



STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI PADA PEDAGANG ANGKRINGAN DI KOTA JEMBER

Eka Putri Qomaria ^a, Dina Mardiana ^b

^aIlmu sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi, ekaptr2110@gmail.com, Universitas Jember

^bIlmu sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi, dm657014@gmail.com, Universitas Jember

ABSTRAK

After going through a long stage of progress, the economic aspect in conclusion has come to the degree of innovative economy. A situation where various business opportunities are wide open and creativity is a determining aspect of the development of this economic zone. This paper examines developments and innovative economic development strategies through culinary endeavors raised by angkringan traders in Jember City. This research uses a descriptive qualitative research approach, namely with the meaning of understanding events about what is felt by research subjects such as actions, attitudes, assumptions and others. Research results prove that the development of this angkringan business is driven by the will of the authorities and local residents to create an activity square. In its development, the culinary efforts of these angkringan traders experienced an increase, resulting in an important impact on economic development and family safety. Some of the business actors who have been in the culinary business for a long time already have a large income, which affects their social life. Even so, this effort has faced setbacks, as a result affecting the economic situation of the families of the traders.

Keywords: Economy, Trader, Angkringan

1. PENDAHULUAN

Angkringan ialah bentuk gerai makan simpel yang memakai suatu wagon sorong serta memakai terpal plastic selaku penutup atapnya. Ada pula makanan-makanan yang di jual oleh orang dagang angkringan merupakan santapan simpel semacam nasi kucing (nasi skala kecil), berbagai macam gorengan, baceman, sate usus, sate telur paku, sate kijang, ati ampela, kikir, tempe goreng, ketahu goreng serta lain serupanya. Tidak hanya santapan angkringan pula sediakan bermacam minuman semacam wedang teh, wedang kopi, wedang sitrus, wedang jahe, susu jahe serta kopi joss. Selaku bentuk perdagangan santapan yang buka dalam malam hari

mulai sesudah maghrib sampai tengah malam angkringan senantiasa jadi opsi pengganti masyarakat buat menjadikannya selaku tempat mengkonsumsi, dengan tempat makan yang simpel serta aman angkringan pula bisa jadi opsi darmawisata kuliner ataupun jadi misi tempat nangkring serta terkumpul buat bersantai ataupun rumpi bersama sahabat apalagi keluarga. Angkringan pula ditatap selaku tempat makan yang tidak melainkan status social, kaum ataupun agama, alhasil angkringan pula diucap selaku tempat pemersatu bangsa alibi inilah yang membuat banyak orang memilah buat makan serta bersantai disini (Zenita Afifah Fitriyani, 2021).

Ada pula energi raih dari suatu angkringan tidak hanya menjual santapan serta minuman dengan harga yang ekonomis merupakan atmosfer simpel yang ditawarkan sebab tempatnya ada di tepi jalur. Dalam biasanya karakter yang muncul dari upaya angkringan ialah terdapat dalam suatu wagon sorong yang dipakai selaku perlengkapan buat menjual dagangannya serta di sekelilingnya pula ada kursi kusen yang berdimensi besar buat membiasakan bersandar konsumen dengan meja wagon tempat makan (Sufyan Abdurrahman,

2015). Ada pula menu khas yang dijual merupakan nasi berbalut kecil seukuran genggam tangan yang diucap sego kucing, berbagai macam lauk yang diadakan pula beraneka ragam semacam telur paku, tempe bacem, ceke ayam, serta berbagai macam satesatean. Paket minuman yang diadakan umumnya teh, kopi, wedang citrus, wedang jahe. Andaikan terdapat minuman bonus umumnya yang berkarakter praktis.

Tetapi, dalam faktanya angkringan bukan cuma selaku tempat buat melepas haus serta lapar, angkringan pula ialah tempat terbentuknya interaksi social yang terjalin di antara para pengunjungnya. Para orang dagang angkringan dalam dasarnya mempunyai karakter yang nyaris serupa antara orang dagang angkringan yang lain, mulai dari santapan serta minuman yang dihidangkan sampai atmosfer yang bebas serta penuh kekeluargaan bagus orang dagang ataupun pembelinya, mayoritas tempat angkringan pula sediakan karpet buat lesehan untuk para pengunjungnya dimana perihal ini yang jadi karakteristik khas dari gerai angkringan konvensional (Neneh Sunarsih, 2018).

Angkringan sendiri diseleksi selaku tempat mengkonsumsi untuk mayoritas warga dikala ini sebab mempunyai karakteristik tertentu ialah: mulai dari tipe santapan serta minuman yang dijual sampai atmosfer yang dihidangkan di tempat angkringan yang diketahui hendak keakrabannya bagus dampingi wisatawan ataupun pedagangnya. Di kota Jember sendiri saat ini sudah banyak bermunculan angkringan-angkringan konvensional yang pula mulai banyak disukai oleh warga jember mulai dari susunan menengah kebawah hingga susunan menengah keatas. Spesialnya di selama Jalur Kalimantan, Kabupaten Jember telah terdapat 3 angkringan yang berlainan, ialah Angkringan 2 Ceret, Angkringan Keykhal serta Angkringan Larut. Ketiga angkringan itu bersama mempunyai jumlah pelanggan yang nyaris serupa banyaknya di tiap harinya, buat menaikkan energi saing pemasaran tiap-tiap owner angkringan itu bersama mempraktikkan bermacam berbagai inovasi pada strategi penjualannya mulai dari menggunakan alat social, menaikkan jumlah menu bagus santapan ataupun minuman, berikan sarana pada tiap kliennya, semacam: wifi, kartu game, serta sound music (Damar Purba Pamungkas, 2016).

Upaya angkringan konvensional pula tercantum selaku Upaya Mikro Kecil serta Menengah (UMKM), yang mana UMKM ialah zona berarti buat mensupport perekonomian nasional, sebab UMKM mempunyai peran penting pada menciptakan pembangunan dan mempunyai kedudukan pada meluaskan alun-alun kegiatan, menaikkan pemasukan warga, penyediaan produk serta pelayanan, dan bisa mendesak perkembangan ekonomi. Tetapi, dalam faktanya sebagian UMKM susah memaksimalkan kemajuan upaya yang diakibatkan sebab bermacam hambatan, serta akhirnya menimbulkan UMKM itu takluk bersaing dengan bidang usaha yang lain. Oleh sebab itu buat mensupport kemajuan sesuatu upaya wajib diiringi dengan terdapatnya pemakaian teknologi serta melaksanakan suatu inovasi supaya sesuatu upaya itu bisa bersaing dengan bidang usaha yang lain. Inovasi dalam sesuatu upaya berarti dicoba sebab terus menjadi banyaknya pabrik yang serupa sehingga terus menjadi besar pula kompetisi yang terjalin antara pelakon upaya itu. Buat itu seseorang usahawan wajib mempunyai keinginan buat melaksanakan inovasi, supaya usahanya bisa mempunyai energi saing (Rima Elya Dasuki, 2021).

