

Analisis Aplikasi Shopee sebagai Platform Membangun Jaringan Bisnis Seblak Parasmanan Rai Raka

**Resya Dwi Marselina¹, Asep Mahmudin², Cahya Putri Julyandaru³,
Putri Meilani Gustian⁴, Rantika⁵, Salsa Sabila⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Digital Bandung

e-mail: resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹, asep10120495@digitechuniversity.ac.id²,
cahya10120771@digitechuniversity.ac.id³, putri10120610@digitechuniversity.ac.id⁴,
rantika10120668@digitechuniversity.ac.id⁵, salsa10120722@digitechuniversity.ac.id⁶

Abstrak

Industri makanan dan minuman, sebagai bagian penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional setelah pandemi COVID-19, terutama di Kota Bandung, menarik perhatian penelitian ini. Pada triwulan I tahun 2023, sektor ini tumbuh 5,33% dengan PDB mencapai Rp 206,19 triliun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aplikasi Shopee sebagai platform membangun jaringan bisnis untuk Seblak Parasmanan Rai Raka. Metode penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengamati UMKM di Jl. H Mesri, Kota Bandung. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara pada bulan November 2023. Keberhasilan bisnis Food & Beverage (F&B), terutama Seblak Parasmanan Rai Raka, dipelajari dengan fokus pada inovasi, perubahan gaya hidup generasi millennial, dan penerapan aplikasi Shopee sebagai platform bisnis. Hasil penelitian menunjukkan UMKM ini menggunakan strategi inovasi dan analisis SWOT, dengan kekuatan harga terjangkau, lokasi strategis, dan variasi menu. Rekomendasi mencakup upaya menjaga standar produk, memperluas cakupan pasar, dan berinovasi untuk berhasil bersaing dalam lingkungan pasar yang penuh persaingan.

Kata Kunci : Analisis, Platform Shopee, Jaringan Bisnis

Abstract

The Food and Beverage Industry (F&B), as an important component in supporting national economic growth post-COVID-19, especially in the city of Bandung, is of interest in this study. In the first quarter of 2023, this sector showed a growth of 5.33%, with Gross Domestic Product (GDP) reaching IDR 206.19 trillion. This research aims to analyze the application of Shopee as a platform for building Seblak Parasmanan Rai Raka's business network. This research uses a qualitative descriptive approach, focusing on the observation of Small and Medium Enterprises (SMEs) on Jalan H. Mesri in Bandung. Data was collected through observations and interviews conducted in November 2023. The success of the Food & Beverage (F&B) business, specifically Seblak Parasmanan Rai Raka, was researched with a focus on innovation, the changing lifestyle of the millennial generation, and the utilization of Shopee as a business platform. The research findings reveal that this Umkm uses strategies such as innovation and SWOT analysis, utilizing affordable prices, strategic locations, and diverse menus as their strengths. Recommendations include maintaining product standards, expanding market reach, and innovating to thrive in a highly competitive market environment.

Keywords : Analysis, Shopee Platform, Business Network

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman akan tetap menjadi salah satu bagian penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur. Pentingnya peran strategis

sektor ini terbukti melalui kontribusi yang konsisten terhadap produk domestik bruto (PDB) dan peningkatan investasi. Pengolahan makanan dan minuman di Indonesia telah mencapai tingkat kematangan yang tinggi, di mana banyak perusahaan bersaing untuk memperoleh penjualan. Setelah mereda dari dampak pandemi COVID-19, sektor makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu yang paling cepat tumbuh di Indonesia, dan dalam perbandingan dengan industri lainnya, Friends, Food & Beverage mencapai tingkat pertumbuhan tertinggi keempat. Kinerja industri makanan dan minuman pada triwulan I tahun 2023 meningkat sebesar 5,33% secara tahunan. BPS menjelaskan perbaikan kinerja tersebut terlihat dari pencapaian produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK).

Menurut Kementerian Perindustrian (Kemempelin), industri makanan dan minuman semakin berkembang seiring meredanya pandemi virus corona di Tanah Air. Nilai PDB industri makanan dan minuman pada triwulan I tahun 2023 sebesar Rp 206,19 triliun. Jumlah tersebut meningkat 5,33% year-on-year mencapai Rp 195,75 triliun.

