



## Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan Berdasarkan Nilai- Nilai Manajemen Islam

Ali Ramadhan<sup>1</sup>, Ahmad Nadhira<sup>1</sup>, Ahmad Yudhira<sup>2</sup>, Syafriwel Syafriwel<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Budidaya Perkebunan, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Tjut Nyak Dhien, Medan

<sup>2</sup>Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Humaniora, Universitas Tjut Nyak Dhien, Medan

<sup>3</sup>Teknik Elektro, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Tjut Nyak Dhien, Medan

E-mail: aliramadhan1439@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan berdasarkan nilai-nilai manajemen Islam. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi dan menguji efektivitas penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah dalam konteks manajemen dan operasional UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang dipilih karena dianggap tepat untuk meneliti secara mendalam penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam meningkatkan kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan. Lokasi penelitian adalah UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan yang berlokasi di Jl. Tuasan No.. 80, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024. Data penelitian akan diperoleh dari dua sumber utama: observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen dan operasional UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan telah membawa dampak positif secara signifikan. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah tidak hanya mendukung keberhasilan operasional harian, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif Mr. One.

**Kata kunci:** Umkm, produk minuman, mr one, manajemen Islam

### Abstrack

*This research aims to analyze strategies for improving the performance of Mr. Beverage Products Umkm. One Tuasan Branch is based on Islamic management values. This research seeks to identify and test the effectiveness of implementing values such as honesty, justice, trustworthiness and sharia in the context of MSME management and operations. This research uses a qualitative approach with a case study method, which was chosen because it was considered appropriate to examine in depth the application of Islamic management values in improving the performance of Mr. Beverage Products Umkm. One Tuasan Branch. The research location is the MSME Beverage Products Mr. One Tuasan Branch located on Jl. Tuasan No.. 80, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Medan City, North Sumatra. The research time implemented in the May 2024. Research data will be obtained from two main sources: observation and interviews. Based on the results of this research, it can be concluded that the application of Islamic values in the management and operations of Mr. Beverage Products Umkm. One Tuasan Branch has had a significant positive impact. Values such as honesty, fairness, trust, and sharia not only support the success of daily operations, but also strengthen Mr. One.*

**Keywords:** Umkm, beverage products, Mr One, Islamic management



## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja. Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar adalah industri minuman. Industri ini terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap minuman yang menyegarkan dan praktis (Aulia, 2019). Salah satu contoh UMKM di bidang minuman adalah Mr. One Cabang Tuasan. UMKM ini bergerak di bidang penjualan minuman kekinian dengan berbagai varian rasa dan harga yang terjangkau. Mr. One Cabang Tuasan memiliki target pasar yang luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Minuman yang dijual di Mr. One selalu mengikuti tren terkini, menawarkan berbagai pilihan yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Meskipun demikian, Mr. One Cabang Tuasan menghadapi beberapa tantangan signifikan, seperti kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan menghadapi persaingan ketat dari UMKM lain yang bergerak di bidang serupa. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Indonesia sering menghadapi berbagai tantangan. Kinerja UMKM dapat diukur dari berbagai indikator seperti laba, penjualan, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. Dalam kasus Mr. One Cabang Tuasan, tantangan utama yang dihadapi termasuk peningkatan penjualan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi yang efektif dan berkelanjutan (Ayyubi & Anggraini, 2019).

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja UMKM adalah dengan menerapkan nilai-nilai manajemen Islam. Manajemen Islam merupakan konsep manajemen yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Nilai-nilai manajemen Islam yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja UMKM antara lain adalah kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah. Kejujuran dalam berbisnis berarti menjalankan usaha dengan transparansi dan integritas, baik terhadap pelanggan maupun mitra bisnis. Keadilan mengharuskan UMKM untuk memperlakukan semua pihak dengan adil dan setara, termasuk dalam penentuan harga dan layanan. Amanah menuntut UMKM untuk menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dan mitra bisnis, sedangkan prinsip syariah mengharuskan UMKM untuk menjalankan bisnis sesuai dengan hukum Islam, termasuk dalam hal transaksi dan produk yang ditawarkan.

Penelitian "Strategi Resiliensi UMKM Berbasis Syariah" oleh Nurlizka Nurhaliza (2020) menemukan bahwa strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM adalah dengan memanfaatkan digital marketing dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Meskipun telah ada beberapa penelitian yang menunjukkan efektivitas penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam meningkatkan kinerja UMKM, masih terdapat beberapa gap penelitian yang perlu diisi. Salah satu gap penelitian yang ada adalah belum banyak penelitian yang dilakukan di Indonesia, khususnya di daerah tuasan kota medan, North Sumatra. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam penerapan nilai-nilai manajemen Islam di UMKM produk minuman. Peningkatan kinerja UMKM seperti Mr. One Cabang Tuasan dapat dicapai melalui penerapan strategi yang tepat dan sesuai dengan nilai-nilai manajemen Islam. Dengan mengintegrasikan kejujuran, keadilan, amanah, dan prinsip syariah dalam operasional bisnis, UMKM dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja keseluruhan.