Aspek yang memastikan terdapatnya energi saing, antara lain ialah terdapatnya ketersediaan modal, ketersediaan teknologi, ketersediaan data, serta ketersediaan input-input yang lain semacam tenaga, serta materi dasar. Ada pula aspek yang lain ialah kemampuan ataupun tingkatan pendidikan pekerja, kemampuan wiraswasta, manajemen yang bagus serta sistem kelompok yang cocok dengan keinginan bidang usaha. Energi saing pula tercipta sebab terdapatnya rancangan, kompetensi, serta koneksi. Pada area bidang usaha baru-baru ini, yang diiringi dengan maraknya pendatang terkini pada memahami pasar, owner upaya ataupun industri dituntut wajib sanggup menggunakan basis energi yang dipunyanya dengan melaksanakan terobosan yang lebih terkini supaya bisa lalu bersaing. Analisa SWOT jadi belahan berarti pada mengenali titik kelemahan dari kompetitor (Erly Juliyani, 2016).

Energi saing yang dipunyai sesuatu tubuh upaya bisa diamati dari gimana efektifitas yang terjalin. Terdapat bermacam pandangan yang jadi dorong ukur suatu efektifitas, antara lain merupakan hasil penciptaan, penjualan, pemasaran serta pengelolaan basis energi orang. Terdapatnya kelompok, golongan, serta orang amat mempengaruhi pada efektifitas tiap kelompok yang diiringi dengan pengepresan dalam pandangan orang, sarana, serta area (Fifi Franto, 2018). Gimana daya karyawan pada mengenali, menguasai serta melakukan tugasnya dengan cara pas ialah karakter pekerja yang mendukung efektifitas industri, ada pula kebijaksanaan praktek manajemen dirasa amat berarti untuk suatu tubuh upaya pada mempraktikkan fungsi-fungsi manajemen

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini saya lakukan tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu yang saya jadikan sebagai kajian dari penelitian saya, yang pertama penelitian yang dilakukan oleh Hery Prasetyo yang berjudul *Montrase ngopi anak muda didalam penelitian ini membahas bahwa Ngopi mampu menjadi sebagai sarana memperkuat keakraban dan ikatan sosial yang telah terjalin antara informan dengan rekan-rekannya. Ruang yang sengaja diciptakan privat bagi informan tersebut menjadi penting dalam memperkuat jalinan pertemanan yang telah dijalani bersama rekan-rekan. Dengan ngopi maka individu yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi maupun rendah dapat membaaur menjadi satu di warung kopi. Ngopi juga menjadi ruang yang mampu melepaskan kepenatan dari rutinitas sehari-hari. Desain beberapa warung kopi berkonsep outdoor di mana pengunjung bisa secara langsung merasakan udara malam, juga berpengaruh dalam proses melepaskan kepenatan. Terutama mereka yang sebelumnya selalu berada di ruang-ruang kelas tertutup. Ini pula yang semakin menambah daya tarik mahasiswa mengunjungi warung kopi, baik untuk berdiskusi maupun hanya sekadar ngopi.* (Dien Vidia Rosa dan Hery Prasetyo, 2022)

Dalam penelitian kedua ini yang dilakukan oleh Rosita Nurcahya yang berjudul *Implementation of the content marketing strategy by SMJ by mbok judus Banyuwangi to increase customer engagement* membahas implementasi strategi content marketing yang diterapkan oleh SMJ by Mbok Judes Banyuwangi melalui delapan tahapan content marketing yang meliputi: menentukan tujuan, pemetaan target pasar, peng gagasan dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi konten, perbaikan konten. dan Berdasarkan implementasi strategi content marketing yang telah dilakukan, SMJ by Mbok Judes Banyuwangi menghasilkan customer engagement melalui respons konsumen terhadap Content marketing dipetakan menjadi 3 dimensi di antaranya keterlibatan kognitif, afektif, dan perilaku. Keterlibatan kognitif berupa tingkat ketertarikan konsumen terhadap konten dan juga informasi yang dapat diserap terhadap konten. Keterlibatan afektif terbentuk berdasarkan dengan tingkat antusiasme konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap konten. keterlibatan perilaku terbentuk berdasarkan dengan perilaku pembagian konten dan perilaku mendukung konten. (Rosita dkk; 2023)

Dan dalam penelitian terdahulu yang ketiga yang dilakukan oleh Moh Adean (2015) yang berjudul *Pengaruh jumlah penduduk dan angka pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jember.* penelitian ini membahas tentang pertumbuhan ekonomi yang terjadi di kota jember Pertumbuhan ekonomi pada Kabupaten Jember pada tahun-tahun sebelumnya ditunjang oleh sektor primer khususnya sektor pertanian. Sektor pertanian sebagai sektor unggulan primer memegang peranan penting dalam perekonomian Kabupaten Jember. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat Kabupaten Jember yang berprofesi sebagai petani. Selain itu sektor pertanian juga menyebabkan terjadinya peningkatan pertumbuhan ekonomi pada setiap tahunnya. Seiring dengan berjalannya waktu, peningkatan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jember tidak lagi ditopang oleh sektor pertanian melainkan juga dari sektor lain. Prediksi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jember bahwa terjadi kenaikan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2013. Hal ini disebabkan karena tingkat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jember tahun 2012 cukup tinggi yaitu mencapai 7% bahkan melampaui pertumbuhan ekonomi nasional yaitu sebesar 6%. Peningkatan pertumbuhan ekonomi ini juga ditandai dengan meningkatnya peroduktivitas sektor perdagangan, hotel dan restoran.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan riset kualitatif deskriptif, ialah dengan arti buat menguasai kejadian mengenai apa yang dirasakan oleh subyek riset misalnya aksi, sikap, anggapan serta yang lain. Ada pula riset kualitatif deskriptif merupakan riset yang mendefinisikan selengkap insiden ataupun situasi yang terjalin dalam dikala riset dicoba. Tipe riset yang dipakai merupakan riset alun-alun (field research), ialah riset yang dicoba dengan metode turun langsung kelapangan buat mencermati serta menggali data dari basis terpaut. Tipe riset alun-alun pada riset ini dimaksudkan buat mengenali serta membagikan cerminan mengenai aplikasi inovasi buat menaikkan energi saing pemasaran berplatform angkringan konvensional di Kota Jember.

