

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH SAMBAL TEMPOYAK MAUGI DI KOTA JAMBI

Nurjannah Munthe¹, Ahsan Putra Hafiz²
jannahmunthe19@gmail.com¹, ahsanputra22@yahoo.com²
Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifudin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha serta kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sambal Tempoyak Jambi di Kota Jambi. Sambal tempoyak sebagai salah satu produk kuliner khas daerah memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam sektor ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *en vivo*, yang memungkinkan peneliti untuk memahami secara langsung pengalaman, pandangan, dan strategi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM mencakup pemanfaatan media sosial untuk promosi, keikutsertaan dalam pameran UMKM, kerja sama dengan toko oleh-oleh dan distributor lokal, serta peningkatan kualitas dan inovasi produk. Meskipun demikian, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan bahan baku yang bergantung pada musim durian, tingginya persaingan dengan produk sejenis, akses permodalan yang terbatas, dan pengelolaan usaha yang belum optimal. Penelitian ini merekomendasikan perlunya dukungan dari pemerintah dalam bentuk fasilitasi akses modal, pelatihan manajemen, dan pendampingan legalitas produk. Dengan strategi pengembangan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, UMKM Sambal Tempoyak Jambi memiliki peluang untuk berkembang secara signifikan di tingkat nasional maupun internasional.

Kata Kunci: UMKM, Sambal Tempoyak, Strategi Pengembangan, Kendala Usaha, Kota Jambi.

ABSTRACT

*This study aims to identify the development strategies and challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing Sambal Tempoyak in Jambi City. As a traditional culinary product, sambal tempoyak has significant potential to be developed within the creative economy sector. This research uses a qualitative approach with the *en vivo* method, allowing the researcher to directly understand the experiences, perspectives, and strategies of business actors in developing their enterprises. The findings indicate that MSME actors employ several strategies, including the use of social media for promotion, participation in MSME exhibitions, collaboration with souvenir shops and local distributors, and improvement of product quality and innovation. However, these businesses still face various challenges, such as limited raw material availability due to the seasonal nature of durian, intense competition with similar products, restricted access to capital, and suboptimal business management. This study recommends increased government support in the form of accessible financing, management training, and assistance with product certification. With more structured and sustainable development strategies, Sambal Tempoyak MSMEs in Jambi City have the potential to grow significantly at both national and international levels.*

Keywords: MSMEs, Sambal Tempoyak, Development Strategy, Business Challenges, Jambi City.

PENDAHULUAN

Sambal tempoyak adalah salah satu jenis sambal khas Indonesia, khususnya dari daerah Sumatera, yang terbuat dari durian yang di fermentasi. Proses fermentasi ini memberikan sambal tempoyak cita rasa yang unik dan khas, serta aroma yang kuat. Sambal ini biasanya di sajikan sebagai pelengkap makanan, terutama dengan hidangan berbahan dasar ikan atau daging. Sambal tempoyak berasal dari daerah Palembang, Sumatera Selatan. Sambal ini bukan hanya sekadar pelengkap, tetapi juga menjadi simbol kekayaan kuliner daerah tersebut. Kondisi lingkungan yang sangat jauh dari kata asri ini

menjadi keresahan masyarakat seiring dengan bertambah banyaknya jenis sektor industri. Sambal tempoyak memiliki cita rasa yang kompleks; rasa pedas dari cabai berpadu dengan keasaman dari durian yang difermentasi. Aroma durian yang kuat bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar kuliner.

Makanan sambal tempoyak dibuat oleh UMKM Jambi menggunakan kemasan inovatif yang memiliki masa simpan lama 12 bulan dan rasa yang khas. mengembangkan dan memasarkan produk sambal tempoyak di Jambi khususnya sambal tempoyak. Selain modal kerja, tenaga kerja juga merupakan faktor yang sangat penting dalam produksi, karena tenaga kerja merupakan faktor penggerak serta faktor input yang lain, tanpa adanya tenaga kerja maka faktor produksi lain tidak akan berarti.

