

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI PEMASARAN USAHA BATU BATA DI SENTRA INDUSTRI

Weny Lovia Angriani

Insitut Seykh Abdul Halim Hasan, Binjai

Email: weny@insan.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the marketing strategy of the brick business in improving competitiveness in Air Teluh Village, Kumun Debai District. This study used a qualitative research method with data collection techniques through interviews, observations, and documentation involving brick entrepreneurs in Air Teluh Village. The results showed that the marketing strategies implemented include product, price, place, and promotion strategies. The brick products are still produced using traditional production processes by utilizing natural resources in the form of red soil available around the village area. Pricing is determined based on production costs and market conditions while still considering the principles of fairness from a sharia perspective. The business location, which is close to the source of raw materials, is one of the supporting factors for the sustainability of the brick business. However, business promotion is still carried out simply through word-of-mouth marketing, so the development of more modern marketing strategies is needed to improve business competitiveness. By implementing appropriate marketing strategies, the brick business in Air Teluh Village is expected to increase sales, maintain business sustainability, and improve the income of brick entrepreneurs.*

Keywords: *marketing strategy, bricks, competitiveness, marketing mix, small business.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran usaha batu bata dalam meningkatkan daya saing di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap para pengusaha batu bata di Desa Air Teluh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi strategi produk, harga, lokasi, dan promosi. Produk batu bata yang dihasilkan masih menggunakan proses produksi tradisional dengan memanfaatkan sumber daya alam berupa tanah merah yang tersedia di sekitar wilayah desa. Penetapan harga dilakukan berdasarkan biaya produksi dan kondisi pasar dengan tetap memperhatikan prinsip keadilan dalam perspektif syariah. Lokasi usaha yang dekat dengan sumber bahan baku menjadi salah satu faktor pendukung keberlangsungan usaha batu bata. Namun, promosi usaha masih dilakukan secara sederhana dari mulut ke mulut sehingga perlu pengembangan strategi pemasaran yang lebih modern untuk meningkatkan daya saing usaha. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, usaha batu bata di Desa Air Teluh diharapkan mampu meningkatkan penjualan, mempertahankan keberlangsungan usaha, dan meningkatkan pendapatan para pengusaha batu bata.

Kata kunci: strategi pemasaran, batu bata, daya saing, bauran pemasaran, usaha kecil.

PENDAHULUAN

Usaha atau bisnis merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam, sumber

daya manusia, dana, dan berbagai potensi lainnya. Salah satu usaha yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan adalah usaha pembuatan batu bata. (Satriaji Vinatra, 2023) Usaha kecil yang terlihat sederhana tersebut apabila dikelola dengan jiwa kewirausahaan yang baik dapat

memberikan keuntungan yang cukup besar bagi pengelola maupun masyarakat sekitar. Dalam Islam, manusia diperintahkan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara baik dan bersyukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Yasin ayat 33–35.(Rahmadani, 2024)

Salah satu bentuk usaha yang bersifat kewirausahaan adalah usaha pembuatan batu bata yang berkembang di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai. Prospek usaha batu bata pada era modern saat ini sangat baik untuk dikembangkan karena meningkatnya pembangunan infrastruktur seperti perumahan, gedung sekolah, gedung pemerintahan, serta bangunan milik swasta yang membutuhkan batu bata sebagai bahan baku utama pembangunan.(Junita, 2020)

Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai dikenal sebagai sentral industri batu bata di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Sungai Penuh tahun 2015, industri batu bata termasuk kategori industri kecil dengan jumlah investasi terbesar dibandingkan industri kecil lainnya, yaitu sebanyak 41 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja mencapai 428 orang dan nilai investasi sebesar 623.550. Keberadaan industri batu bata tersebut memberikan manfaat besar bagi masyarakat karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Bahkan dalam beberapa tahun terakhir jumlah rumah produksi batu bata terus bertambah dan berkembang di sepanjang wilayah Desa Air Teluh.

Dalam menjalankan usaha, strategi pemasaran memiliki peranan penting untuk meningkatkan daya saing usaha. Sistem pemasaran usaha batu bata di Desa Air Teluh tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran yang dikemukakan oleh Marius P. Angipora dalam buku *Dasar-Dasar Pemasaran*, yaitu proses penyaluran produk kepada konsumen dapat dilakukan melalui saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Salah satu

sistem pemasaran yang digunakan pengusaha batu bata adalah *selling at the point production*, yaitu penjualan langsung di tempat produksi batu bata.