Pada penelitian ini menggunakan teori modernisasi Alex Inkeles dan Dvid H. Smith, didalam bukunya *Becoming Modern*, disebutkan ciri-ciri manusia modern, yang meliputi hal-hal, seperti keterbukaan terhadap pengalaman dan ide baru, berorientasi pada masa sekarang dan masa depan, mempunyai kesanggupan merencanakan, percaya bahwa manusia bisa menguasai alam dan bukan sebaliknya, dan sebagainya. Sebuah pembangunan merupakan menjadi standarisasikan moral untuk menilai maju mundurnya suatu negara dan

berbagai teori pembangunan dan persepsi kebijakan yang terkandung didalamnya merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku pembangunan agar mereka dapat mengambil peran aktif dalam proses pembangunan. Teori pembangunan adalah serangkaian teori yang digunakan sebagai acuan cara untuk membangun sebuah masyarakat. Ide pentingnya perhatian terhadap teori pembangunan muncul pada saat negara-negara maju bermaksud untuk mengubah kondisi masyarakat dunia ketiga yang baru merdeka. Pada perkembangannya, teori pembangunan mempunyai beragam pendekatan yang memberikan kritik satu dengan yang lain.

Oleh karena itu, Inkeles menyimpulkan bahwa modernisasi tidak akan mengakibatkan munculnya ketegangan psikologis dari manusia negara dunia ketiga. Dengan kata lain, manusia modern tidak akan menunjukkan gejala yang lebih besar daripada manusia tidak modern dari ketegangan atau penyakit psikologis lainnya yang mungkin dialami. Tujuan utama pembangunan ekonomi adalah memungkinkan setiap orang untuk mencapai suatu taraf hidup yang layak. Akan tetapi, tidak seorang pun kemajuan suatu negara atau bangsa harus diukur berdasarkan Penghasilan Nasional Kotor dan penghasilan perkapita. Pembangunan juga mencakup ide pendewasaan politik, seperti yang tampak dalam suatu proses pemerintahan yang stabil dan teratur berdasarkan keinginan yang dinyatakan rakyat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pedagang Angkringan di Kota Jember

Angkringan di Kota Yogyakarta berasal dari usaha menaklukkan kekurangan. Yang diawali dalam tahun 1950-an, seseorang pendatang bernama Mbah Pairo yang berawal dari Cawas, Klaten Jawa Tengah bawa serta memberitahukan Angkringan Konvensional di Kota Yogyakarta. Alibi Mbah Pairo tiba ke Kota Yogyakarta merupakan buat mengadu kodrat, sebab minimnya tanah produktif di daerahnya yang dapat digunakan selaku mata pencaharian paling utama dikala masa gersang. Meski angkringan amat terkenal di Kota Yogyakarta, tetapi sesungguhnya angkringan telah terdapat semenjak tahun 1930-an yang di mengadakan oleh Eyang Karso Dikromo dari Dusun Ngerangan, Klaten. Di Kota asalnya angkringan lebih diketahui selaku gerai HIK (Persembahan Eksklusif Desa), dalam dikala itu angkringan sedang memakai wagon pikul ialah suatu wagon kecil berdimensi lagi dibagian kiri serta kanan kemudian ada suatu kusen di belahan atasnya, alhasil pedagang angkringan dikala itu dapat dengan gampang berkelana bawa benda dagangannya. Dengan berjalannya durasi, dalam tahun 1980-an angkringan tidak lagi memakai wagon pikul selaku perlengkapan buat menjual dagangannya. Yang setelah itu berganti wujud jadi suatu wagon sorong dengan 2 cakra disampingnya, pancaroba jadi suatu wagon sorong dicoba supaya orang dagang dapat lebih banyak bawa benda dagangannya alhasil konsumen dapat lapang buat bersantap.

Menjamurnya upaya angkringan di Kabupaten Jember sendiri diakibatkan sebab banyaknya peminat dari angkringan. Terdapat banyak upaya bidang usaha angkringan di Kabupaten Jember semacam yang sudah periset jelaskan diatas, tetapi yang masuk patokan buat jadi poin riset merupakan angkringan yang berada di Jalur Kalimantan Kabupaten Jember. Sebab jalur itu merupakan jalur penting mengarah Universitas Jember serta posisinya yang ada di tengah kota, oleh sebab itu Jalur Kalimantan Kabupaten Jember dapat 70 dibilang selaku tempat yang penting serta cocok untuk upaya angkringan sebab kebanyakan wisatawan ataupun peminat dari angkringan merupakan mahasiswa serta anak belia. Tidak hanya itu upaya angkringan di Jalur Kalimantan Kabupaten Jember telah berjalan lumayan lama apalagi hingga dikala ini.

Energi saing amat berhubungan dengan rancangan kelebihan komparatif serta bersaing yang menyamakan kemampuan serta daya sesuatu tubuh upaya ataupun industri buat menyediakan serta menjual benda ataupun pelayanan pada pasar. Buat mempunyai energi saing owner upaya Angkringan yang berada di Jalur Kota Jember mempraktikkan cara berbentuk 4P serta 1S pada kegiatan usahanya, ialah: product, price, place, promotion, serta ditambah dengan service

a. Produk (product)

Pelakon upaya angkringan di Kota Jember sediakan produk berbentuk santapan serta minuman yang jadi suatu menu dalam usahanya. Semacam sediakan menu bersumber pada dari banyaknya atensi pelanggan kepada menu itu, menu yang jadi karakteristik khas dari suatu angkringan namun pula lebih berhati-hati pada memilah menu. Tetapi terdapat pula yang mengenakan rancangan menu yang lebih modern. Produk merupakan benda yang dibuat buat penuhi keinginan terpaut dengan pasar yang dituju, alhasil produk itu sanggup menarik atensi pelanggan buat melaksanakan pembelian kepada produk itu. Pada perihal ini produk

dapat berbentuk ataupun tidak berbentuk sebab dapat pada wujud benda ataupun pelayanan, buat itu tipe produk yang terbuat haruslah cocok dengan pasar target kita (Khomsahrial Romli, 2017). Berarti untuk industri pada menciptakan suatu produk, sebab tipe produk yang terbuat hendak mempengaruhi kepada aktivitas penjualan yang lain. Perihal berarti yang lain yang pula butuh dicermati pada menciptakan suatu produk merupakan berburu karakteristik dari produk itu, sebab produk yang mempunyai karakteristik dibandingkan produk semacam yang lain hendak menaikkan energi saing dari produk itu. Ada pula dalam dasarnya pelanggan bukan cuma membeli wujud raga dari sesuatu produk namun pula guna serta angka dari sesuatu produk.

