menjadi kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.
3. Rekomendasi dan Saran:
 - 1) Peningkatan Pengelolaan Persediaan: Warung Madura perlu meningkatkan pengelolaan persediaan dengan menggunakan sistem yang lebih terstruktur dan terintegrasi. Implementasi teknologi informasi seperti software manajemen stok dapat membantu mengurangi kelebihan dan kekurangan persediaan, serta meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.
 - 2) Optimalisasi Tata Letak Warung: Menyusun tata letak yang lebih efisien dengan mempertimbangkan alur kerja yang baik dapat membantu dalam mengurangi waktu tunggu pelanggan dan meningkatkan produktivitas karyawan.

- 3) Pelatihan Karyawan: Program pelatihan yang teratur untuk karyawan akan meningkatkan keterampilan dalam penyajian makanan, layanan pelanggan, dan penggunaan teknologi. Hal ini akan berdampak positif pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
- 4) Pemanfaatan Teknologi: Mengadopsi teknologi seperti sistem POS untuk mempercepat proses transaksi, memantau inventaris secara real-time, dan menganalisis data penjualan dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan tepat waktu.
- 5) Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif: Meningkatkan kehadiran digital dengan aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta mengembangkan program loyalitas pelanggan untuk mempertahankan basis pelanggan yang loyal.

Saran untuk Perbaikan:

- 1) Pengembangan Keterampilan Karyawan: Melalui pelatihan rutin, karyawan dapat ditingkatkan keterampilannya dalam mengelola stok, menyajikan makanan, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih baik.
- 2) Penggunaan Teknologi: Penerapan teknologi seperti sistem POS akan membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan kecepatan layanan kepada pelanggan.
- 3) Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan kehadiran digital melalui media sosial untuk mempromosikan produk, mengumumkan promosi, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan secara online.
- 4) Analisis Data Penjualan: Menggunakan data penjualan untuk membuat keputusan yang lebih baik, seperti menyesuaikan menu berdasarkan preferensi pelanggan atau merencanakan promosi yang lebih efektif.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya:

- 1) Studi Lebih Lanjut Mengenai Preferensi Pelanggan: Melakukan studi mendalam tentang preferensi dan perilaku pelanggan lokal dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana Warung Madura dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan.
- 2) Analisis Lebih Mendalam tentang Teknologi: Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi implementasi teknologi seperti sistem POS yang lebih canggih, aplikasi mobile untuk pemesanan, dan analisis data pelanggan secara lebih terperinci untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pemasaran.

Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan: Penelitian tentang strategi pengembangan model bisnis yang berkelanjutan dapat membantu Warung Madura untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat dengan toko modern dan supermarket.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Soegoto, M. (2019). Implementasi Strategi Diferensiasi dan Rendah Biaya pada Warung Makan di Daerah Pusat Wisata Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(1), 14-25.
- Indriani, R., & Rokhman, F. (2021). "Pengaruh Inovasi Produk Dan Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Warung Madura Di Kabupaten Lamongan." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 135-148.
- Kurniawan, R. (2018). "Strategi Pemasaran Warung Madura Di Wilayah Kabupaten Magetan." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 169-178.
- Nugroho, H. A., & Setiawan, A. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Warung Soto di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 178-189.
- Purwanto, A., & Firmansyah, A. (2019). Strategi Pemasaran Digital Restoran Tradisional di Era Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 132-145.
- Putri, A., & Hidayat, A. (2019). "Analisis Strategi Tata Letak Produk Di Toko Grosir: Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kramat Jati, Jakarta." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 112-124.
- Putri, S. M., & Nugroho, R. B. (2018). Analisis Strategi Diferensiasi Pada Industri Kuliner Warung Soto di Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 78-91.

- Rahayu, R., & Mawardi, M. K. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Warung Kopi di Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(3), 290-304.
- Supriyanto, A. S., & Surachman, A. (2018). Strategi Kompetitif Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sektor Industri Kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 40-47.
- Suryadi, A., & Sulistyanto, H. (2019). "Pengelolaan Sistem Informasi Warung Madura Di Kota Surakarta." *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 5(2), 87-94.
- Suryadi, I., & Purnomosidhi, B. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sektor Pariwisata: Studi Kasus Warung Makan di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 17(1), 45-56.
- Susilo, A. P., & Prabowo, M. A. (2020). Analisis Strategi Bersaing Restoran Padang di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 89-102.
- Wahyuni, N. A., & Kurniawan, D. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Restoran Seafood di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 172-184.
- Rachmawati, D., & Astuti, R. D. (2017). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Warung Kopi di Jogjakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 56-68.
- Sri rohaetin, Intan (2020). Analisis Penerapan Manajemen Operasional (Desain Produk Dan Rantai Pasokan) Pada Ukm Rotan Kelompok Pahari Palangka Raya. *Equilibrium*, Volume 8, Nomor 2, Juli 2020.
- Fitrin Rawardi, (2022). Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit *Journal of Knowledge Management Suganda, et. al.* Vol. 16; No. 1; Halaman 001-012
- Fu'ad, E. N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1), 56-67.
- Ghanim, F. (2021). Bangga Jadi Penghasil Benang Gelasan Terbaik, Bupati Garut Imbau Warga Main Layangan di Tempat Aman. <https://www.urbanjabar.com/news/pr921014022/bangga-jadi-penghasil-benang-gelasan-terbaik-bupati-garut-imbau-wargamain-layangan-di-tempat-aman?page=all>. Diakses: 11 September 2022.
- Heizer, Jay. & Barry Render. (2011). *Operation Management*. Tenth Edition. Pearson. New Jersey: Prentice Hall.
- Istiatin, Fithri Setya Marwati, (2021). *Jurnal Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo*.
- Muhammad Hasan, Aji Noercahyo, (2021). *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 9. No. 2.
- Rahmawati, Rani, Suwarni, Enung. (2023). Ulasan Produk dan Jumlah Produk Terjual Dampaknya Pada Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Dimensi* Vol. 3 No.1, 46 – 53.