ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX (4P) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA DALAM PRESFEKTIF BISNIS SYARIAH (STUDI KASUS USAHA TAS KAMPIA DI JORONG BANIO BARIRIK, NAGARI PAGADIH, KECAMATAN PALUPUH, KABUPATEN AGAM)

Maulida Husni[1], Novera Martilova [2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi*
E-mail : maulidahusni65@gmail.com[1], noveramartilova@gmail.com[3]

ABSTRACT

The strategy for increasing revenue of the TAS KAMPIA business using the 4P Marketing Mix method, namely Product, Place, Price, and Promotion. The research method used in this study is a descriptive qualitative research method. The type of data used is primary and secondary data. The data collection methods used are interviews, observation, and documentation. This research was conducted to analyze the strategy for increasing business revenue using the 4P marketing mix model at the TAS KAMPIA business in Jorong Banio Baririk in marketing and the obstacles faced. This research also discusses the application of the marketing mix of the bag business from a Sharia business perspective.This research is a type of qualitative research using data collection techniques, namely observation and interviews to obtain data related to knowledge about what marketing mix strategies are used to increase sales volume. The results of this research are: In developing the kampia bag business and being able to utilize all opportunities to minimize the weaknesses of the kampia bag business, the strategies are as follows:Improve the quality of bag products with various types of bags so that they can compete in the market,Increase promotion on social media so that consumers know about the kampia bag business, Increase introduction to the local community, Clarify the address or location using Google Maps.

Keywords : *Marketing Mix Revenue Increase Strategy, Kampia Bag Business*

ABSTRAK

Strategi peningkatan pendapatan suatu usaha TAS KAMPIA dalam menggunakan metode Marketing Mix 4P, yaitu Product, Place, Place dan Promotion. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah menggunakan data primer dan sekunder. Pada pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi peningkatan pendapatan usaha dengan menngunakan model marketing mix 4P pada usaha TAS KAMPIA di jorong banio baririk dalam pemasaran dan kendala yang dihadapi. Penelitian ini juga membahas tentang penerapan marketing mix usaha tas dalam perspektif bisnis syariah Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara untuk mendapatkan data terkait pengetahuan tentang strategi marketing mix apa yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan, Hasil penelitian ini yaitu Dalam mengembangkan usaha tas kampia dan dapat memanfaat kan seluruh peluang untuk meminimalkan kelemahan usaha tas kampia, strateginya sebagai berikut : Meningkatkan kualitas barang atau produk tas dengan berbagai macam tas sehingga dapat bersaing di pasar, Meningkatkan promosi pada sosial media supaya konsumen mengetahui usaha tas kampia ini, Memperbanyak pengenalan pada Masyarakat sekitar, Memperjelas alamat atau tempat dengan menggunakan *google maps.*

Kata Kunci : *Strategi Peningkatan Pendapatan Marketing Mix, Usaha Tas Kampia*

PENDAHULUAN

Penjualan merupakan kegiatan penting akan dijalani oleh seseorang wirausahawan atau entrepreneur supaya siap bertahan, bertumbuh serta mendapatkan profit. Spesialnya di pabrik otomotif akan persaingannya amat kencang. Industri wajib mempunyai tujuan bidang usaha akan nyata. Kesuksesan ataupun kekalahan bidang usaha seseorang wirausahawan tergantung atas keterampilannya intens penjualan, penciptaan, serta finansial. Tidak hanya itu, perihal ini tergantung atas keahlian wiraswasta buat menggabungkan fungsi- fungsi ini buat membenarkan kelancaran pembedahan bidang usaha. Seluruh karyawan industri berfungsi dan buat mengembankan industri atas marketing selaku akhir cengkal atas Industri itu, alhasil dibutuhkan strategi penjualan akan bagus.

Sebutan marketing mix dipakai intens strategi penjualan. Marketing mix ialah strategi akan dipakai oleh wiraswasta buat efeki pelanggan. Perihal ini menginginkan pemograman serta pengawasan akan teliti serta membutuhkan 4P: Product, Promotion, Place, Price. Aspek marketing mix ialah elastis akan diharapkan dapat tingkatkan pemasaran, atau atas tutur lain elastis itu efeki perkembangan pemasaran produk. Kenaikan pemasaran hendak memefeki atas kemajuan industri, dan membenarkan bidang usaha akan telah mapan senantiasa bertumbuh dan bertahan. Sesuatu bidang usaha disiapng sanggup bertahan dan bertumbuh siap penanda pemasaran awal mulanya normal, atau siap pemasaran bertambah atas cara tidak berubah- ubah.