Untuk mengisi gap penelitian yang ada dan memberikan panduan yang lebih komprehensif bagi UMKM di Indonesia dalam menghadapi tantangan dan meningkatkan daya saing mereka di pasar, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian "Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One cabang tuasan Berdasarkan Nilai-nilai



Manajemen Islam”. Berdasarkan latar belakang masalah dan gap penelitian yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan berdasarkan nilai-nilai manajemen Islam. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi dan menguji efektivitas penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah dalam konteks manajemen dan operasional UMKM. Dalam konteks ini, kejujuran berarti menjalankan bisnis dengan transparansi dan integritas, keadilan mencakup perlakuan yang setara terhadap semua pihak yang terlibat, amanah mengacu pada menjaga kepercayaan dari pelanggan dan mitra bisnis, dan prinsip syariah memastikan bahwa semua aspek bisnis sesuai dengan hukum Islam. Penelitian ini juga berupaya menjawab pertanyaan penting tentang bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diterapkan secara praktis untuk meningkatkan laba, penjualan, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan di Mr. One Cabang Tuasan, sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi dan penjualan minuman kekinian.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia, khususnya di sektor produk minuman. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang ada tentang penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam bisnis, memberikan wawasan baru tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan bisnis modern. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja usaha mereka dengan menerapkan nilai-nilai manajemen Islam, membantu mereka untuk lebih bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan berkontribusi pada perekonomian nasional. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan temuan yang dapat diandalkan dan aplikatif, tetapi juga untuk mengisi gap penelitian yang ada, khususnya dalam konteks UMKM di Indonesia, dan menawarkan solusi yang berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai Islam bagi para pelaku bisnis di sektor ini.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang dipilih karena dianggap tepat untuk meneliti secara mendalam penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam meningkatkan kinerja UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan. Lokasi penelitian adalah UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan yang berlokasi di Jl. Tuasan No.. 80, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan yaitu pada bulan Mei 2024. Data penelitian diperoleh dari dua sumber utama: observasi dan wawancara.

Observasi dilakukan dalam dua bentuk, yaitu observasi partisipan dan non-partisipan. Dalam observasi partisipan, peneliti akan melibatkan diri secara langsung dalam kegiatan operasional UMKM, seperti proses produksi, penjualan, dan pelayanan pelanggan, untuk mengamati dan mencatat perilaku, interaksi, dan komunikasi antara karyawan, pelanggan, dan pihak lain yang terlibat dalam UMKM. Sedangkan dalam observasi non-partisipan, peneliti akan mengamati aktivitas UMKM dari luar, mencakup suasana toko, interaksi antara pelanggan dan karyawan, serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM. Selain itu, peneliti juga akan melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci, seperti pemilik UMKM, karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya.

Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi yang lebih mendalam tentang penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam UMKM. Wawancara akan dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya, namun peneliti juga akan memberikan ruang bagi informan untuk memberikan informasi tambahan yang relevan dengan penelitian. Data yang diperoleh dari observasi dan wawancara ini akan dianalisis menggunakan



teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang berkaitan dengan penerapan nilai-nilai manajemen Islam dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana nilai-nilai manajemen Islam dapat diterapkan dalam konteks UMKM dan bagaimana penerapan ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM tersebut.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Sejarah dan Perkembangan Mr. One Cabang Tuasan**

Mr. One Cabang Tuasan didirikan pada tahun 2018 sebagai bagian dari upaya untuk menyediakan minuman kekinian yang terjangkau bagi masyarakat di sekitar Tuasan, Kota Medan. Pendirian usaha ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi pasar yang besar di daerah tersebut dan merespon kebutuhan konsumen dengan baik. Dengan fokus pada kualitas dan ketersediaan, Mr. One Cabang Tuasan segera mendapatkan respon positif dari pasar lokal, menunjukkan keberhasilan awal dalam memenuhi permintaan konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, Mr. One Cabang Tuasan telah mengalami perkembangan yang signifikan. Dari segi produk, mereka menawarkan berbagai jenis minuman kekinian yang mengikuti tren terbaru, seperti bubble tea, milk tea, dan minuman es lainnya, semuanya dengan harga yang terjangkau. Strategi ini membantu mereka menarik perhatian dari berbagai kalangan, termasuk anak muda yang mencari tempat ngopi dan bersantai. Dari segi pelayanan, Mr. One Cabang Tuasan telah dikenal dengan standar pelayanan yang baik dan konsisten. Karyawan mereka dilatih untuk memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan, yang berkontribusi pada reputasi baik mereka di komunitas lokal. Ini juga membantu mereka mempertahankan pelanggan setia yang sering kembali untuk menikmati minuman favorit mereka.