b. Harga (price)

Pada memastikan harga sesuatu produk (menu yang diadakan) pelakon upaya angkringan di Kota Jember melaksanakannya dengan sebagian estimasi. Angkringan terdapat yang memastikan harga bersumber pada Harga Utama Penciptaan (HPP) serta mengutip profit sebesar 50 Persen dari HPP itu, terdapat pula dengan mengenakan harga yang relatif serupa dengan angkringan yang lain tetapi konsisten memikirkan modal dini yang dipakai, dan memutuskan harga bersumber pada dari jumlah modal ditambah dengan bayaran lain-lain semacam gas serta gula dengan mengutip profit dekat Rp2.000. Penentuan harga ialah salah satu bagian berarti dari konsep penjualan sebab penentuan harga amat memastikan profit serta kesinambungan hidup industri, oleh sebab itu industri hendak melaksanakan perihal itu dengan penuh estimasi. Harga merupakan bayaran yang dibayarkan pelanggan buat mempunyai ataupun memperoleh sesuatu produk yang diinginkannya. Sehingga dari itu, memastikan harga hendak mempengaruhi besar kepada pemasaran serta permohonan sesuatu produk (Endah Rahayu kekal, 2019). Pada cara memastikan harga pedagang bisa melaksanakannya bersumber pada dalam produk semacam kepunyaan pesaing, supaya harga yang diresmikan cocok dengan harga pasaran yang terdapat. Supaya produk yang ditawarkan bisa bersaing dipasaran sehingga daya pedagang wajib melaksanakan strategi penentuan harga pada penjualan, ialah dengan memutuskan harga dibawah pasaran ataupun diatas pasaran. Buat itu, dikala memutuskan harga sesuatu produk daya pedagang pula butuh memikirkan angka yang cocok dengan produk yang ditawarkan. Pada menyudahi strategi penentuan harga ada sebagian misi yang butuh dicermati. Ada pula tujuannya antara lain merupakan:

- 1) Bertahan,
- 2) Mengoptimalkan keuntungan,
- 3) Mengoptimalkan pemasaran,
- 4) Gengsi serta gengsi,
- 5) Tingkatan pengembalian pemodal.

c. Posisi (place)

Penentuan posisi yang penting buat membuka upaya angkringan sebab ditaksir selaku tempat yang cocok dengan sasaran pasar target ialah mahasiswa serta anak belia, sebab jalur itu ialah jalur penting mengarah Universitas Jember serta posisinya yang ada di tengah kota. Tempat ataupun posisi yang penting ialah faktor berarti untuk sesuatu industri, serta dapat jadi profit untuk perusahaan itu sebab gampang dijangkau oleh pelanggan. Oleh sebab itu industri wajib memposisikan serta megedarkan produk di tempat yang gampang diakses oleh calon pelanggan, dengan metode menguasai dengan cara mendalam mengenai bagian pasar yang hendak dituju. Posisi (place) pada bauran penjualan bukan cuma dimaksud selaku tempat dimana upaya dijalani, tetapi pula mempunyai arti yang lebih besar lagi, dimana place pula ialah seluruh aktivitas distribusi produk berbentuk benda atau pelayanan dari produsen ke pelanggan (Livia Nabilla Anjani, 2020). Pada memastikan place ataupun saluran distribusi, sesuatu industri butuh mengutamakan tempat-tempat yang cocok dengan sasaran pasar, alhasil berakibat efisien serta efesien untuk industri itu. Perihal lain yang bisa jadi energi raih place pada bauran penjualan merupakan riasan serta konsep, situasi gedung pula jadi ketentuan yang membagikan kenyamanan. Ada pula sebagian perihal yang bisa jadi estimasi pada penentuan posisi (Noor Dini hari Asa, 2019), ialah:

- 1) Akses, misalnya jalur raya alhasil mempermudah untuk calon pelanggan buat menjangkau tempat tersebut
 - 2) Visibility, misalnya posisi yang nampak nyata dari tepi jalan
 - 3) Perluasan, ada ruang yang lumayan buat perluasan bidang usaha di era mendatang
 - 4) Peraturan penguasa, misalnya permissi usaha
 - 5) Kompetisi, ialah estimasi posisi pesaing
- d. Advertensi (promotion)

Pelakon upaya angkringan di Kota Jember melaksanakan aktivitas advertensi pada kegiatan usahanya. Melaksanakan advertensi melewati aplikasi WhatsApp serta membuat akun IG, yang mengiklankan upaya angkringannya pada banyak orang yang diketahui dan memakai alat social Facebook serta IG selaku alat promosinya. Aktivitas advertensi ialah kegiatan yang dicoba sesuatu industri buat menginformasikan serta memberitahukan sesuatu produk supaya pelanggan mengenali terpaut dengan produk yang hendak ditawarkan pada pelanggan. Aktivitas advertensi yang dicoba industri bermaksud buat membagikan penjelasan dengan cara langsung serta tidak langsung hal produk yang ditawarkan supaya pelanggan terpicat dengan produk yang ditawarkan. Dalam dasarnya advertensi merupakan wujud komunikasi penjualan, yang berupaya mengedarkan data, pengaruhi, serta menegaskan pasar target terpaut dengan industri serta produknya supaya mau menyambut, membeli serta patuh kepada industri serta produk yang ditawarkannya. Alat advertensi yang biasa dipakai pada upaya bidang usaha antara lain, ialah periklanan, advertensi pemasaran, publisitas serta ikatan warga, dan penjualan langsung, bersamaan dengan kemajuan era serta perkembangan teknologi Data sesuatu industri pula menggunakan social alat selaku perlengkapan advertensi (Simon Sumanjoyo Hutagalung, 2018). Alat yang dipakai industri pada aktivitas advertensi pula terkait dengan tipe serta wujud sesuatu produk itu sendiri. Dialog mulut ke mulut pula ialah tipe advertensi produk, oleh sebab itu daya pedagang mempunyai kedudukan yang amat berarti pada ikatan warga serta dari mulut ke mulut. Advertensi tipe ini ialah komunikasi informal yang dicoba oleh pelanggan yang puas pada orang lazim terpaut dengan guna produk yang didapatnya.