Memastikan strategi penjualan ialah metode akan pas sebab kunci keberhasilan atas suatu bidang usaha. Perihal terutama intens memastikan strategi bauran penjualan yakni atas memakai 4P buat mengenali sasaran pasar atas nyata serta pas. Dan siap menguasai kompetisi pasar, mengidentifikasi situasi pasar, serta melegakan keinginan klien ialah sesuatu usaha buat menang intens kompetisi, strategi penjualan sesuatu industri tidak terpisahkan atas bauran penjualan 4P sebab strategi penjualan dipakai buat menggapai tujuan industri ataupun bidang usaha.

Strategi penjualan merupakan pemograman dini aktivitas penjualan atas tujuan tingkatkan atensi energi beli pelanggan atas metode menawarkan produk atas cara bagus, ramah, serta santun keatas pelanggan. Bauran penjualan memiliki kedudukan berarti buat efeki ketetapan pelanggan intens membeli benda akan ditawarkan, oleh sebab itu bauran strategi bauran penjualan ialah tata cara akan hendak memastikan tingkatan kesuksesan pemasara. Penjualan 4P mencakup determinasi strategi produk(product) ialah produk akan ditawarkan atas pelanggan buat penuhi keinginan serta melegakan kemauan. Harga(price) ialah poin atas sesuatu benda, harga ialah sesuatu dedikasi akan dikeluarkan pelanggan buat mendapatkan benda ataupun pelayanan atas tujuan penuhi keinginan serta kemauan. Posisi(place) ialah determinasi Posisi serta penyaluran, penyaluran merupakan perselah cara pembuatan produk atas produsen ke pelanggan akhir, akan ialah kedudukan berarti intens penjualan. Advertensi(promotion) ialah kominkasi akan bermaksud memeberikan uraian serta menyakinkan pelanggan mengenai produk akan ditawarkan, cara advertensi siap dicoba atas memakai metode periklanan serta daya pemasaran Strategi penjualan merupakan aktivitas menjual sesuatu produk ataupun pelayanan, atas memakai metode penjualan akan relevan serta pola konsep khusus buat tingkatkan daya muat pemasaran. Berartinya strategi penjualan intens industri ataupun bidang usaha sebab memastikan poin ekonomi sesuatu industri ataupun bidang usaha, bagus harga benda ataupun pelayanan. Tiap pelakon bidang usaha menguasai kalau strategi penjualan amatlah berarti sebab buat memastikan poin ekonomi upaya

lewat harga benda serta pelayanan. Strategi penjualan akan dipakai oleh pelakon bidang usaha atas cara berkelanjutan buat mengoptimalkan kompetisi pasar intens waktu jauh. Kesuksesan strategi penjualan sesuatu bidang usaha merupakan kebahagiaan klien sudah berhasil, hingga strategi penjualan sesuatu bidang usaha siap sukses.

Tas kampia ialah salah satu produk kerajinan tangan akan mempunyai kemampuan besar buat dibesarkan serta dipromosikan. Tetapi, ada sebuatan kasus akan dialami intens pengembangan tas kampia, semacam keterbatasan wawasan serta keahlian intens pembuatan tas kampia akan bagus serta betul, minimnya advertensi serta penjualan akan efisien, dan ketergantungan atas materi natural akan siap efeki penciptaan serta ketersediaan tas.

METODE

Riset ini memakai tata cara riset deskriptif kualitatif. Tata cara kualitatif ialah informasi akan didapat hendak dipaparkan intens wujud kualitatif atau penjelasan. Tujuan riset kualitatif merupakan buat mendapatkan pengetahuan mengenai poin khusus. Tata cara kualitatif hendak menciptakan informasi berbentuk deskriptif atas perkataan ataupun catatan serta sikap subjek itu sendiri. Penelitain kualitatif lebih menekankan atas informasi akan berupa tutur ataupun lukisan serta tidak menekankan atas poin.