Tujuan dari proyek ini adalah agar produk sambal tempoyak UMKM Jambi mampu bersaing dengan produk sambal lain yang ada di pasaran. Tempoyak adalah daging durian (*Durio zibethinus*) yang difermentasi dengan atau tanpa garam. Masakan di beberapa daerah di Malaysia dan di wilayah barat Indonesia seperti Lampung, Sumatera Selatan, Bengkulu, Jambi, Sumatera Barat, Aceh, dan Kalimantan Barat sering menggunakan bahan ini Di Malaysia, produk makanan ini juga tersedia. Dengan pH 4,60-6,59, ada 3,6% asam asetat di Tempoyak, Tempoyak biasanya dimakan bersama nasi atau dicampur dengan makanan lain. Pelaku usaha yang ingin terus bertahan harus berani mengubah strategi penjualan dan menyesuaikan diri dengan kecepatan digitalisasi agar dapat bersaing dengan perubahan pola konsumsi.

Secara umum, tempoyak berwarna putih hingga ke kuningan, tetapi bervariasi dari varietas durian. Beberapa varietas memiliki warna kuning keputihan, kuning cerah, orange, atau bahkan merah. Selain itu, lamanya penyimpanan tempoyak dapat memengaruhi warnanya. Tempoyak segar berwarna putih muda hingga kekuningan, tetapi karena reaksi oksidasi, mereka berwarna kecoklatan .

Salah satu hal dari dalam perusahaan yang bisa memengaruhi pertumbuhannya adalah tingkat pendidikan para karyawan. Pelatihan profesional menjadi hal keusial yang wajib dimiliki oleh setiap karyawan. Apabila para pekerja disetiap usaha kecil menengah mendapatkan pelatihan teknis yang berkualitas, maka mereka bisa meningkatkan kemampuan mereka dalam memproduksi barang. Perusahaan besar dan Kecil. terus bersinergi dalam persaingan yang sengit. Sekarang terdapat banyak usaha kecil yang memproduksi makanan khas daerah yang disajikan bersama oleh-oleh lokal. Berkembangnya gaya hidup dan pertumbuhan gerai ritel yang menyediakan makanan siap saji telah membuat semakin meningkatnya minat orang terhadap sambal tempoyak.

Sebuah perusahaan sangat membutuhkan pasar, supaya produk- produk dapat dikenal oleh masyarakat ia membutuhkan promosi. Apabila setiap pekerja di setiap UMKM dilengkapi dengan pelatihan teknis yang optimal, maka mereka akan mampu meningkatkan ke trampilan mereka dalam menghasilkan produk dengan lebih baik. Dengan berkembangnya behavioral science dalam manajemen produksi dan operasi, peran manusia diakui penting dalam kegiatan produksi/operasi. Oleh sebab itu, isu-isu sumber daya manusia seperti inovasi relevan untuk dibicarakan dalam erangka produksi dan operasi. Perkembangan pemikiran dalam manajemen dan kewirausahaan menyoroti pentingnya peran inovasi dalam proses produksi dan operasi. Keputusan pembelian, yaitu proses di mana konsumen menentukan pilihan untuk membeli suatu produk berdasarkan kebutuhan, informasi, dan persepsi terhadap manfaat produk, menjadi faktor penting dalam tren penjualan. Hal ini menjadi kunci dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan meluas di pasar. Ada pandangan yang mengatakan bahwa inovasi dapat dianggap sebagai kunci keberhasilan dalam situasi persaingan saat ini. Ketergantungan pada inovasi tampak dari usaha perusahaan multinasional untuk membuat riset dan

pengembangan bersaing. Ini mencerminkan penggeseran pendekatan manajemen produksi dan operasi dari kemampuan efisiensi pada setiap tahap proses produksi ke arah penelitian dan pengembangan.

Melalui pengelolaan modal yang baik akan menghasilkan kinerja yang baik dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Kurangnya pengetahuan dalam mengelola modal seringkali menjadi pemicu terjadinya permasalahan-permasalahan yang berujung pada kegagalan UMKM. Pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan kapasitas suatu perekonomian untuk memproduksi barang dan jasa. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator terpenting dalam menganalisis pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah.