- e. Jasa (service)

Membagikan jasa terbaik pada konsumennya, semacam dengan membagikan jasa yang kilat pada kliennya, mencermati keinginan dan kemauan pelanggan, serta mengutamakan buat menjalankan komunikasi yang bagus dengan kliennya (Sadono Sukirono, 2017). Jasa ialah aktivitas pemberian pelayanan dari sesuatu pihak pada pihak yang lain yang dicoba dengan misi buat membagikan kepuasan pada pihak itu. Dalam biasanya jasa yang diserahkan sesuatu industri pada pelanggan berkarakter tidak berbentuk serta tidak bisa dipunyai, oleh sebab itu pelanggan cuma dapat merasakan guna yang diterima dari suatu jasa. Jasa ataupun service pada bumi bidang usaha jadi keharusan yang dicoba kala mengalami pelanggan supaya kosumen itu tidak berpindah ke yang yang lain, alhasil industri butuh membagikan service yang melegakan pada kliennya. Supaya sesuatu industri mempunyai energi saing buat mengalami kompetisi didunia upaya, sehingga industri dituntut buat bisa membagikan jasa prima pada kliennya. Jasa prima ataupun Service Excellence ialah jasa maksimum yang dicoba buat penuhi impian serta keinginan pelanggan. Dengan cara simpel, jasa prima (excellent service) merupakan suatu perhatian kepada pelanggan dengan membagikan jasa yang terbaik buat

menyediakan keringanan pada penuhi keinginan buat menciptakan kebahagiaan pelanggan supaya mereka senantiasa patuh. Kesuksesan pada melakukan jasa prima butuh berdasar dalam rancangan jasa prima yang bersumber pada dalam A6, ialah attitude, attention, action, ability, appearance serta accountability (Johnson Alvonco, 2014). Yang hendak dipaparkan oleh periset selaku selanjutnya:

1) Tindakan (Attitude)

Tindakan merupakan sikap yang wajib ditunjukkan kala berdekatan dengan pelanggan, tindakan jasa itu dapat berbentuk tindakan yang bagus, ramah, penuh bersahabat serta berlagak menghormati. Tindakan yang ditunjukkan sesuatu industri kala mengalami pelanggan, bisa mendeskripsikan pandangan industri itu dimata pelanggan.

2) Atensi (Attention)

Atensi ataupun attention ialah aksi yang berbentuk perhatian penuh yang diserahkan pada klien, pada perihal ini berhubungan dengan perhatian hendak kemauan atau keinginan klien dan menguasai anjuran serta kritiknya. Aktivitas ini dapat dicoba dengan metode membagikan atensi penuh kepada klien, ialah dengan mencermati dan memahaminya dengan sangat sangat hal keinginan serta impian dari klien.

3) Aksi (Action)

Aksi merupakan wujud aktivitas yang dicoba dengan cara jelas supaya bisa membenarkan apa saja keinginan serta kemauan dari pelanggan. Ada pula aktivitas ini bisa berbentuk menulis tiap keinginan ataupun kemauan dari pelanggan serta melaksanakan verifikasi balik apabila dibutuhkan, paling utama bila permintaannya beraneka ragam. Setelah itu menciptakan keinginan ataupun kemauan itu selaku wujud jelas dari suatu jasa yang diserahkan, dan statment terimakasih sambil menangkupkan tangan dengan impian supaya pelanggan tiba balik.

4) Daya (Ability)

Daya ialah keahlian serta wawasan yang dipunyai tiap orang dalam aspek kegiatan yang di pelajari, perihal itu hendak bermanfaat selaku penyokong program layanan prima. Semacam, mempunyai daya berbicara yang efisien, sanggup memotivasi serta meningkatkan public relation, serta dapat membongkar kasus yang terdapat dengan kilat.

5) Performa (Appearance)

Performa pada perihal ini ialah performa seorang bagus raga ataupun non raga, yang bisa memantulkan keyakinan diri serta integritas sesuatu industri. Oleh sebab itu, melindungi performa merupakan perihal yang berarti kala berdekatan langsung dengan pelanggan.

6) Tanggung jawab (Accountability)

Tanggung jawab ialah sesuatu aksi yang lebih mengutamakan pelanggan selaku wujud rasa empati serta perhatian, supaya bisa kurangi tingkatan kehilangan serta ketidak puasan pelanggan.

Usaha bisnis angkringan ialah salah satu upaya yang amat menjanjikan di Kota Jember, perihal itu dibantu dengan banyaknya peminat angkringan yang terdapat di Kota Jember. Tetapi, pelakon upaya angkringan pula wajib melaksanakan inovasi supaya usahanya mempunyai energi saing serta buat memaksimalkan kemajuan usahanya itu. Dengan terus menjadi banyaknya upaya angkringan yang ada di Kota Jember, membuat para pelakon upaya angkringan dituntut buat melaksanakan inovasi upaya supaya usahanya itu mempunyai energi saing dan buat menyesuaikan diri kepada pergantian area serta pergantian dalam hasrat pelanggan. Inovasi dikira selaku basis kelebihan bersaing yang berasal dari ilmu wawasan, daya berasumsi, dorongan, area, serta

daya berasumsi inovatif. Dengan inovasi yang dicoba oleh pelakon upaya angkringan yang berada di Kota Jember diharapkan sanggup membuahkan produk yang lebih menarik serta membagikan guna yang lebih dibandingkan rivalnya.

Energi saing didefinisikan selaku daya dari sesuatu pabrik dengan menampilkan hasil kegiatan yang lebih bagus dibanding dengan rivalnya. Pada bumi upaya energi saing ditetapkan oleh sebagian aspek antara lain, ialah kemampuan ataupun tingkatan pendidikan pekerja, kemampuan wiraswasta, manajemen yang bagus serta sistem kelompok yang cocok dengan keinginan bidang usaha. Ada pula energi saing tercipta sebab terdapatnya rancangan, kompetensi, serta koneksi. Buat itu pelakon upaya wajib sanggup menggunakan basis energi yang dipunyanya dengan melaksanakan trobosan yang lebih terkini supaya bisa lalu bersaing (Ungu muda Basmala, 2018).