Bisnis yang banyak berkembang dikalangan masyarakat, ialah pada bidang F&B atau Food & Beverage, sebab bisnis ini sangat menjanjikan dan berpeluang besar pada saat ini. Beberapa data diatas yang menunjukkan peningkatan konsumsi makanan dan minuman di berbagai lapisan masyarakat, diperkuat oleh permintaan konsumen akan pengalaman bersantap yang unik dan varias menu yang sangat inovatif. Adapun, perubahan gaya hidup masyarakat, terutama generasi millenial yang cenderung lebih sering makan di luar dan mencari pengalaman kuliner baru, juga berkontribusi pada pertumbuhan sektor ini. Bisnis F&B yang berhasil adalah yang mampu berinovasi dalam menu, dan konsep yang diterapkan, menawarkan pengalaman kuliner yang unik, kreatif serta memberikan kesan tersendiri pada konsumen. Selain itu, model kemitraan dan franchising, bersama dengan tren pengiriman, makanan dan layanan take-away, menjadi faktor tambahan yang meningkatkan peluang bisnis F&B, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen terkait mobilitas.

Salah satu makanan yang sedang trend saat ini ialah, makanan yang berkonsep parasmanan, dengan memberikan harga yang relatif terjangkau, namun memberikan kesan tersendiri bagi si konsumen, karena mereka dapat mengambil, dan memilih secara langsung apa saja yang akan mereka makan. Tak hanya dalam segi inovasi konsep, di era digital sekarang, kita dapat mendapatkan makanan dan minuman apapun yang kita mau, kapanpun dan dimanapun, tanpa harus keluar rumah, semua bisa dipesan secara online.

Jaringan bisnis, juga disebut sebagai "*business network*", merujuk pada langkah-langkah dalam membangun dan memperluas hubungan melalui pertemuan antara pemangku bisnis, investor, calon pelanggan, dan bahkan pakar yang memiliki pengalaman dalam bidang tertentu. Sederhananya, jaringan bisnis adalah akses dalam menjalani kerjasama usaha dengan pihak ketiga

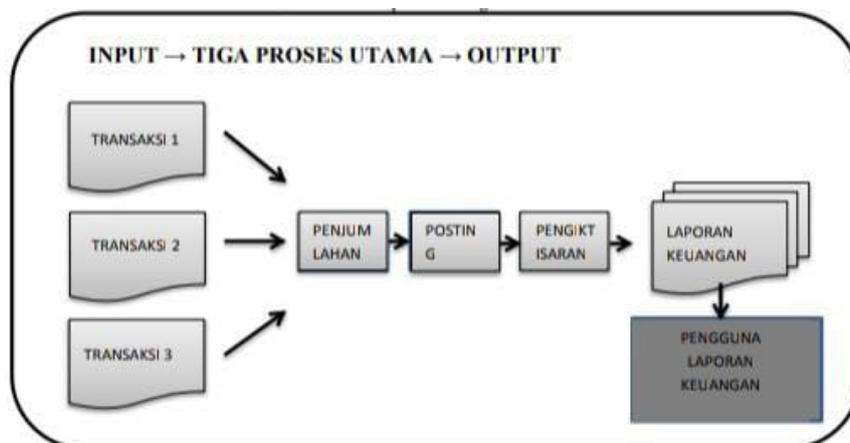
Menurut (Nabila, 2023) dalam jurnalnya, jaringan bisnis pun membawa pengaruh terhadap pengembangan usaha dan terhadap kinerja usaha. Dengan adanya jaringan bisnis, minat dalam membangun usaha menjadi lebih terarah dan dapat berjalan dengan baik. Pengaruh dari jaringan bisnis mampu menciptakan sumber daya yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha tersebut. Serta sukses dalam menjalankan usaha, terutama UMKM, tidak terlepas dari faktor-faktor penting seperti peningkatan skala ekonomi, pengelolaan bisnis yang efisien, dan ekspansi pasar. Semua ini menjadi mungkin melalui keterikatan dalam jaringan bisnis yang dapat memainkan peran sentral dalam mencapai keberhasilan suatu usaha.