Secara umum, ajaran Islam dapat dipilah menjadi tiga bidang yang berbeda. Bidang pertama adalah ajaran yang mengatur hubungan antara manusia sebagai makhluk dengan Tuhan sebagai pencipta, yang sering disebut sebagai ibadah. Selanjutnya, doktrin mengenai cara manusia berperilaku dengan baik terhadap Tuhan, sesama manusia, dan makhluk hidup lainnya dikenal sebagai moralitas. Ketiga, doktrin-doktrin yang mengatur hubungan manusia sebagai makhluk sosial (zoon politicon), baik dalam urusan kenegaraan, politik, maupun urusan pemenuhan kebutuhan manusia (economic Affairs of People).

Sebagai ajaran yang mengatur hubungan sosial, Islam sangat memperhatikan aspek kesejahteraan ummat. Perekonomian ummat sebagai salah satu faktor kesejahteraan menjadi perhatian besar dalam Islam. Sehingga Islam menganjurkan manusia untuk terus berusaha memenuhi tanpa mengabaikan esensi ajaran Islam berupa ibadah dan akhlak. Ajaran ini telah Allah firmankan di dalam al-Qur'an surah al-Jumu'ah ayat 9-10 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِهَا وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٩

Artinya: “Hai orang-orang beriman, apabila di serukan kepadamu untuk menunaikan shalat jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkan jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Adapun hasil data pendapatan sambal tempoyak Jambi perbulannya daritahun 2023-2024 sebagai berikut:

Tabel 1. Data pendapatan perbulan di Tahun 2023-2024

No	Bulan	Pendapatan
1.	Januari	Rp. 1.250.000
2.	Februari	Rp. 1.750.000
3.	Maret	Rp. 1.000.000
4.	April	Rp. 1.250.000
5.	Mei	Rp. 1.250.000
6.	Juni	Rp. 2.000.000
7.	Juli	Rp. 1.250.000
8.	Agustus	Rp. 1.875.000
9.	September	Rp. 1.500.000
10.	Oktober	Rp. 1.750.000
11.	November	Rp. 1.250.000
12.	Desember	Rp. 1.250.000
13.	Januari	Rp. 1.000.000
14.	Februari	Rp. 1.250.000
15.	Maret	Rp. 1.000.000
16.	April	Rp. 750.000

(Sumber; UMKM Sambal Tempoyak Jambi, 2024)

Sekarang, ada banyak usaha kecil yang memproduksi makanan lokal yang unik yang dipadukan dengan oleh-oleh khas daerah. Penyuka sambal tempoyak semakin bertambah seiring waktu karena umumnya, setiap usaha didirikan demi meraih profit. Segala usaha dilakukan untuk memenuhi keperluan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal kinerja produk atau layanan yang memenuhi harapan konsumen, dapat disebut sebagai kepuasan konsumen adalah hasil dari perbandingan antara persepsi individu terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Maka, kepuasan adalah bagaimana seseorang merasa setelah mempertimbangkan kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Sambal Tempoyak Jambi Di Kota Jambi”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didekatkan pada jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian ini metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini adalah bagian dari serangkaian penyelidikan sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data. Data yang diperoleh adalah berupa kata-kata hasil wawancara peneliti di lapangan. Data yang akan di deskripsikan adalah data bentuk Strategi pengembangan usaha pada UMKM Sambal Tempoyak Jambi Di Kota Jambi dan apa saja kendala pelatihan dan kreativitas karyawan dalam mengembangkan usaha pada UMKM Sambal Tempoyak Jambi Di Kota Jambi. Untuk menjawab permasalahan penelitian yang tepat dan akurat, maka Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Peneliti menggunakan observasi yang digunakan untuk melihat dengan langsung aktivitas yang dilakukan di Lokasi penelitian.