Dari analisa informasi yang diperoleh kalau buat menarik atensi pelanggan supaya melaksanakan pembelian, pelakon upaya angkringan di Kota Jember sediakan serta memilah tipe produk yang cocok dengan pasar target yang hendak dituju. Produk pada perihal ini, berbentuk santapan serta minuman yang jadi suatu menu dalam usahanya yang sediakan menu bersumber pada dari banyaknya atensi pelanggan kepada menu itu, sediakan menu yang jadi karakteristik khas dari suatu angkringan namun pula lebih berhati-hati pada memilah menu, serta sediakan menu dengan rancangan yang lebih modern. Produk merupakan benda yang dibuat buat penuhi keinginan pasar yang dituju, alhasil produk itu sanggup menarik atensi pelanggan buat melaksanakan pembelian kepada produk itu. Oleh sebab itu, tipe produk yang terbuat haruslah cocok dengan pasar target kita.

Dari analisa informasi yang diperoleh kalau pada memastikan harga pelakon upaya angkringan di Kota Jember melaksanakannya dengan penuh estimasi, supaya produk yang ditawarkan mempunyai angka yang cocok. Semacam memastikan harga bersumber pada Harga Utama Penciptaan (HPP) serta mengutip profit sebesar 50 Persen dari HPP itu, mengenakan harga yang relatif serupa dengan angkringan yang lain tetapi konsisten memikirkan modal dini yang dipakai serta memutuskan harga bersumber pada dari jumlah modal ditambah dengan bayaran yang lain, dengan mengutip profit dekat Rp2. 000. Penentuan harga ialah salah satu bagian berarti dari konsep penjualan sebab penentuan harga hendak amat memastikan profit serta kesinambungan hidup untuk sesuatu upaya. Buat itu industri butuh melaksanakan perihal itu dengan penuh estimasi, alhasil produk yang dibuat hendak mempunyai angka yang cocok.

Jalur Kalimantan ialah jalur penting mengarah Universitas Jember serta posisinya yang ada di tengah kota alhasil hendak berakibat efisien serta berdaya guna buat membuka upaya angkringan disitu serta pula hendak mempermudah akses buat calon konsumen potensialnya. Dari analisa informasi yang diperoleh kalau buat menarik atensi pelanggan dengan cara besar serta buat membuat angkringannya lebih diketahui oleh banyak orang, pelakon upaya angkringan di Kota Jember melaksanakan aktivitas advertensi pada kegiatan usahanya. Semacam melaksanakan advertensi melewati aplikasi WhatsApp serta membuat akun IG, mengiklankan upaya angkringannya pada orang orang yang diketahui dan memakai alat social Facebook serta IG selaku alat promosinya. Pada perihal ini advertensi yang mereka jalani berbentuk mengedarkan data terpaut dengan usahanya, yang memakai cara advertensi dari mulut ke mulut ataupun word of mouth serta dengan

menggunakan social alat semacam WhatsApp, IG, serta Facebook. Advertensi dicoba industri buat menginformasikan serta memberitahukan produknya pada calon pelanggan, supaya pelanggan bisa mengenali terpaut dengan produk yang ditawarkan.

Dari analisa informasi yang diperoleh kalau buat menciptakan kebahagiaan pelanggan pelakon upaya angkringan di Kota Jember menambakan servise ataupun jasa pada kegiatan usahanya. Semacam dengan membagikan jasa yang kilat pada kliennya, mencermati keinginan dan kemauan pelanggan serta mengutamakan buat menjalankan komunikasi yang bagus dengan kliennya. Jasa ialah aktivitas pemberian pelayanan yang dicoba buat membagikan kepuasan pada pelanggan. Dalam biasanya jasa yang diserahkan industri pada pelanggan berkarakter tidak berbentuk, oleh sebab itu pelanggan Cuma dapat merasakan guna yang diterima dari suatu jasa.

Agama Islam mengarahkan untuk pelakon upaya buat senantiasa membagikan hasil yang bagus serta bermutu, bagus dari bidang jasa ataupun pada membuahkan produk ataupun pelayanan. Pada kondisi energi saing upaya, ada prinsip bersaing yang segar serta betul bagi Islam, antara lain: membagikan yang terbaik pada pelanggan, tidak legal tidak jujur, serta kerjasama positif. Pada melaksanakan upaya bidang usaha, Islam mengarahkan 5 bawah prinsip Etika Bidang usaha Islam berbentuk aturan-aturan yang bersumber pada dalam AlQuran serta Hadist. Ada pula prinsip-prinsip Etika Bidang usaha Islam, ialah:

a. Kesatuan

Agama penuh serta asli kepada Ahadiat Tuhan merupakan basis penting etika islam, alhasil orang selaku khalifah dapat membagikan guna pada orang lain tanpa melenyapkan hak-hak yang lain.

b. Keseimbangan

Islam mewajibkan buat legal seimbang pada berbisnis, serta mencegah orang buat melakukan dzalim ataupun tidak jujur. Prinsip ini dicoba dengan misi menciptakan suasana yang silih profitabel ataupun silih ridho.

c. Kemauan bebas

Independensi ialah belahan berarti pada mendapatkan kemashlahahan tanpa mudarat kebutuhan beramai-ramai, dengan menggunakan basis energi yang dipunyai buat menggapai kesejahteraan hidup.

d. Tanggungjawab

Pada ruang-lingkup bidang usaha seluruh kegiatan bidang usaha dengan seluruh independensi butuh di pertanggungjawaban, mulai dari bisnis, penciptaan benda, menjual benda, melaksanakan akad serta lain-lain.

e. Bukti: kebajikan serta kejujuran

Dengan melaksanakan aksi bagus serta berguna pada tiap orang, sehingga prinsip bukti pada etika bidang usaha amat legal melindungi hal mungkin terbentuknya kehilangan yang dirasakan salah satu pihak pada aktivits bidang usaha (Kristina Sedyastuti, 2018).

Penemuan di alun-alun, pelakon upaya angkringan di Kota Jember pada menaikkan energi saing usahanya sudah cocok dengan prinsip bersaing yang segar serta betul bagi Islam, mereka menerapkannya dengan membagikan yang terbaik pada pelanggan serta tidak legal tidak jujur. Tidak hanya itu, periset pula menciptakan kalau kegiatan pelakon upaya angkringan di Kota Jember cocok dengan aturan-aturan Etika Bidang usaha Islam, dengan membagikan jasa yang terbaik pada tiap kliennya dengan misi buat menciptakan kebahagiaan kliennya itu. Perihal ini cocok dengan angka Bukti: kebajikan serta kejujuran yang ada dalam aturan Etika Bidang usaha Islam.