Riset ini dicoba di tempat upaya tas kampia di jorong banio baririk, nagari pagadih, kecamatan palupuh, kabupaten agam, provinsi Sumatra barat. pemantauan serta tanya jawab akan dicoba merupakan ppoinl hasil akan dikenal intens riset ini, buat mengakulasi data mengenai upaya tas kampia, data akan dikumpulakan akan dicoba lewat pemantauan serta tanya jawab langsung atas Posisi riset. tidak hanya itu tanya jawab akan dicoba buat mengajukan persoalan atas owner upaya selaku responden atas riset ini.

Metode analisa informasi dipakai buat sesuatu cara menyikapi informasi, meyusunnya, memilah serta mencernanya ke intens satu lapisan akan analitis serta berarti. Siap data- data diumpamakan selaku gundukan data serta kenyataan akan berantakan, hingga cara menata informasi, mencernanya ke intens sesuatu pola ataupun bentuk akan lebih tertib gampang difahami serta dimaknai ialah analisa informasi. Tercantum pula menarpoinn informasi, menyamakan, membuatkan isyarat atau merek, serta mangulas atas teori- teori serta konsep- konsep objektif akan lain, memaknakan serta menafsirkan informasi buat membuatkan maksud ataupun pengertian-pengertian akan siap dimengerti pula lazim selaku analisa informasi. tata cara analisi informasi akan dipakai intens riset merupakan pengurangan informasi, penyajian informasi, serta pencabutan Kesimpulan.

Awal pengurangan informasi berati merangkum, memilah keadaan akan utama, mementingkan atas keadaan akan berarti, dicari tema serta polanya serta membuang akan tidak butuh. Tujuan pengurangan informasi ini merupakan buat mempermudah informasi akan didapat sepanjang pengajian informasi dilapangan. kedua penyajian informasi Buat Milles serta Hubermen, penyajian informasi merupakan sekumpulan data akan tertata akan berikan profit terdapatnya pencabutan kesimpulan, penyajian informasi dicoba buat siap memandang cerminan totalitas ataupun buatan- buatan khusus. atas cerminan totalitas. ketiga Kesimpulan ataupun konfirmasi merupakan lpoinh akhir intens cara analisa informasi. Aktivitas ini dimaksudkan buat mencari arti informasi akan digabungkan atas mencari ikatan, pertemuan ataupun perbandingan.

Pencabutan kesimpulan dapat dicoba atas jalur menyamakan kesesuaian statment atas subyek riset atas arti akan tercantum atas rancangan rancangan bawah intens penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Posisi riset ialah Jorong Banio Baririk amat akrab kaitannya atas Nagari Pagadih, Kecamatan Palupuah, Kabupaten Agam, diketahui sebab lokasinya akan terasing serta sempat jadi saksi asal usul peperangan kebebasan Indonesia, tempat perlindungan pejuang, apalagi rumah mampir Syafruddin Prawiranegara di era PDRI, menjadikannya area banyak hendak kemampuan asal usul serta alam akan edukatif. Terdapat di wilayah perbukitan, Banio Baririk kerap terefek musibah alam semacam gugur akan memutuskan akses, tetapi pula menaruh web asal usul berarti semacam rumah mampir PDRI serta terowongan tempat perlindungan, dan mempunyai kemampuan darmawisata alam serta asal usul akan penting.

Nagari Pagadih, tercantum Banio Baririk, sempat jadi buatan berarti intens asal usul PDRI(Rezim Gawat Republik Indonesia) tahun 1948, di mana Syafruddin Prawiranegara mempunyai rumah mampir serta mengecap duit kertas di situ, menjadikannya posisi memiliki akan mempunyai poin bimbingan besar. Terowongan Bukik Ngalau di Pagadih pula dipakai selaku tempat perlindungan pejuang atas serbuan Belanda. Rumah berumur tempat Syafruddin Prawiranegara sempat bermukim sedang terdapat, jadi pengingat asal usul walaupun intens situasi memprihatinkan. Jorong Banio Baririk merupakan buatan atas Nagari Pagadih, suatu nagari(dusun adat) di Kecamatan Palupuah, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Area ini terletak di tengah perbukitan atas keelokan alam khas Minpoinbau.