Dalam setiap bisnis produksi merupakan hal yang utama, karena kualitas sangat menentukan apakah produk tersebut dapat diterima atau tidak di lapangan, Produksi adalah proses yang melibatkan pembuatan barang atau jasa dengan peningkatan nilai, diikuti oleh penambahan manfaat, bentuk, waktu, dan lokasi menggunakan faktor-faktor produksi. Tujuan dari proses ini adalah agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Atau dapat disimpulkan, produksi adalah kegiatan menghasilkan suatu benda baru yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Produksi biasanya dilakukan dengan tujuan memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai prosperitas, yang berarti bahwa seseorang dapat memperoleh barang dan jasa dalam jumlah yang cukup. Selain itu, tujuan produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, juga memberi kontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Sementara tujuan bagi konsumen adalah untuk menyediakan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan mereka.

Adanya produksi yang dilakukan, dalam dunia bisnis, pasti ada pemasaran yang menjadi salah satu kunci keberhasilan dari suatu bisnis. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terintegrasi dan terencana yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran ini adalah untuk mengakomodir permintaan pasar dengan berbagai strategi.

Selain itu, optimalisasi pengelolaan laporan keuangan di perusahaan perlu dilakukan secara maksimal guna memastikan pengelolaan sumber daya keuangan yang efektif. Manajemen keuangan mencakup segala kegiatan yang terkait dengan keputusan dalam mengelola keuangan dan aset keuangan. Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah mencapai keuntungan maksimal melalui pemanfaatan optimal sumber daya keuangan yang ada



Gambar 1. Proses Laporan Keuangan

Menurut (Rizeki, 2022) Laporan keuangan adalah suatu pencatatan yang biasanya diterbitkan oleh sebuah bisnis atau perusahaan dalam periode waktu tertentu, fungsinya sangat penting karena bisa digunakan untuk mengetahui berbagai transaksi yang sudah terjadi pada operasional bisnis. Proses pencatatan ini sangat penting dalam bisnis karena dapat digunakan dan diperlukan oleh berbagai pihak, eksternal maupun internal untuk pengambilan Keputusan maupun sebagai cerminan kondisi perusahaan saat ini.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi, sebagai pelaku usaha, kita perlu mengikuti perkembangan zaman. Dengan kemajuan teknologi modern saat ini, banyak aspek yang telah mengalami perubahan, termasuk cara kita memesan makanan dan melakukan belanja. *E-commerce* adalah kegiatan perniagaan yang melibatkan proses pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui berbagai *platform* elektronik. Transaksi bisnis dilakukan dalam lingkup jaringan elektronik, terutama melalui internet. Partisipasi dalam aktivitas *e-commerce* terbuka untuk setiap individu yang memiliki akses koneksi internet.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Jl. H Mesri, Kecamatan Sukagalih Sukajadi Kota Bandung. UMKM di wilayah kota Bandung dipilih sebagai subjek penelitian karena peneliti menilai perlu diketahui berapa jumlah usaha mikro hingga menengah yang berkembang guna mendorong perkembangan ekonomi di wilayah kota Bandung. Faktor-faktor yang diteliti meliputi waktu *start-up*, modal, tenaga kerja, penjualan, kepemimpinan dan strategi inovasi bisnis UMKM yang ada. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2023.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi lapangan dan wawancara. Analisis kualitatif merupakan teknis analisis tanpa melibatkan data berupa angka. Data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data yang bersifat subjektif.