Selain itu, Mr. One Cabang Tuasan aktif dalam berbagai kegiatan komunitas dan promosi lokal. Mereka sering mengadakan acara-acara yang menarik untuk menarik pelanggan baru dan memperluas jaringan mereka di daerah tersebut. Kolaborasi dengan influencer lokal dan kampanye promosi online juga membantu meningkatkan kesadaran merek mereka di antara khalayak yang lebih luas. Secara ekonomi, keberadaan Mr. One Cabang Tuasan telah memberikan dampak positif bagi ekosistem UMKM di daerah Tuasan. Mereka memberikan peluang kerja bagi penduduk lokal dan berkontribusi pada pendapatan ekonomi di sekitar mereka. Dengan berjalannya waktu, mereka terus berinovasi dan memperluas jangkauan mereka untuk tetap menjadi pemimpin pasar dalam industri minuman di wilayah tersebut. Secara keseluruhan, Mr. One Cabang Tuasan telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan sejak didirikan. Dengan dedikasi terhadap kualitas, pelayanan pelanggan yang baik, dan komitmen terhadap komunitas, mereka terus menjadi pilihan utama bagi masyarakat Tuasan yang mencari minuman yang segar dan terjangkau.

### **Penerapan Nilai-nilai Islam dalam Manajemen Mr. One Cabang Tuasan**

Pemilik Mr. One Cabang Tuasan menjelaskan bahwa nilai-nilai Islam menjadi landasan utama dalam manajemen dan operasional sehari-hari UMKM ini. Kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah diintegrasikan dalam semua aspek bisnis mereka untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan yang berkelanjutan. Nilai kejujuran tercermin dalam prinsip transparansi dalam setiap transaksi dan komunikasi yang jelas kepada pelanggan. Penerapan nilai keadilan terlihat dalam perlakuan yang adil terhadap karyawan dan pelanggan. Karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik, dengan prinsip-prinsip Islam memberikan mereka dorongan tambahan untuk bekerja dengan integritas dan dedikasi. Amanah dijaga



dengan menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan. Mr. One Cabang Tuasan secara konsisten memilih bahan-bahan yang halal dan memastikan proses produksi sesuai dengan prinsip syariah. Ini tidak hanya menciptakan produk yang berkualitas tinggi tetapi juga membangun hubungan yang kokoh dengan pelanggan yang merasa yakin dengan integritas dan amanah bisnis mereka.

Karyawan dan pelanggan Mr. One Cabang Tuasan memberikan tanggapan positif terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional mereka. Karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Mereka merasa bangga bekerja di tempat yang mengutamakan prinsip-prinsip Islam, yang memberi mereka kesempatan untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi komunitas. Pelanggan merespons positif terhadap pelayanan yang ramah, transparan, dan berdasarkan nilai-nilai Islam. Mereka merasa nyaman dan percaya pada kejujuran serta amanah yang diterapkan oleh Mr. One Cabang Tuasan. Penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen UMKM ini bukan hanya memperkuat merek mereka tetapi juga membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan berkelanjutan dalam pasar yang kompetitif.

### **Analisis Efektivitas Penerapan Nilai-nilai Islam**

Penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah telah membuktikan keefektifannya dalam meningkatkan kinerja dan reputasi Mr. One Cabang Tuasan. Dalam berbagai aspek operasionalnya, UMKM ini secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip ini, yang berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan mereka di pasar lokal. Kejujuran menjadi pijakan utama dalam interaksi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Mr. One Cabang Tuasan selalu berusaha untuk transparan dalam setiap transaksi, memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, dan membangun kepercayaan yang kuat. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan tetapi juga menciptakan hubungan yang berkelanjutan. Keadilan tercermin dalam perlakuan yang adil terhadap karyawan dan pelanggan. Dengan memberikan kondisi kerja yang baik dan memperlakukan semua orang dengan adil, UMKM ini memastikan bahwa karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik. Hal ini juga berdampak positif terhadap loyalitas karyawan dan tingkat retensi yang tinggi. Amanah dijaga dengan menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan. Mr. One Cabang Tuasan memilih bahan-bahan yang halal dan memastikan bahwa semua proses produksi sesuai dengan prinsip syariah. Ini tidak hanya memastikan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat reputasi mereka sebagai penyedia minuman yang berkualitas dan dapat dipercaya. Penerapan nilai-nilai Islam juga mempengaruhi motivasi karyawan secara positif. Karyawan merasa bangga bekerja di tempat yang menghargai prinsip-prinsip keislaman, yang memberi mereka dorongan tambahan untuk bekerja dengan integritas dan dedikasi. Ini berdampak langsung pada peningkatan kinerja dan efisiensi operasional, karena karyawan merasa terlibat dan memiliki komitmen yang tinggi terhadap tujuan perusahaan. Secara keseluruhan, efektivitas penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen Mr. One Cabang Tuasan dapat dilihat dari peningkatan kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan yang tinggi, dan motivasi karyawan yang meningkat. Ini juga membantu memperkuat reputasi positif mereka di komunitas lokal sebagai UMKM yang tidak hanya sukses secara bisnis tetapi juga berkomitmen pada nilai-nilai moral dan etika Islam. Dengan terus menjaga konsistensi dalam penerapan nilai-nilai ini, Mr. One Cabang Tuasan dapat terus berkembang dan berkontribusi positif terhadap ekonomi dan sosial di sekitar mereka.