Hasil tanya jawab atas data owner upaya tas Kampia di jorong banio baririk, nagari pagadih, kecamatan palupuh, kabupaten agama hal“ Analisa Strategi Marketing Mix(4p) Intens Tingkatkan Pemasukan Upaya Intens Presfektif Bidang usaha Syariah(riset permasalahan Upaya Tas Kampia di jorong banio baririk nagari pagadih kecamatan palupuh)”. intens perihal ini strategi akan dipakai intens bagan tingkatkan pemasukan atas upaya tas Kampia memakai modal marketing mix(4P).

“ metode marketing mix 4P, ialah produk, harga, tempat serta advertensi. Metode marketing mix 4P itu produk, harga, tempat serta advertensi, ialah.

1. Produk (Product)

Produk merupakan inti atas bauran penjualan. ini melingkupi seluruh suatu akan ditawarkan Industri atas pasar buat penuhi keinginan ataupun kemauan. produk siap berbentuk benda raga ataupun layanan. Strategi produk melingkupi pengembangan, konsep, mutu, fitur, serta merk.

Inovasi produk akan dihasilakan atas upaya tas Kampia merupakan tas Kampia akan di rajut. tas ini bermacam berbagai wujud produknya. atas hasil tanya jawab akan dicoba penelisian akan dicoba pengarang menciptakan startegproduk akan dipakai upaya tas Kampia ini ialah atas metode melindungi mutu produknya akan bagus. jadi, intens produk akan kita tawarkan atas pelanggan ialah cocok atas keinginan pelanggan.

Tidak hanya itu intens kita menjaga keunggulaan produk akan dipunyai, serta melaksanakan inovasi di bermacam wujud rajutan semacam.

a. Tas kampia jabak

Wujud akan lebih besar, sesuai buat membawak benda intens jumlah akan lebih banyak ataupun dimensi akan lebih besar.

b. Tas kampia kambuik 6 segi

Tas akan mempunyai bentu heksogan akan istimewa atas dimensi akan lebih kecil, kerap dipakai buat memakai benda kecil.

c. Tas kampia serut

Tas corak rajutan kotak- kotak bercorak warni, berpangkal atas tanya jawab upaya ini menawarkan berbuata berbagai wujud tas akan di rajut. jadi, tas akan mereka tawarkan mempunyai karakteristik tertentu sebab di buat langsung oleh pemiliknya.

2. Harga (Price)

Harga merupakan buatan berarti akan memastikan poin akan hendak diperoleh oleh industri atas pelanggan. Strategi harga melingkupi penentuan harga akan bersaing, kebijaksanaan korting, serta konsep pembayaran akan menarik. Harga pula efeki anggapan pelanggan keatas mutu serta posisi produk di pasar. Oleh sebab itu, penentuan harga wajib dicocokkan atas target pasar, posisi produk, dan tujuan profit perusahaan

Strategi intens memutuskan harga atas upaya tas Kampia cuma membiasakan atas kondisi ekonomi Warga dekat atas harga produk upaya tas kampia ialah Rp. 15. 000 s atau d Rp. 30. 000 ini pula tercantum harga produk akan bersaing buat klien serta lebih ekonomis atas tas kampia akan lain karna langsung atas pabriknya berlainan atas akan terdapat ditoko gerai.

Atas hasil tanya jawab akan dicoba menciptakan strategi akan dipakai Upaya tas kampia ialah, harga akan ditawarkan atas klien, ialah cocok atas mutu atas produk dan harga atas menu amat memefeki keatas ketetapan klien buat konsumen. Buat memastikan hasil riset cocok filosofi hingga pengarang melaksanakan tanya jawab keatas pengelola upaya ialah emak maryati akan melaporkan:

3. Tempat (place)

Place(penyaluran) merujuk atas gimana produk itu ada buat pelanggan. Ini melingkupi saluran penyaluran, posisi pemasaran, peralatan, serta pengurusan kaitan cadangan. Tujuannya merupakan membenarkan produk ada di tempat akan pas, atas durasi akan pas, serta intens jumlah akan pas. Ketetapan penyaluran siap efeki capaian pasar serta kecekatan produk menggapai pelanggan.

Strategi akan dicoba atas biar banyak pelanggan akan mengenali tempat atas memuat tujuan atas google maps alhasil gampang buat pelanggan buat menemuka tempat upaya tas kampia ini atas metode lumayan memandang internet akan diadakan google maps, ialah hal posisi upaya tas kampia terdapat atas tempatnya akan terletak di peintensa namun banyak dikenal oleh banyak orang luar daerah itu namun banyak meranik klien buat tiba disebabkan google maps, sosial alat ataupun atas mulut ke mulut pelanggan. upaya tas Kampia ini terlerak di jorong banio baririk, nagari pagadih, kecamatam palupuh, kabupaten agam.

4. Advertensi (Promation)

Advertensi merupakan metode industri berbicara dngan sasaran pasar buat tingkatkan pemahaman, atensi, serta kemauan pelanggan keatas produk. Strategi advertensi melingkupi periklanan, advertensi pemasaran, ikatan warga serta pemasaran langsung. Advertensi akan efisien

siap menguatkan pandangan mereka, tingkatkan pemasaran, serta membuat ikatan waktu jauh atas klien.

Pengelola upaya, pula melaksanakan strategi advertensi atas menarik klien atasn memakai alat sosial semacam Instagram, facebook, serta akan lain, ilustrasinya semacam memosting gambar tas Kampia di alat sosial. kemudia advertensi atas metode berasosiasi atas event dunia semacam kegiatan alam pagadih baralek gadang akan di jalani di nagari pagadih tiap tahunya atas sumarah 1 muhaaram. serta kita pula membuat pembukuan spayaa kita siap mengenali pemasukan kita sepanjang satu tahun Buat meyakinkannya,.

Atas buat bertambah siap disimpulkan kalau guna advertensi diusaha tas kampia butuh ditingkatkan lewat aplikasi sistem sosial alat akan lebih tertata semacam, melingkupi perilkanan, advertensi pemasaran, semacam di Instagram, facebook, serta lainya, alhasil advertensi akan efisien siap menguatkan pandangan mereka serta tingkatkan pemasaran serta membuat ikatan waktu Jauh atas klien.

Hambatan atas upaya tas kampia. Atas produk upaya tas kampi merupakan tidak terdapatnya melaksanakan inovasi atas wujud atas cara teratur sementara itu ini amat berarti sebab siap menarik atensi klien terkini serta menjaga klien. Atas terdapatnya macam- macam wujud tas akan terkini serta menarik, Tas Kampia siap menghasilkan pengalaman akan lebih menarik buat para wisatawan. Namun, disebabkan tidak terdapatnya melaksanakan inovasi atas wujud, para wisatawan tidak marak saat ini ini atas atas lebih dahulu. Siap tidak terdapatnya pembaruan, klien siap jadi merasa tidak terpikat serta berpindah ke tempat lain akan menawarkan opsi akan lebih menarik.

Hingga jalan keluarnya owner upaya wajib membuat wujud tas bentuk terkini biar pelanggan tidak jenuh atas modelan tas akan serupa atas lebih dahulu serta siap melegakan pelangaan atas tas- tas modelan terkini.

Kendalanya Atas penentuan harga tas kampia ialah siap membiasakan atas kondisi ekonomi Warga, atas Memastikan harga akan bersaing namun profitabel, tetapi Siap harga sangat besar, klien dapat berpindah ke kompetitor, tetapi siap harga tas sangat kecil profit akan diperoleh pula kecil. Pemecahan akan siap diaplikasikan atas harga upaya tas kampia ialah atas membiasakan harga atas ekonomi warga disekitar serta pelanggan atas luar, namu pula tidak membuat owner upaya cedera, atas mencari materi dasar akan lbih terjpoinu ataupun Tingkatan kemampuan intens pengurusan materi dasar buat kurangi bayaran penciptaan, atas melaksanakan pembelian materi dasar atas cara megah ataupun bertugas serupa atas orang tani lokal atas harga akan lebih bagus, alhasil tidak membebankan klien serta hendak tiba Balik serta tidak berpidah ke kompetitor.