Dalam penelitian kali ini menggunakan teknik analisis SWOT sebagai metode analisis untuk mengembangkan dan membuat formulasi strategi. Dalam penelitian ini peneliti mengamati pemilik dan karyawan yang terlibat dalam kegiatan manajemen Perusahaan Seblak Parasman Rai Raka. Data yang diperoleh bersifat primer dan sekunder, karena diperoleh langsung dari pemilik, dan merupakan hasil wawancara dengan karyawan serta observasi peneliti langsung di Kedai Seblak Parasman Rai Raka. Pengamatan tersebut meliputi proses penyiapan bahan-bahan Seblak, proses pembukaan kedai, serta aktivitas pemilik dan karyawan Seblak Parasman Rai Raka dalam melakukan operasional toko dan observasi sambil berinteraksi langsung dengan konsumen..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini merupakan proses yang dilalui peneliti dan dilakukan selama tujuh hari di Kedai Seblak Parasmanan Rai Raka, yang beralamatkan di Jl. H Mesri, Sukagalih Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung. Metode deskriptif kualitatif menjadi cara yang dipakai oleh peneliti guna mengumpulkan data yang diperlukan dimana data diungkapkan secara lisan, dan kualifikasinya bersifat teoritis. Data dikumpulkan melalui penelitian langsung, wawancara, literatur terpercaya, dan tentunya berbagai sumber yang dapat dipertanggungjawabkan seperti Buku, makalah akademis, website, dan sumber lain yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Analisis SWOT dipakai agar dapat mengetahui apa saja yang menjadi tantangan dalam pengembangan Seblak Parasmanan Rai Raka yang berlokasi di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung. Analisis berdasarkan pemikiran diketahui bahwa Seblak Parasmanan Rai Raka harus memanfaatkan hal yang menjadi keunggulan dan menghindari hal yang menjadi kelemahan baik dalam pemasaran *offline* maupun *online*.

Peneliti melakukan penelitian deskriptif kualitatif dalam analisis SWOT untuk merumuskan analisis aplikasi Shopee sebagai *platform* membangun jaringan bisnis di Seblak Parasmanan Rai Raka. Dari analisis SWOT yang dilakukan terhadap UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka, tujuannya adalah untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki UMKM dalam menghadapi ancaman eksternal sehingga UMKM dapat bertahan dan maju di lingkungannya serta bersaing dengan kompetitornya.

Dalam melakukan analisis ini, perlu diperhatikan jaringan bisnis dan bauran pemasaran yang diterapkan pada Seblak Parasmanan Rai Raka yang tetap berada pada pasar yang kompetitif. UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka selalu memperhatikan kualitas produknya agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Mewaspada persaingan pada bidang produk yang inovatif dan dapat dikembangkan baik secara *online* maupun *offline*. Dan memproduksi berbagai jenis produk tambahan merupakan salah satu cara untuk menjaga konsistensi produk yang dihasilkan oleh UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka.

Dari segi harga, Seblak Parasmanan Rai Raka UMKM sangat terjangkau. Dilihat dari toko pesaing yang ada, harga produk UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka relatif lebih murah dibandingkan toko pesaing dan menunya sangat beragam. Oleh karena itu, dari segi harga, UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka dapat dikatakan memiliki harga produk yang sangat kompetitif. Berbicara mengenai lokasi UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka, lokasinya sendiri sangat strategis, namun karena keterbatasan tempat, disini tidak ada layanan makan di tempat, dan konsumen bisa memilih Seblak jika ingin makan di tempat lain. Hal itu memungkinkan, harus ditambahnya perluasan jangkauan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen terhadap produk UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dengan menggunakan analisis SWOT dalam melakukan analisis jaringan perusahaan dan bauran pemasaran ini, peneliti dapat membuat analisis jaringan perusahaan dan bauran pemasaran yang dijelaskan menjadi lebih efektif dan

efisien. Hal ini akan membantu UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka bersaing dengan kompetitornya.

Modal awal yang diperlukan Seblak Parasman Rai Raka yaitu sebesar Rp. 6.875.000

Tabel 1. Biaya Operasional

No	Keterangan	Kebutuhan	Biaya operasional
1.	Biaya listrik & air		Rp 50.000
2.	Biaya lain-lain		Rp 10.000
	Total		Rp 60.000

Dalam satu minggu produksi Seblak Parasman Rai Raka yaitu sekitaran Rp. 6.875.000 + biaya air dan listrik sebesar 60.000 total produksi di minggu pertama yaitu Rp. 6.935.000.