Namun demikian, para pengusaha batu bata di Desa Air Teluh masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usaha, seperti persaingan usaha, keterbatasan promosi, serta sistem pemasaran yang masih sederhana. Sebagian besar promosi dilakukan secara langsung atau dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan usaha batu bata perlu menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif agar mampu meningkatkan daya saing usaha dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar. Selain itu, dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan pemasaran harus dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan pihak lain. Strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah diharapkan dapat menciptakan kegiatan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Keberadaan usaha batu bata di Desa Air Teluh terbukti mampu membantu perekonomian masyarakat melalui penyediaan lapangan kerja dan peluang usaha bagi masyarakat sebagai distributor maupun pekerja pada usaha batu bata tersebut.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dilakukan perusahaan atau pelaku usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Strategi pemasaran menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menarik konsumen dan menghadapi persaingan pasar. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan

yang menguntungkan dengan konsumen.(Dirgantara & Suryadarama, 2023) (Felisa Windy Mamonto et al., 2021) Dalam menjalankan usaha batu bata, strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan daya saing usaha, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan jumlah penjualan. Strategi pemasaran yang baik dapat membantu pengusaha batu bata mempertahankan usahanya di tengah persaingan usaha yang semakin meningkat.(Hanuarsyah & Susena, 2024)

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar sasaran. Konsep bauran pemasaran dikenal dengan 4P yaitu product (produk), price (harga), place (tempat/distribusi), dan promotion (promosi). Menurut Jerome McCarthy, marketing mix terdiri dari product, price, place, dan promotion yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi respon konsumen terhadap produk yang dipasarkan.(Mas et al., 2019) Dalam usaha batu bata, produk yang berkualitas, harga yang sesuai, lokasi distribusi yang strategis, dan promosi yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Daya Saing Usaha

Daya saing usaha merupakan kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar dibandingkan dengan usaha pesaing. Daya saing dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, pelayanan, serta kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu daya saing merupakan kemampuan suatu usaha untuk menciptakan nilai lebih melalui strategi yang dimiliki sehingga mampu bersaing di pasar. Dalam usaha batu bata, daya saing dapat ditingkatkan melalui kualitas produk yang baik, harga yang kompetitif, serta sistem pemasaran yang efektif.(Dirgantara & Suryadarama, 2023)

Usaha Batu Bata

Usaha batu bata merupakan salah satu usaha industri kecil yang memanfaatkan tanah liat atau tanah merah sebagai bahan utama produksi. Usaha ini banyak berkembang di daerah pedesaan karena bahan baku mudah diperoleh dan permintaan pasar terhadap bahan bangunan terus meningkat. Usaha batu bata memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian masyarakat karena mampu membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.(Moh. Nanang Setiawan, 2023)

Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis dengan mengedepankan prinsip keadilan, kejujuran, dan keseimbangan dalam kegiatan ekonomi. Dalam kegiatan pemasaran, Islam mengajarkan agar pelaku usaha berlaku jujur, tidak melakukan penipuan, dan tidak merugikan pihak lain. Selain itu syariah adalah proses bisnis strategis yang mengarahkan seluruh proses penciptaan nilai berdasarkan prinsip-prinsip syariah.(Ermansyah, 2022) Dalam usaha batu bata, penerapan prinsip ekonomi Islam dapat dilakukan melalui penetapan harga yang adil, kejujuran dalam kualitas produk, serta hubungan yang baik antara produsen dan konsumen.

METODE

Pendekatan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau penelitian lapangan (*field research*) dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu peneliti menentukan kriteria responden yang dapat dijadikan sampel penelitian. Adapun responden dalam penelitian ini terdiri dari pengusaha batu bata, pekerja usaha batu bata, tokoh masyarakat, serta masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai.

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung

di lokasi penelitian untuk memperoleh data sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai karena desa tersebut merupakan salah satu sentral industri batu bata di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Sedangkan penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas produksi dan pemasaran usaha batu bata di Desa Air Teluh. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha batu bata dan pihak terkait untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen, foto, arsip, dan data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dikelompokkan agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hasil penelitian. Data yang disajikan berupa informasi mengenai strategi pemasaran usaha batu bata dalam meningkatkan daya saing di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai.