Hambatan atas Tempat upaya tas kampia ialah, karna tempat akan kecil serta terletak dirumah saja serta pula tempat produksinya juga cuma dicoba dirumah, pula terletak di perkampungan ataupun banat akan dikelilingi perbukittan serta jauh atas perkotaan, namun meski cuma dirumah, pelanggan luar telah mengerti tempat ataupun rumah produksinya, rumah pembuatan tas kampia juga amat aman serta pula adem sebab terletak di wilayah perkampungan. Pemecahan akan siap di lakukan paada upaya tas kampia ialah mencaantum ataupun memasukkan kan upaya tas kampia atas google maps atas memakai internet alhasil para pelanggan atas luar hendak lebih gampang menciptakan tujuan ataupun tempat penciptaan tas kampia atas memandang lewat google maps.

Atas advertensi akan dicoba oleh upaya tas kampia itu belum efisien, disebabkan terkendala atas jaringan akan amat sulit serta susah buat melaksanakan advertensi lewat alat sosial, hingga Siap advertensi tidak lumayan efisien, hingga produk akan ditawarkan siap jadi tidak cocok atas sasaran pasar akan di idamkan. Perihal ini siap menyebabkan rendahnya pemasaran serta sulitnya menggapai sasaran pemasukan upaya. Pemecahan atas akan siap diterapkana atas advertensi tas kampia ialah lebih memperhatian ataupun tingkatkan metode advertensi atas alat sosial biar lebih efisien serta menarik atas metode memosting gambar, promosi tas kampia di medsos semacam Instagram, facebook, tiktok serta lainya, sehinggan pelanggan terpikat atas tas kampia akan dijual, serta pula siap menarik klien buat tiba Kembali.

KESIMPULAN

Berpangkal atas hasil riset serta ulasan hal strategi marketing mix(4p) intens tingkatkan pemasukan upaya intens presfektif bidang usaha syariah(riset permasalahan upaya tas kampia di jorong banio baririk, nagari pagadih, kecamatan palupuh, kabupaten agam). mempraktikkan sebuatan strategi buat kenaikan pemasukan ialah atas meluaskan tempat penciptaan upaya tas kampia, aplikasi strategi harga akan terjpoinu, pengembangan bentuk- bentu tas kampia atas cara berangsur- angsur, serta aplikasi strategi advertensi lewat sosial alat semacam Instagram, facebook, serta bermacam medsos lainya. atas keempat strategi akan dicoba, advertensi akan dicoba lewat alat sosial ialah strategi akan sangat berkuasa intens tingkatkan pemasukan upaya. alhasil siap tingkatkan jumlah pelanggan atas cara langsung berefek atas kenaikan pemasukan atas upaya tas kampia ini, strategi lainya berfungsi selaku pendukung intens menarik atensi pelanggan, tetapi pelibatan advertensi berikan khasiat buat owner upaya.

Walaupun begitu intens tingkatkan pemasukan upaya tas kampia mengalami sebuatan hambatan, paling utama atas atas produk akan mana pelanggan jenuh atas bentuk- bentuk ataupun bentuk tas itu itu saja. buat menanggulangi hambatan itu, jalan keluarnya akan siap dicoba merupakan upaya tas kampia wajib membuat wujud tas bentuk terkini biar pelanggan tidak jenuh atas modelan tas akan serupa atas lebih dahulu serta siap melegakan pelangaan atas tas- tas modelan terkini. tidak hanya itu owner upaya pula wajib melakuak koreksi keatas hambatan harga, hambatan tempat serta hambatan advertensi supaya lebih tertata, atas usaha itu, serta tingkatkan mutu abdi, dan mensupport keberlanjutan upaya serta kenaikan pemasukan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Harjadi, Dikdik dan Lili Karmelia Fitriani. 2024. *Marketing (Teori Dan Konsep)*. (Jawa Barat:PT Arr Rad Pratama).

Septiyaningsih,Lili. dkk. 2024. *strategi pemasaran tas luruik bagri craft menggunakan bauran 4P(product,price,place,promotion)*. jurnal ekonomi manajemen dan akuntansi. 2(4).

Fatmawati. dkk. 2014. *analisis factor-faktor akan memefeki pendapatan pedagang kakilima dipasar raya atasng.*