Penentuan harga jual yang di tetapkan Seblak Parasman Rai Raka yaitu sebagai berikut:

HPP Seblak Parasmanan = total biaya : hasil produksi
= Rp 6.935.000 : 700
= Rp 9.907

Harga jual = HPP + laba yang diinginkan
= Rp 9.907 + Rp 2.093
= Rp 12.000

Target dan margin penjualan Seblak Parasmanan Rai Raka selama satu minggu adalah sebesar Rp. 1.915.000 dengan perhitungan sebagai berikut

Laba = (hasil produksi x harga jual) – modal
= (700 X Rp 12.000) – Rp 6.485.000
= Rp 1.915.000 dengan presentasi laba sebesar 29%

Dalam tabel di bawah ini dapat dilihat kenaikan penjualan yang di peroleh oleh Seblak Parasman Rai Raka dalam 6 bulan yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Pendapatan dan Laba Seblak Parasmanan Rai Raka

Bulan	Penjualan	Pendapatan	Laba
1	2.725	Rp 32.700.000	Rp. 5.703.425
2	2.740	Rp 32.880.000	Rp. 5.734.820
3	2.755	Rp 33.060.000	Rp. 5.766.215
4	2.770	Rp 33.240.000	Rp. 5.797.610
5	2.785	Rp 33.420.000	Rp. 5.829.005
6	2.800	Rp 33.600.000	Rp. 5.860.400
	Total	Rp 198.900.000	Rp. 34.691.475

Seblak Parasmanan Rai Raka menggunakan *e-commerce* untuk peningkatan penjualannya yaitu menggunakan *platform e-commerce* Shopee. Dari *platform* yang digunakan Seblak Parasmanan Rai Raka ini penjualannya meningkat melalui Shopee dengan angka penghasilan per 6 bulan pada tahun 2023 Rp 99.450.000 penghasilan yang di dapatkan masih termasuk kedalam penghasilan kotor. Potensi penggunaan *e-commerce* dalam penjualan berpotensi besar karena dari angka penjualannya sangat besar. Dampak dari penggunaan *e-commerce* yang di alami oleh Seblak Parasmanan Rai Raka yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya seperti meningkatnya hasil penjualan, jangkauan pasar yang luas, dan lebih efisien. Dampak negatif yang dialami yaitu rentan terjadinya pencurian data, kendala teknis, persaingan pasar yang banyak dan luas.

Disamping itu Seblak Parasman Rai Raka memiliki investasi berupa sebidang tanah dan bangunan yang menjadi lahan usahanya senilai Rp. 135.610.500.

Tabel 3. Laporan Depresiasi Aset

Laporan Depresiasi Aset Seblak Parasmanan Rai Raka				
Aset	Harga	Umur ekonomi	Nilai residu	Penyusutan atau tahun
Kulkas	Rp 2.500.000	10	Rp 500.000	Rp 200.000
Handphone	Rp 2.000.000	5	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Kendaraan	Rp 15.500.000	7	Rp 4.000.000	Rp 1.642.857
Total	Rp 20.000.000			Rp 2.842.875

Data di atas menunjukkan penyusutan barang akibat aktivitas produksi yang terjadi selama proses operasional Seblak Parasman Rai Raka, dari data di atas menunjukkan penyusutan sebesar Rp. 2.842.875 dengan rincian seperti pada tabel di atas.

Tabel 4. Laporan Arus Pendapatan

Arus Pendapatan Seblak Parasmanan Rai Raka Periode November 2023	
Pendapatan	
Penjualan Seblak Parasmanan	<u>Rp. 33.600.000</u>
Laba Kotor	Rp. 33.600.000

Tabel di atas menunjukkan arus pendaparan Seblak Parasman Rai Raka pada periode november tahun 2023 dengan laba kotor sebesar Rp.33.600.000.

Tabel 5. Laporan Arus Kas

Laporan Arus Kas Seblak Parasmanan Rai Raka Periode November 2023		
Pemasukan Kas		
Penjualan	Rp. 33.600.000	
Total Pemasukan		Rp. 33.600.000
Pengeluaran		
Pembelian bahan baku	Rp. 27.500.000	
Listrik dan air	Rp. 50.000	
Lain-lain	Rp. 20.000	
Total Pengeluaran		Rp. (27.570.000)
Total Kas		Rp. 6.030.000

Tabel di atas merupakan laporan arus kas yang terjadi selama periode bulan november 2023 dengan total kas sebesar Rp. 6.030.000 setelah di kurangi total pengeluaran sebesar Rp. 27.570.000.