Penarikan kesimpulan dilakukan setelah seluruh proses analisis data selesai dilakukan, baik selama penelitian berlangsung di lapangan maupun setelah

penelitian selesai. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dianalisis sehingga dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran usaha batu bata dalam meningkatkan daya saing usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Usaha Batu Bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai

Usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai merupakan salah satu usaha industri kecil yang berkembang cukup baik dan menjadi sumber mata pencaharian masyarakat. Lokasi usaha batu bata umumnya berada dekat dengan sumber bahan baku berupa tanah merah sehingga memudahkan proses produksi dan mengurangi biaya pengangkutan bahan baku. Selain itu, lokasi usaha batu bata juga berada di area yang cukup jauh dari pemukiman masyarakat sehingga asap pembakaran batu bata tidak terlalu mengganggu lingkungan sekitar. Dalam Islam, manusia diperintahkan untuk menjaga lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam dengan baik tanpa menimbulkan kerusakan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 56 yang menjelaskan larangan melakukan kerusakan di muka bumi setelah Allah memperbaikinya. Oleh karena itu, para pengusaha batu bata berusaha menjaga lingkungan sekitar lokasi usaha agar tetap bersih dan tidak menimbulkan dampak buruk bagi masyarakat.

Beberapa tahapan yang dilakukan pengusaha batu bata dalam menjalankan usaha dimulai dari penyediaan modal, persiapan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran hasil produksi. Modal usaha yang digunakan sebagian besar berasal dari modal pribadi dan sebagian lainnya berasal dari pinjaman lembaga keuangan. Modal tersebut digunakan untuk membeli peralatan produksi, biaya tenaga kerja, serta biaya pembakaran batu

bata. Sarana produksi usaha batu bata meliputi tanah merah sebagai bahan baku utama, alat pencetak batu bata, tempat pengeringan, kayu bakar, dan lokasi pembakaran. Dalam proses produksi, kualitas bahan baku sangat menentukan kualitas batu bata yang dihasilkan. Pengusaha batu bata juga memperhatikan proses pengeringan dan pembakaran agar batu bata yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan tahan lama.

Hasil usaha batu bata memberikan keuntungan bagi para pengusaha dan masyarakat sekitar. Selain menjadi sumber pendapatan utama, usaha batu bata juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Air Teluh. Dengan meningkatnya pembangunan perumahan dan gedung, permintaan terhadap batu bata terus meningkat sehingga usaha batu bata memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan.

Sistem Pemasaran Usaha Batu Bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha batu bata. Sistem pemasaran yang diterapkan pengusaha batu bata di Desa Air Teluh umumnya masih menggunakan sistem pemasaran langsung (*personal selling*), yaitu penjualan yang dilakukan secara langsung kepada konsumen di lokasi produksi batu bata. Batu bata merupakan salah satu kebutuhan utama dalam pembangunan sehingga permintaan pasar terhadap batu bata cukup tinggi. Namun demikian, pengusaha batu bata tetap membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat berkembang dan mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

Sistem pemasaran yang dilakukan pengusaha batu bata biasanya melalui penjualan langsung kepada masyarakat, kontraktor bangunan, dan toko material. Sebagian konsumen datang langsung ke lokasi usaha untuk membeli batu bata, sedangkan sebagian lainnya melakukan pemesanan terlebih dahulu dalam jumlah besar. Promosi usaha batu bata di Desa Air

Teluh masih dilakukan secara sederhana, yaitu melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Sistem promosi tersebut dianggap cukup efektif karena adanya hubungan sosial yang baik antara pengusaha dan konsumen. Namun, keterbatasan promosi menyebabkan jangkauan pemasaran masih terbatas sehingga usaha batu bata memerlukan pengembangan strategi pemasaran yang lebih modern agar mampu meningkatkan daya saing usaha. Dalam perspektif Islam, kegiatan jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak mengandung unsur penipuan maupun kecurangan sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29. Para pengusaha batu bata di Desa Air Teluh berusaha menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan kualitas batu bata yang baik serta menetapkan harga sesuai kondisi pasar.

Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Usaha Batu Bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai

Etika bisnis Islam merupakan prinsip-prinsip moral yang harus diterapkan dalam kegiatan usaha agar usaha yang dijalankan memperoleh keberkahan dan tidak merugikan pihak lain. Dalam usaha batu bata di Desa Air Teluh, para pengusaha berusaha menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya.

a. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Prinsip tauhid mengajarkan bahwa seluruh aktivitas usaha harus dilakukan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Para pengusaha batu bata tetap melaksanakan kewajiban ibadah di tengah aktivitas usaha yang dilakukan. Selain itu, usaha yang dijalankan juga diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

b. Prinsip Keadilan

Dalam menjalankan usaha, pengusaha batu bata berusaha berlaku adil terhadap konsumen maupun pekerja. Penetapan harga batu bata dilakukan sesuai biaya produksi dan kondisi pasar tanpa adanya unsur penipuan. Selain itu,

upah pekerja juga diberikan sesuai kesepakatan kerja yang telah ditentukan.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk melakukan kegiatan usaha selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Para pengusaha batu bata bebas menjalankan usaha dan menentukan strategi pemasaran, namun tetap memperhatikan norma sosial dan tidak merugikan masyarakat sekitar

d. Prinsip Tanggung Jawab

Pengusaha batu bata memiliki tanggung jawab terhadap kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen. Batu bata yang diproduksi harus memiliki kualitas yang baik agar tidak merugikan konsumen. Selain itu, pengusaha juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar melalui hubungan sosial yang baik dan kegiatan kemasyarakatan.

e. Prinsip Kejujuran

Kejujuran menjadi salah satu prinsip penting dalam usaha batu bata. Para pengusaha berusaha menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi yang benar mengenai kualitas dan harga batu bata. Kejujuran dalam kegiatan usaha dapat menciptakan hubungan yang baik antara produsen dan konsumen sehingga usaha dapat berkembang dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai masih menggunakan sistem pemasaran sederhana, namun usaha tersebut tetap mampu bertahan dan berkembang karena adanya kualitas produk yang baik, hubungan sosial yang kuat dengan konsumen, serta penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai masih menggunakan sistem pemasaran secara langsung, dimana proses

pemasaran batu bata dilakukan secara tatap muka antara pengusaha dan konsumen. Sistem pemasaran tersebut dinilai cukup efektif dalam mempertahankan hubungan baik dengan konsumen dan meningkatkan penjualan hasil produksi batu bata. Perspektif etika bisnis Islam terhadap usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai pada umumnya telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berdasarkan prinsip kesatuan (tauhid), dengan tidak meninggalkan kewajiban beribadah kepada Allah SWT dalam menjalankan usaha. Selain itu, para pengusaha batu bata juga menerapkan prinsip keadilan dalam menentukan harga batu bata kepada konsumen, serta bertanggung jawab dan jujur dalam menjaga kualitas batu bata yang diproduksi. Dalam pengelolaan usaha, sebagian besar pengusaha batu bata menggunakan lahan milik pribadi dan modal pribadi, sedangkan sebagian lainnya menggunakan tambahan modal dari pinjaman lembaga keuangan untuk mengembangkan usaha dan memperoleh keuntungan sesuai yang direncanakan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi dalam usaha batu bata, seperti keterbatasan promosi, persaingan usaha, serta dampak asap pembakaran yang terkadang masih mengganggu lingkungan sekitar. Dengan demikian, usaha batu bata di Desa Air Teluh Kecamatan Kumun Debai diharapkan mampu terus berkembang melalui penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tetap memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Dirgantara, U., & Suryadarama, M. (2023). *Webinar Nasional HUMANIS 2023*. 3(2), 1316–1320.
- Ermansyah, E. (2022). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 5(2), 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2>.

- 133
- Felisa Windy Mamonto, Willem J.F.A Tumbuan, & Mirah H. Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Hanuarsyah, D., & Susena, K. C. (2024). Strategi Pemasaran Batu Bata di Kelurahan Sidomuly. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 6(1), 29–34.
<https://doi.org/10.37676/jkb.v6i1.232>
- Junita, F. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Batu Bata Di Desa Tangkit Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(4), 166–179.
- Mas, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Place , Promotion) Pada Pt . Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79–86.
- Moh. Nanang Setiawan, F. F. L. (2023). *Prospek Perkembangan Usaha Batu Bata Merah : Peluang Dan Analisis (Studi Kasus Pada Usaha Red Brick Business Development Prospects : Opportunities and Analysis (Case Study on Red Brick Business in Majener Katapop 1 Village).* 4(2), 65–69.
- Rahmadani, N. F. (2024). *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Pengelolaan Sumber Daya Alam Dalam Perspektif Islam Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2(1), 175–179.
- Satriaji Vinatra. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01–08.
<https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i3.832>