4.2.Aplikasi Inovasi Buat Pengembangan Ekonomi Dalam Orang dagang Angkringan di Kota Jember

Pelakon upaya angkringan yang berada di di Kota Jember buat menaikkan energi saing pemasaran dalam usahanya mereka bersama melaksanakan inovasi upaya. Tidak hanya buat menaikkan energi saing pemasaran, inovasi upaya yang mereka jalani pula buat menyesuaikan diri kepada pergantian area serta pergantian dalam hasrat pelanggan. Inovasi bisa dibilang selaku upaya terkini yang dijalani oleh wiraswasta melewati aplikasi hasil pandangan, gagasan inovatif, serta riset yang sudah dicoba. Bagi Widjaja serta Winarso guna dari inovasi dalam sesuatu upaya merupakan buat menaikkan mutu, menciptakan pasar terkini, serta meluaskan capaian

produk. Inovasi pula butuh dicoba buat memaksimalkan kemajuan upaya dan buat bisa bersaing dengan bidang usaha yang lain (Lia Ibniwasum, 2020). Dengan terdapatnya inovasi yang dicoba oleh pelakon upaya angkringan di Kota Jember diharapkan bisa membuahkan produk yang lebih menarik untuk pelanggan dan bisa membagikan guna yang lebih. Ada sebagian pengelompokan tipe-tipe inovasi upaya, antara lain:

a. Inovasi produk

Inovasi produk ialah aktivitas yang dicoba dalam produk, semacam terdapatnya koreksi detail teknis, bagian serta materi yang dipakai buat membuahkan produk itu. Inovasi produk bisa dimaksud selaku pembaruan dalam produk yang diperoleh ataupun dibuat yang bersumber pada dalam detail teknis ataupun bagian serta materi yang dipakai. Inovasi dalam produk bisa terselenggara dengan terdapatnya pengembangan ilham dari basis energi yang dipunyai serta diatur dengan metode terkini alhasil produk yang diperoleh bisa mempunyai angka imbuah dimata pelanggan. Terdapatnya ilmu wawasan serta pemakaian teknologi dalam aktivitas inovasi produk hendak membatu pada membuahkan produk yang lebih bermutu serta berguna besar untuk pelanggan. Pengembangan produk dengan inovasi bisa dicoba dengan inovasi berplatform modulasi ialah pergantian karakter bawah dari produk, pergantian daya muat, pergantian pada wujud bungkusan, serta pergantian pada wujud konsep produk (Abdul Rauf, 2021).

b. Inovasi proses

Inovasi cara dalam sesuatu upaya ialah aktivitas yang dicoba pada cara menciptakan benda. Inovasi cara hendak dicoba dengan cara lalu menembus dengan bermacam koreksi pada cara penciptaan. Inovasi cara dalam sesuatu upaya ialah aktivitas yang dicoba pada cara menciptakan benda. Inovasi cara hendak dicoba dengan cara lalu menembus dengan bermacam koreksi pada cara penciptaan. Inovasi ini ialah aplikasi dari cara penciptaan ataupun cara pengiriman yang betul-betul terkini. Inovasi cara bisa terjalin dalam metode ataupun perlengkapan yang dipakai dikala cara. Dari inovasi ini diharapkan kalau aktivitas cara penciptaan bisa berjalan lebih kilat serta meminimalkan bayaran serta kesimpulannya bisa melegakan para pelanggan.

c. Inovasi pemasaran

Inovasi penjualan dipakai pada sesuatu upaya buat menciptakan ilham terkini dari produk yang diperoleh bagus berbentuk pergantian disign bungkusan, wujud produk, penempatan produk, advertensi, serta harga produk. d. Inovasi pelayanan Inovasi pelayanan ialah aktivitas yang dicoba sesuatu upaya pada menaikkan kemampuan jasa dengan melaksanakan pergantian pada melayani klien. Inovasi penjualan dipakai pada sesuatu upaya buat menciptakan ilham terkini dari produk yang diperoleh bagus berbentuk pergantian disign bungkusan, wujud produk, penempatan produk, advertensi, serta harga produk. Inovasi penjualan hendak meluaskan pasar, menaikkan mengkonsumsi, membuka pasar terkini serta memposisikan produk di pasar serta misi kesimpulannya merupakan menaikkan pemasaran. Bagi Sutiksno, penentuan strategi serta inovasi penjualan yang pas hendak profitabel bidang usaha ditengah kompetisi yang kencang serta pergantian area bidang usaha (Sisca, 2021).

d. Inovasi organisasi

Inovasi pada kelompok ialah pergantian yang dicoba pada pengaturan kegiatan buat mendesak terciptanya basis energi orang yang menang serta bersaing. Inovasi pada kelompok ialah pergantian yang dicoba pada pengaturan kegiatan buat mendesak terciptanya basis energi orang yang menang serta bersaing. Inovasi yang beranjak di kelompok semacam terdapatnya inovasi aplikasi cara praktek, ikatan dalam serta eksternal, manajemen mutu, menaikkan kemampuan serta daya guna. Inovasi kelompok pula hendak berkaitan dengan kemampuan profit, perkembangan pemasaran serta kenaikan ulas, bagian, ruang pasar. Guna inovasi kelompok merupakan menciptakan regu rute fungsional, bebas serta berasumsi inovatif. Inovasi wajib senantiasa dicoba supaya kelompok konsisten hadapi kemajuan serta menggapai misi yang sudah diresmikan.

Pada faktanya sesuatu inovasi diklaim sukses bila diisyarati dengan terdapatnya 4 aspek. Ada pula faktor-faktor itu terdiri dari (Nurlita Lea, 2019):

a. Arah Produk

Arah produk terjalin kala pelanggan terpicat dalam produk terkini dengan mutu yang lebih bagus yang dikeluarkan dipasar. Ada pula salah satu pandangan yang dicermati merupakan permintaan pasar sebab permohonan serta pendapatan produk dipasar ialah salah satu patokan penting inovasi produk.

b. Arah Pasar

Arah pasar terjalin dengan misi menentukan keinginan dan kemauan dari sasaran pasar berbentuk pengembangan serta kenaikan produk, yang bermaksud buat membagikan kebahagiaan dibanding kompetitor

yang lain. Ada pula salah satu pandangan yang dicermati merupakan studi pasar sebab studi pasar bisa menguak pemecahan pengganti hal konsep, harga, penyaluran serta advertensi produk.