2. Wawancara

Menanyakan secara langsung di Lokasi penelitian terkait dari rumusan masalah penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pendukung terkait fokus penelitian, berupa laporan pendapatan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pengembangan dalam Pengembangan Usaha pada UMKM Sambal Tempoyak Jambi di Kota Jambi

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sambal tempoyak di Kota Jambi telah menunjukkan perkembangan yang signifikan, dengan berbagai strategi pengembangan yang diterapkan oleh para pelaku usaha. Sebagai produk kuliner khas daerah, sambal tempoyak memiliki nilai budaya yang tinggi dan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Berikut adalah beberapa strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha sambal tempoyak di Kota Jambi:

a. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran

Salah satu strategi pengembangan yang paling signifikan adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran utama. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan para pelaku usaha untuk memasarkan produk sambal tempoyak kepada konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar daerah. Melalui media sosial, mereka dapat menampilkan proses pembuatan sambal tempoyak, keunggulan bahan baku yang digunakan, serta memberikan gambaran tentang cita rasa yang khas dari sambal tempoyak. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga memungkinkan

konsumen untuk langsung berinteraksi dengan pelaku usaha, bertanya tentang produk, serta melakukan pembelian secara online.

b. Penyertaan dalam Pameran UMKM

Selain media sosial, para pelaku UMKM sambal tempoyak juga aktif dalam mengikuti berbagai pameran UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta. Pameran-pameran ini memberikan kesempatan bagi produk sambal tempoyak untuk dipromosikan secara langsung kepada masyarakat dan konsumen potensial. Selain itu, melalui pameran, para pelaku usaha dapat melakukan riset pasar untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk mereka. Pameran UMKM juga menjadi tempat untuk berinteraksi dengan pelaku usaha lain, berbagi pengalaman, serta membangun jejaring yang bisa mendukung pengembangan usaha sambal tempoyak.

c. Kerja Sama dengan Toko Oleh-Oleh dan Distributor

Kerja sama dengan toko oleh-oleh dan distributor juga menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan usaha sambal tempoyak. Jambi, sebagai kota dengan banyak destinasi wisata, memiliki pasar potensial bagi produk oleh-oleh khas daerah. Melalui kemitraan dengan toko oleh-oleh, sambal tempoyak dapat lebih mudah dijangkau oleh para wisatawan yang berkunjung ke kota tersebut. Selain itu, kerja sama dengan distributor memungkinkan produk sambal tempoyak untuk dipasarkan lebih luas, bahkan ke luar Jambi. Kemitraan ini membuka peluang ekspansi pasar yang lebih besar dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

d. Peningkatan Kualitas Produk dan Inovasi

Peningkatan kualitas produk merupakan bagian dari strategi pengembangan yang tidak bisa diabaikan. Pelaku UMKM sambal tempoyak berfokus pada penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas tinggi, serta menjaga standar produksi agar sambal tempoyak yang dihasilkan selalu memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu, inovasi dalam hal rasa dan kemasan juga penting. Beberapa pelaku usaha telah mengembangkan variasi rasa sambal tempoyak, seperti sambal tempoyak pedas manis atau sambal tempoyak dengan tambahan bahan-bahan lokal lainnya, seperti kemangi dan terasi. Inovasi kemasan juga penting untuk menarik perhatian konsumen, dengan desain kemasan yang menarik dan praktis, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan.

e. Dukungan dari Pemerintah dan Pelatihan UMKM

Dukungan dari pemerintah melalui program pelatihan dan penyediaan bantuan modal atau alat produksi sangat berperan penting dalam pengembangan UMKM sambal tempoyak. Pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM dan lembaga lainnya, misalnya dalam hal manajemen bisnis, pemasaran digital, dan teknik pengemasan produk, telah membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas usaha mereka. Bantuan dari pemerintah, seperti alat pengemas, juga meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk sambal tempoyak yang dihasilkan.

Dengan berbagai strategi pengembangan tersebut, usaha sambal tempoyak di Kota Jambi tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang pesat. Para pelaku usaha semakin sadar akan pentingnya inovasi, kolaborasi, dan pemasaran yang tepat dalam mengembangkan produk mereka, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

2. Kendala Pengembangan Usaha pada UMKM Sambal Tempoyak Jambi di Kota Jambi

Meskipun UMKM sambal tempoyak di Kota Jambi mengalami perkembangan yang pesat, terdapat beberapa kendala yang harus dihadapi oleh pelaku usaha dalam rangka pengembangan usaha mereka. Berikut adalah beberapa kendala yang sering dijumpai dalam pengembangan UMKM sambal tempoyak:

a. Keterbatasan Sumber Daya Alam dan Bahan Baku

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM sambal tempoyak adalah ketergantungan pada bahan baku lokal, khususnya tempoyak (fermentasi durian). Durian sebagai bahan baku utama untuk pembuatan tempoyak tidak selalu tersedia dalam jumlah yang konsisten, terlebih pada musim-musim tertentu. Kondisi ini membuat proses produksi sambal tempoyak terkadang terhambat, bahkan dapat memengaruhi kualitas produk. Selain itu, kualitas durian yang digunakan juga sangat bergantung pada musim dan lokasi, sehingga bisa berfluktuasi. Kendala ini memerlukan upaya untuk menjalin kemitraan yang lebih baik dengan petani durian atau mencari alternatif bahan baku lain yang lebih stabil.

b. Persaingan dengan Produk Sejenis

Seiring dengan meningkatnya popularitas sambal tempoyak, pelaku usaha harus menghadapi persaingan yang ketat dari produk sejenis, baik yang berasal dari daerah lain maupun produk yang diolah secara modern. Banyak produk sambal dari daerah lain yang menggunakan bahan baku yang serupa dengan sambal tempoyak, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Selain itu, munculnya merek-merek baru yang memasarkan sambal tempoyak dengan kemasan dan strategi pemasaran yang lebih modern menambah tingkat persaingan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM sambal tempoyak harus terus berinovasi dalam hal rasa, kemasan, dan kualitas untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

c. Kurangnya Akses ke Modal dan Pembiayaan

Seperti UMKM pada umumnya, pelaku usaha sambal tempoyak seringkali menghadapi kendala dalam mengakses modal dan pembiayaan. Pembiayaan yang terbatas seringkali menjadi hambatan dalam memperluas produksi atau mengembangkan usaha. Meskipun pemerintah menyediakan berbagai program pendanaan untuk UMKM, banyak pelaku usaha yang kesulitan untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Kendala ini menghambat kemampuan para pelaku usaha untuk berinovasi atau melakukan ekspansi usaha, seperti membuka cabang baru atau meningkatkan kapasitas produksi.

d. Pengelolaan Bisnis dan Manajemen yang Belum Optimal

Masalah pengelolaan usaha juga menjadi kendala bagi sebagian pelaku UMKM sambal tempoyak. Beberapa pelaku usaha yang baru merintis bisnis ini seringkali mengalami kesulitan dalam mengelola operasional usaha, mulai dari manajemen produksi, distribusi, hingga pemasaran. Tanpa adanya pengetahuan yang memadai tentang manajemen bisnis, keuangan, dan strategi pemasaran, usaha mereka rentan mengalami kegagalan atau kesulitan dalam berkembang. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan teknologi baru juga menjadi salah satu tantangan dalam memperluas pasar secara efisien.

e. Kendala dalam Standarisasi dan Sertifikasi Produk

Untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas, UMKM sambal tempoyak membutuhkan standarisasi kualitas dan sertifikasi produk yang memenuhi standar nasional atau internasional. Namun, proses untuk mendapatkan sertifikasi seperti Halal, ISO, atau sertifikasi produk pangan lainnya membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama. Bagi banyak pelaku UMKM, biaya dan proses administrasi ini sering menjadi hambatan besar dalam pengembangan usaha mereka

KESIMPULAN

1. Kesimpulan dari pengembangan usaha UMKM sambal tempoyak di Kota Jambi menunjukkan bahwa meskipun produk ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang, ada berbagai tantangan yang harus dihadapi. Strategi pengembangan

yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti pemanfaatan media sosial, mengikuti pameran UMKM, menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh dan distributor, serta peningkatan kualitas dan inovasi produk, terbukti membantu meningkatkan visibilitas dan daya saing sambal tempoyak. Namun, kendala seperti keterbatasan bahan baku yang bergantung pada musim durian, persaingan yang semakin ketat dengan produk sejenis,

2. kurangnya akses terhadap modal, serta pengelolaan usaha yang belum optimal, masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Untuk itu, dibutuhkan perhatian lebih dari pemerintah dalam hal penyediaan fasilitas pembiayaan, pelatihan manajemen, dan dukungan sertifikasi produk agar UMKM sambal tempoyak dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan yang lebih terorganisir dan inovatif, serta peningkatan kualitas produk yang berkelanjutan, UMKM sambal tempoyak di Kota Jambi memiliki peluang besar untuk berkembang, tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga untuk menembus pasar internasional.

Saran

1. Kepada UMKM tempoyak Jambi sebaiknya memperluas promosi dan pengembangan terhadap usahanya lebih luas lagi sehingga mendapatkan konsumen yang lebih banyak
2. Kepada Program Studi Ekonomi Syariah semoga dapat menjadikan skripsi ini sebagai referensi bagi peneliti berikutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Efadri, Indah Mutiara, and A. Rozi. "Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing umkm kota jambi." *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 5.2 (2020): 257-262.
- Agustina Mutia, "Implementation of Islamic Business Ethics in Small and Medium Micro Enterprises (Msmes) in Jambi City," *Jurnal of Management and Business Innovation*, Vol 04, No 02(2022):hal 47-48
- Ambok pangiuk, "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Penurunan Kemiskinan di Provinsi Jambi Tahun 2009-2013," *Jurnal of Shariah Economics Research*, vol 2, No 2(2018): hal 45-46
- Andarsari, P. R., & Dura, J. (2018). Implementasi pencatatan keuangan pada usahakecil dan menengah: Studi pada sentra industri kripik tempe sanan di kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(1),59-65.
- Angraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UM KM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus P ada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi K e camatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya U n iversity).
- Anzu elvia zahara, "Pengaruh Upah Karyawan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan," *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, Vol 3,No 1(2023): hal 241
- Aria Slamet Widodo, *Start your own business*, (Jl. Golo, Gg. Golo Indah 2, UH V/1000 Yogyakarta 55161: Jaring Inspiratif, 2012)
- As'ad, "Analisis Risiko Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Umkm Kerupuk Kemplang Darwati Desa Bayung Lencir Sumatera Selatan," *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, Vol 01, No 01(2021): hal 21
- Bambang Kurniawan, "Society 5.0 publication mapping using a scientometric perspective," *journal citation and DOI*. Published under licence by IOP Publishing Ltd, (2021): hal 02
- Chandra, Jennifer, et al. "Pengaruh disiplin kerja, kompetensi kerja dan pengawasankerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Karya Inti Nusa Gemilang M e dan." *Management Studies and EntrepreneurshipJournal (MSEJ)* 3.2 (2 022): 407-412.
- Dr. H. Muh Said, MM., M.AP. *KONSEP DAN PENGUKURAN EFEKTIFITAS P E LATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA* (Jl, S ultan AluddinNo 212-Makassar: Nobel Press, 2019)
- Habriyanto, "Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan UMKM Kerupuk Ikan SPN

- Kota Jambi,” Jurnal ilmiah universitas batanghari jambi vol 21, No 02 (2021): hal 853-854
- Irawan, D. (2020). Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha.
- Karo-Karo, F. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap produk Sambal T e mpoyak UMKM Maugi di Kota Jambi (Doctoral dissertation, Teknologi I ndustri Pertanian).
- Khairunnisa, F. H., Habriyanto, H., & Subhan, M. (2025). Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 480-493.
- Kuantitatif, Pendidikan Pendekatan. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D." Alfabeta, Bandung (2016).
- Ladung, F., & Rahmawati, R. (2024). Efektivitas Pembinaan Umkm Oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare. *Cateris Paribus Journal*.4(1),44-52.
- Lathifah Hanim, S. H., Noorman, M. K. L. M. D. M., SSos, M., & Oprsla, M. (2 023). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk- Bentuk U saha*.Unissula Press.
- M nazori, "THE EFFECT OF INVESTMENT, GOVERNMENT EXPENDITURE, AND ZAKAT ON JOB OPPORTUNITY WITH ECONOMIC GROWTH AS INTERVENING VARIABLES," *Jurnal Journal of Southwest Jiaotong University*, Vol 57, No 3 (2022): hal 104-105
- Monica Feronica Bormasa, S.Sos., M.Si, *Kepemimpinan dan Efektivitas Kerja*, (Purwokerto : CV Pena Persada, 2022)
- Muhammad Subhan, "Strategi Pemasaran Syari'Ah Pada Bmt Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal Dan Penyaluran Pembiayaan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol 2, No 1 (2018): hal 107-108
- Mutia, A. (2017). Pengaruh gaya hidup dan minat terhadap kebiasaan pembelian barang yang tidak terencana masyarakat kota jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 1(1), 78-9
- Nagoi, Ronald. 1994. *Perkembangan produksi dan sumber daya manusia dalam organisasi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Nengsih, T. A., Majid, M. N., & Reza, P. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Environmental Performance terhadap Returnon Asset. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 455-460.
- Nurfajrina, C., Rahmadhani, T., Aziiza, M., Septiani, I. A., Febriansyah, F., & Mutia,A. (2025). Systematic Literature Review: Peran Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan*, 6(3).
- Nuzleha. *Insentif dan Pengawasan Kinerja Karyawan (Jl. Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga: Eureka m e dia aksara, 2022)*
- Oktavia, D., & Ferawati, R. (2025). Gen-Z dan Minat Beli Kosmetik di E- commerce. *Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 90-100
- Putri, B. H., Majid, M. N., & Nengsih, T. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah dengan religuisitas sebagai Variabel Moderating (studi pada BMT Bina Insan Sejahtera Kota Jambi). *EKONOMIS: Journal of economics and business*, 8(1), 702-708
- Putri, Devy Nur Pika, and Moch Bahak Udin By Arifin. "Peran kinerja guru dalam membentuk karakter kerjasama pada siswa kelas IV." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 5.2 (2022): 176-189.
- Rafidah, (2019). The Effect of Business Capital, Length of Business and Entrepreneurship Attitude to The Income and Welfare of The Family Women of Batik Craftsmen in Danau Teluk Jambi City. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 139-162.
- Rafidah, "Ekonomi Islam dalam Sistem Ekonomi Indonesia (Studi Tentang Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam KHES dan Implementasinya terhadap Ekonomi Nasional)," *Jurnal penelitian sosial keagamaan*, vol 25, No 01(2009): hal 13-14
- Riani, I., Anita, E., & Habibah, A. (2025). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Fashion Muslim Di Desa Pulau Mentaro Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 17-34.

- Rimbangan Bambang Jakaria, *Manajemen Organisasi dan Sumber Daya Manusia*, (Jl Mojopahit 666 B Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2022)
- Sari, Santi Retno, and Kumba Digdowiseiso. "Empowering Leadership dalam peningkatan Kreativitas Karyawan." *Jurnal Kajian Ilmiah* 22.1 (2022): 11-20.
- Schiffman, L., and L. Wisenbirt. "Consumer Behaviour. Edisi Sebelas." (2015).
- Titin Agustin Nengsih, "Implementasi manajemen keuangan syariah pada UMKM udang ketak di Kecamatan Nipah Panjang," *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, Vol 3, No 1(2023): hal 22
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin sts jambi di bank syariah. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158-171.
- Wati, S. S., & Mutia, A. (2025). Pengaruh Faktor Internal Terhadap Kinerja Umkm Olahan nanas Di Desa Tangkit Baru. *Bisnis, Jasa dan Keuangan*, 1(2), 69-80.
- Wibowo, A. S. C. (2013). Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap kinerja Karyawan Bagian Teknisi Pada Pt. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4), 1032-1043.
- Wulan ayodya. *UMKM 4.0 Strategi UMKM memasuki era digital* (Jakarta : PT Alex Media komputindo), 2020,
- Yuliana, N. "Tempoyak." *Ilmu dan Teknologi Pengolahan Durian fermentasi*, Plantaxi, Bandar Lampung (2015).
- Zikwan, M. (2021). Konsep Maqashid Syariah Pada Umkm Dalam Upaya Mendukung Akselerasi Pangsia Ekonomi Sya RI'ah Jawa Timur. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2 (2), 32-44.