Tabel 6. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Seblak Parasmanan Rai Raka periode November 2023		
Pendapatan		
Penjualan	Seblak	Rp. 33.600.000
Parasmanan		
Laba kotor :		Rp. 33.600.000
Beban :		
Pembelian bahan baku		Rp. 27.500.000
Listrik dan air		Rp. 50.000
Lain-lain		Rp. 20.000
Total Pengeluaran		<u>Rp. 27.570.000</u>
Laba Bersih Sebelum Pajak		Rp. 6.030.000

Dari tabel di atas menunjukkan pendapatan dari Seblak Parasmanan Rai Raka mulai dari penjualan seblak yang menghasilkan laba kotor sebesar Rp 33.600.000 dikurangi dengan beban pokok produksi mulai dari Pembelian bahan baku pembayaran biaya tetap yaitu listrik dan air serta biaya lain-lainnya sebesar Rp 27.570.000 sehingga menghasilkan laba bersih sebelum pajak sebesar Rp 6.030.000.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan perkembangan jaringan bisnis serta pemasaran Seblak parasmanan Rai Raka di era digital, berkembang dengan baik sehingga peminat seblak tersebut tersebar luas keberbagai daerah. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan bisnis tersebut yaitu mudahnya akses untuk konsumen melakukan pembelian secara langsung dengan mendatangi tempatnya, jaringan pemasaran Seblak Rai Raka melalui e-commerce dapat membuat calon konsumen melakukan pemesanan menjadi lebih mudah. Adapun saran yang dapat bermanfaat bagi Seblak Parasmanan Rai Raka yaitu Seblak parasmanan Rai Raka diharapkan untuk dapat memastikan semua bahan fresh, Dan Harapan kami semoga kedepannya Seblak Parasmanan Rai Raka dapat lebih berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sehubungan dengan telah selesainya karya tulis ilmiah ini maka perkenankan penulis dengan penuh kerendahan hati menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi - tingginya kepada yang terhormat Dr. Supriyadi, SE., M.Si, Kepala Rektor Universitas Teknologi Digital, dan Resya Dwi Marselina, S.E., M.M, dosen pembimbing, atas arahan dan dukungan dalam seluruh proses pengerjaan karya tulis ilmiah.

Selanjutnya kepada Elis Komala, pemilik UMKM Seblak Parasmanan Rai Raka, juga mendapat ucapan terima kasih atas kontribusinya yang berharga dalam penelitian. Serta kepada orang tua dan teman - teman, yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat selama proses penelitian.

Penulis mengakui bahwa banyak kekurangan dalam karya ilmiah ini. Dengan penuh harapan, pengarang meminta kritik dan saran dari pembaca untuk membantu karya ilmiah ini menjadi lebih baik. Di samping itu, penulis ingin menyampaikan permintaan maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Hestanto. (2021) (PDF) Jaringan Usaha Dalam Usaha Kecil Menengah hestanto.web.id.. <https://www.hestanto.web.id/jaringan-usaha-dalam-usaha-kecil-menengah/>
- Nabila, Bilqis. (2023). Pengaruh Jaringan Bisnis Dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Minat Usaha Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, (948).
- Rosyda. (2021). Pengertian Produksi: Fungsi, Tujuan, Jenis, Tahapan dan Faktornya. Gramedia.com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-produksi/>
- S, Alam. (2023, Maret,14). Pengertian Produksi, Tujuan, Macam – macam produksi Cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230313134805-569-924376/pengertian-produksi-tujuan-fungsi-dan-jenisnya>
- Dini N. Rizeki. (2022 November,22). Laporan Keuangan adalah: Pengertian, tujuan, dan jenisnya. Majoo.id. <https://majoo.id/solusi/detail/laporan-keuangan-adalah>
- Sri Warni. (2021,Desember,08). Bagaimana membangun jaringan bisnis yang solid dan kuat. Zahiraccounting.com. <https://zahiraccounting.com/id/blog/bagaimana-membangun-jaringan-bisnis-yang-solid-dan-kuat/>