c. Arah Organisasi

Arah kelompok merupakan cara determinasi keinginan serta keinginan dari sasaran pasar buat membagikan kebahagiaan terbaik dibanding rivalnya. Dengan metode yang dapat menaikkan keselamatan dari sasaran pasarnya. Ada pula salah satu pandangan yang dicermati merupakan adat kelompok sebab pengepresan adat kelompok dalam inovasi sudah dibuktikan kalau adat kelompok berkaitan dengan inovasi industri.

d. Arah Konsumen

Prinsip dalam arah pelanggan ialah penyebaran sesuatu inovasi berbentuk produk terkini yang di mau oleh pelanggan dengan mutu yang bagus serta ada di banyak tempat. Tetapi, pula dengan harga yang terjangkau alhasil pelanggan terpicat serta dapat melaksanakan pembelian yang berkali-kali ataupun jadi klien konsisten

Bersumber pada filosofi pengelompokan tipe-tipe inovasi upaya yang dikorelasikan dengan penemuan di alun-alun, kalau pelakon upaya angkringan yang bertempat di Kota Jember, ialah melaksanakan inovasi upaya buat menaikkan energi saing penjualannya, ialah dengan mengenakan rancangan menu yang lebih modern serta konsisten mengutamakan mutu dari produknya dengan metode lebih berhati-hati dikala memilah materi dasar yang hendak dipakai. Melaksanakan inovasi dalam produk bermaksud supaya produk yang diperoleh bisa mengambil alih produk yang lama dengan kenaikan mutu serta angka guna untuk pelanggan. Membagikan suatu jasa yang kilat yang diserahkan pada tiap kliennya. Buat mendukung dan menaikkan kemampuan pelayanannya itu dibantu pekerja lain. Inovasi pelayanan dicoba sesuatu upaya buat menaikkan kemampuan jasa dengan melaksanakan pergantian dalam cara pelayanannya (Anjasari Maulida, 2018).

Inovasi penjualan pada melaksanakan usahanya, ialah dengan mengubah bentuk angkringan jadi lebih menarik, spesialnya dalam tempat buat klien. Inovasi penjualan dipakai pada sesuatu upaya buat menciptakan ilham terkini dari produk yang diperoleh, semacam pergantian design, wujud, penempatan, ataupun harga produk. Aspek yang mendesak kesuksesan dalam upaya angkringan di Kota Jember dipengaruhi oleh aplikasi inovasi pada aktivitas usahanya. Dengan mempraktikkan pemecahan inovatif kepada kesempatan serta permasalahan yang terjalin mereka sanggup membagikan kenaikan kualitas, cara, serta jasa (Inas Adelvi Anindya Gadis, 2020).

5.KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi pengembangan ekonomi buat orang dagang angkringan di Kota Jember wajib mencermati energi saing pemasaran, pelakon upaya angkringan konvensional di Kota Jember menampilkan hasil kegiatan yang bagus pada kegiatan usahanya, dengan menerapkan cara 4P+1S, semacam: a) Sediakan produk yang cocok dengan pasar yang hendak dituju supaya bisa menarik atensi untuk calon kliennya. b) Memastikan harga produk dengan penuh estimasi buat bisa memastikan profit serta kesinambungan hidup usahanya c) memposisikan serta megedarkan produknya di tempat yang gampang diakses oleh kliennya. d) melaksanakan aktivitas advertensi buat menarik atensi pelanggan dengan cara besar serta buat membuat angkringannya lebih diketahui oleh banyak orang. e) Membagikan abdi yang bagus pada kliennya, dengan misi buat menciptakan kebahagiaan pelanggan.

Aspek yang mendesak kesuksesan dalam upaya angkringan di Kota Jember dipengaruhi oleh aplikasi inovasi pada aktivitas usahanya. Alhasil mereka bisa membagikan produk yang lebih menarik untuk pelanggan dan bisa membagikan guna yang lebih.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Sufyan. 2015. *Penerapan Inovasi Kewirausahaan Bagi Bisnis Komunikasi Pemula: Studi Kasus Strategi Bisnis di PT Edu Media Komunika*. Jurnal Penelitian dan Pembangunan. Vol. 16, No. 1.

Adean, Moh. 2015. *Pengaruh Jumlah Penduduk dan Angka Pengangguran Terhadap Petumbuhan Ekonomi Kabupaten Jember*.

Alvonco, Johnson. 2014. *Practical Communication Skill dalam Bisnis, dan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Anjani, Livia Nabilla. 2020. *Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Ovo dan Dana di Kota Bandung)*. Skripsi: Universitas Katolik Parahyangan.

Asa, Noor Fajar. 2019. *Serpihan Yang Menerangi*. t.tp: EDU PUBLISHER.

Basmala, Lila. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. t.tp: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.

Dasuki, Rima Elya. 2021. *Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. 12, No. 3.

Fitriyani, Zenita Afifah. 2021. *Formulasi Strategi Bersaing di Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto*. Jurnal Riset Entrepreneurship. Vol. 4, No. 2

Franto, Fifi. 2018. *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan di Karawang Kota*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 7, No. 4

Hutagalung, Simon Sumanjoyo. 2018. *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Bandung: Deepublish.

Ibniwasum, Lia. 2020. *Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Juliyani, Erly. 2016. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Ummul Qura. Vol. 2, No. 1.

Lea, Nurlita. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Lestari, Endah Rahayu. 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Maulida, Anjasari. 2018. *Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kudus

Pamungkas, Damar Purba. 2016. *Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia*. Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education. Vol. 1, No. 2

Putri, Inas Adelvi Anindya. 2020. *Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang*. Skripsi: Universitas Tridianti Palembang.

Rauf, Abdul. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. t.tp: Penerbit Insania

Romli, Khomsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. Medan: Gramedia Widiasarana Indonesia

Sedyastuti, Kristina. 2018. *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global*. Jurnal Inovasi dan Manajemen Indonesia. Vol. 2, No. 1.

Rosa, Dien Vidia dan Hery Prasetyo. 2022. *Montrase Ngopi Anak Muda*

Rosita Nurcahaya, S. W. (2023). *Implementasi of The Content Marketing Strategy by SMJ by Mbok Judes Banyuwangi To Increase Customer Engagement*. Soedirman economics education journal, 9.

Sisca. 2021. *Manajemen Inovasi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Sukirono, Sadono. 2017. *Pengantar Bisnis*. Surabaya: Prenada Media

Sunarsih, Neneh. 2018. *Manajemen Sumberdaya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan*. Jurnal AKRAB JUARA. Vol. 3, No. 1.