### **Implikasi Teoritis dan Praktis**

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan baik secara teoritis maupun praktis dalam konteks penerapan nilai-nilai manajemen Islam dalam bisnis UMKM, khususnya pada kasus Mr. One Cabang Tuasan. Dari segi teoritis, penelitian ini memperkaya literatur dengan memaparkan bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah dapat diintegrasikan ke dalam praktik manajemen sehari-hari untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penerapan nilai kejujuran di Mr. One Cabang Tuasan, misalnya, tercermin dalam transparansi mereka dalam setiap interaksi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Ini tidak hanya membangun kepercayaan yang kuat tetapi juga menghasilkan loyalitas pelanggan yang tinggi. Nilai keadilan diwujudkan dalam perlakuan adil terhadap karyawan dan pelanggan, yang menciptakan lingkungan kerja yang positif dan motivasi yang tinggi di antara karyawan. Amanah dijaga dengan menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan, yang mengukuhkan reputasi Mr. One Cabang Tuasan sebagai penyedia minuman yang dapat dipercaya dan berkualitas.

Dari segi praktis, temuan ini dapat menjadi panduan berharga bagi pelaku UMKM lainnya untuk mengadopsi praktik-praktik terbaik yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Prinsip-prinsip ini tidak hanya memperkuat fondasi etika bisnis mereka tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Dengan menerapkan nilai-nilai Islam, UMKM dapat membangun hubungan yang lebih harmonis dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan motivasi serta kinerja karyawan.

Secara praktis, implementasi nilai-nilai Islam dalam manajemen UMKM juga dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat reputasi positif di komunitas lokal. Hal ini sejalan dengan aspirasi Mr. One Cabang Tuasan untuk tidak hanya menjadi pemimpin pasar dalam industri minuman, tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif bagi ekonomi dan sosial di daerah mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti konkret bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen UMKM seperti Mr. One Cabang Tuasan memiliki implikasi yang luas, baik secara teoritis maupun praktis. Temuan ini dapat menginspirasi UMKM lainnya untuk mengintegrasikan nilai-nilai ini ke dalam praktik bisnis mereka, sehingga memberikan dampak positif yang signifikan dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan beretika.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen dan operasional UMKM Produk Minuman Mr. One Cabang Tuasan telah membawa dampak positif secara signifikan. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan syariah tidak hanya mendukung keberhasilan operasional harian, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif Mr. One Cabang Tuasan di pasar lokal. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan bisnis modern dan memberikan solusi yang berkelanjutan bagi pengusaha UMKM di Indonesia.

### **Daftar Pustaka**

- Anisah Salsabila Nasution, Devi Nadya Hasibuan, Windi Mayani Dalimunthe, & Purnama Ramadani Silalahi. (2022). Peningkatan Kinerja Industri Makanan dan Minuman Melalui Transformasi Digital di Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 165–176.
- Aulia, P. (2019). Strategi nasional pengembangan industri halal indonesia. 282.



- Ayyubi, S. El, & Anggraini, S. A. (2019). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor. *Journal of Business & Banking*, 6(2).
- Azizah, N. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK THAI TEA (STUDI KASUS PADA ZAMZAMTIME PURWOKERTO). 3(2), 6.
- Chairunnisa, S., Islam, E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Sumatera, N. (2022). MINUMAN KEKINIAN ES-MOSI ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN KEKINIAN ES-MOSI.
- Efendi, N., Hulaify, A., & Zakiyah. (2020). Manajemen Strategi Syariah Umkm Dalam Menghadapi Wabah Virus Corona (Studi Kasus Di Kecamatan Cempaka Banjarbaru). *Universitas Islam Kalimantan*, 1(1), 1–10.
- Faizah, F. N. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Umkm Mekar Abadi Kabupaten Grobogan. UIN Walisongo Semarang, 112411103, Bandung: Alfabeta. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3575>
- Novita. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman The Chocolate Jl Garuda Sakti Kota Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid 19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- Zainarti Dra. Zainarti, M. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami.