

---

## ANALISIS SISTEM PEMASARAN TITIP JUAL MELALUI TENGGULAK DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI PETANI DI DESA PAWENANG, KECAMATAN NAGRAK, KABUPATEN SUKABUMI

Tri Sanatha Wahyu Akbar<sup>1</sup>, Atik Sari<sup>2</sup>, Riani Winarni<sup>3</sup>, Galih Raspati<sup>4</sup>, Umban Adi Jaya<sup>5</sup>,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen,  
Universitas Sains Indonesia, Cibitung, Bekasi

Email Korespondensi: [tri.sanatha@leturer.sains.ac.id](mailto:tri.sanatha@leturer.sains.ac.id)

### Abstrak

Sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak merupakan praktik yang telah lama diterapkan oleh petani di Kecamatan Nagrak, khususnya di Desa Pawenang. Sistem ini dianggap memiliki beberapa keuntungan, seperti biaya yang lebih rendah, kesederhanaan, tidak memerlukan keterampilan teknologi, dan pengalihan tanggung jawab distribusi kepada tengkulak. Meskipun demikian, dominasi tengkulak dalam pemasaran hasil pertanian di daerah ini menimbulkan ketergantungan yang tinggi dari petani. Tengkulak menguasai hampir seluruh pasar dan petani tidak memiliki daya tawar, karena hasil pertanian mereka dijual melalui tengkulak dengan kompensasi sekitar 10% dari harga jual. Para petani juga kesulitan untuk mengetahui secara langsung fluktuasi harga pasar, karena terbatasnya daya akses mereka ke pasar, hal ini sangat rentan bagi tengkulak nakal memanipulasi harga pasar sebenarnya. Selain itu, petani juga menanggung biaya distribusi hasil tani ke pasar. Fenomena ini berdampak pada kesejahteraan petani, di mana sebagian besar petani di Desa Pawenang hidup dalam kondisi ekonomi yang sulit, meski sektor pertanian menjadi sumber penghidupan utama mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak di Desa Pawenang Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses pemasaran titip jual dan bagaimana kondisi keberlanjutan ekonomi Petani. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan saran solusi alternatif pemasaran yang dapat mengurangi ketergantungan petani pada tengkulak, guna meningkatkan keberlanjutan usaha para petani.

**Kata Kunci:** sistem pemasaran titip jual; tengkulak; keberlanjutan ekonomi petani; Desa Pawenang Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi.

### Abstract

*Consignment sale marketing system through Skull (Tengkulak) is a long-standing practice applied by farmers in Nagrak District, especially in Pawenang Village. This system is considered to have several advantages, such as lower cost, simplicity, not requiring technological skills, and diversion of distribution responsibilities to the Skull (Tengkulak). Nevertheless, the dominance of skulls in the marketing of agricultural produce in this area gives rise to a high dependence of farmers. The Skull (Tengkulak) dominates almost the entire market and farmers have no bargaining power, as their agricultural produce is sold through tengkulak with compensation of about 10% of the selling price. Farmers also have difficulty in knowing first-hand fluctuations in market prices, due to their limited access to markets, this is particularly vulnerable to mischievous skulls manipulating actual market prices. Additionally, farmers also bear the cost of distribution of agricultural produce to the market. This phenomenon impacts on farmers' welfare, where most farmers in Pawenang Village live in difficult economic conditions, despite the agricultural sector being their main source of livelihood. This study aims to analyze how the process of consignment sale marketing system*

*of retail through tengkulak in Pawenang Village Nagrak District Sukabumi Regency. The results of the study are expected to give an overview regarding the process of the consignment sale marketing system and how the economic sustainability conditions of the Farmers. Additionally, the study also aims to suggest alternative marketing solutions that can reduce farmers' dependence on stumps, for the sake of improving the sustainability of farmers' enterprises.*

**Keywords:** *consignment sale marketing system; The Skull; economic sustainability of farmers; Pawenang Village Nagrak District Sukabumi Regency*

## 1. PENDAHULUAN

Rata-rata profesi masyarakat pedesaan di Indonesia mayoritas adalah petani. Sektor pertanian adalah sumber penopang utama pada kehidupan masyarakat di pedesaan. Termasuk di Desa Pawenang Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi. Jumlah petani desa Pawenang saat ini adalah 1.166 dari 1.991 kepala keluarga yang terdata atau sebesar 37%. Sektor pertanian merupakan profesi sumber mata pencaharian terbesar yang ada di desa Pawenang. Dari 1166 orang 941 orang merupakan buruh tani dan hanya 225 orang yang merupakan petani asli yang memiliki lahan ataupun menyewa lahan untuk pertanian (Kepala Desa Pawenang (Deni Kurniawan), 2024).

Dari 225 petani yang aktif saat ini hanya 4-5 orang saja yang dikategorikan petani sukses dan sejahtera dengan tingkat perekonomian di atas rata-rata. Selebihnya adalah petani dengan tingkat pendapatan dan kesejahteraan biasa saja bahkan banyak yang termasuk pada kategori miskin. Hal ini disebabkan karena tingkat ketergantungan mereka kepada tengkulak sebagai satu-satunya tujuan pasar untuk hasil pertanian mereka. Sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak telah berjalan bertahun-tahun sampai saat ini. Kelebihan dari sistem pemasaran ini adalah sistem sederhana, biaya murah, tidak beresiko tinggi, dan tidak memerlukan keterampilan teknologi. Sementara kekurangan dari system ini adalah, petani tidak punya nilai tawar, harga bergantung pada harga pasar yang

aksesnya hanya melalui tengkulak (Megasari, 2019). Petani juga dibebankan biaya transportasi yang dipotong dari hasil penjualan. Tengkulak mempunyai peran yang dianggap layak untuk menyelamatkan para petani. Namun hal tersebut justru menciptakan suatu keadaan eksploitasi pemasaran. Sikap eksploitasi tersebut antara lain dengan penentuan harga jual yang rendah dan pembayaran dilakukan dengan tenggang waktu menunggu hasil penjualan dari tengkulak (Hardian et al., 2024). Tidak ada pembagian resiko yang seimbang antara petani dan tengkulak. Hal ini tentunya akan berdampak pada kemandirian petani dalam keberlanjutan perekonomian bagi kehidupan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis system pemasaran titip jual melalui tengkulak dan keberlanjutan ekonomi petani di desa Pawenang Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi. Pemasaran titip jual melalui tengkulak adalah satu-satunya pilihan para petani dalam menjual hasil tani, bagaimana situasi dan kondisi keberlanjutan perekonomian petani salah satunya dilihat dari aspek pemasaran dan penjualan hasil tani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa secara deskriptif sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak, dan bagaimana tingkat keberlanjutan ekonomi petani di desa Pawenang Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi

## 2. LITERATUR REVIEW

Pemasaran adalah suatu proses untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia baik secara pribadi maupun kelompok, definisi singkat pemasaran adalah “kebutuhan memperoleh keuntungan”(Akbar et al., 2014), (Akbar TSW, 2025). Pemasaran adalah sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dan promosi dan komunikasi yang tepat(Yuda, 2025).

### 1. Pemasaran Titip Jual

Pemasaran titip jual atau konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan. Hak milik atas barang, tetap masih berada pada pemilik barang sampai barang tersebut terjual(Supu et al., 2023). Dalam Megasari (2019, tengkulak adalah pengepul yang membeli hasil panen dari para petani dan menyalurkannya ke agen-agen besar. Tengkulak merupakan perantara yang secara langsung membeli hasil bumi dari petani atau pemilik pertama menggunakan sistem tebasan. Sistem tebasan merupakan suatu pertukaran yang dilakukan berdasarkan penilaian hasil produksi pada saat tanaman telah siap dan layak untuk dipanen (Hardian et al., 2024).

Sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak adalah system penjualan dengan penitipan hasil tani kepada tengkulak sebagai agen penjualan, yang kemudian oleh tengkulak hasil tani tersebut dijual dilapak mereka, setelah terjual barulah hasil penjualan dibayarkan kepada petani berdasarkan harga pasar yang disampaikan oleh tengkulak kepada petani. Jika barang tidak laku maka sepenuhnya akan menjadi resiko petani, dimana barang dikembalikan kepada petani.

Pemasaran titip jual adalah pemasaran dengan sistem memindahkan/menitipkan hasil

produk yang dimiliki oleh pelaku pengusaha kepada pihak tertentu dengan kesepakatan harga serta syarat dengan perjanjian yang sama sama menguntungkan(Afifah et al., 2023). Hasil produk yang diperjual belikan dengan sistim titip jual biasanya disebut dengan barang *consignment out dan consignment in*. Pihak yang mengamanatkan barang dalam hal ini petani disebut consignor, dan pihak yang dititipi disebut consigne (komisioner) dalam hal ini adalah para tengkulak (Suzi Suzana, 2022).

Beberapa faktor yang sangat mempengaruhi pada system pemasaran titip jual menurut Iskandar et. al. (2018)(Iskandar et al., 2018) antara lain efektifitas organisasi/individu, kualitas produk, adabtabilitas lingkungan, orientasi pasar, dan perilaku kewirausahaan. Faktor lainnya adalah inflasi (Rodoni A 2023)(Rodoni, 2023), model pembagian keuntungan, dan kondisi pasar (Farida et al., 2022). Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaman, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak efektif (Rendelangi et al., 2023).

### 2. Keberlanjutan ekonomi (keberlangsungan ekonomi/usaha)

Keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dari kondisi usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha (Yuningsih et al., 2022). Dalam Riyanti Budi et.al. (2022) (Riyanti & Nur Aini, 2022) keberlangsungan merupakan suatu keadaan yang sedang berlangsung, yang dapat bertahan secara konsisten dan berkelanjutan dengan suatu proses yang dialami. Sehingga, tercapailah keadaan dari apa yang telah

diupayakan yaitu berada pada titik eksis dan dapat bertahan pada suatu lingkungan yang ada untuk saat ini, sampai masa yang akan mendatang.

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha/ekonomi adalah suatu kondisi kemandirian ekonomi karena ditunjang oleh pertumbuhan dan perkembangan usaha/bisnis sehingga tercapai pada titik eksis dapat bertahan untuk saat ini dan masa yang akan datang.

Konsep keberlanjutan bisnis mengandung tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu meliputi aspek masyarakat, ekologi dan keuangan atau ekonomi (Jiao et al., 2023).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha adalah adanya kompilasi rencana bisnis (*compilation of a business plan*), pembaharuan rencana bisnis reguler (*regular updating of business plan*), menganalisis pesaing (*regular analysis of competitor*), kemudahan memasuki bisnis baru (*easy of venturing into a new business*) dan kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko (*not a problem to take calculated risks*) (Yuningsih et al., 2022).

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran bagaimana proses pelaksanaan sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak oleh para petani dan gambaran keberlangsungan ekonomi petani di desa Pawenang Kecamatan Nagrak, Kab. Sukabumi.

Pengumpulan data kualitatif melalui wawancara langsung terhadap sampling petani di Desa Pawenang Kecamatan Nagrak, dan aparatur pemerintahan Desa sebagai penguat data. Data juga diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap sampel untuk mengetahui

persentasi kualitas keberlanjutan ekonomi petani.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah sebanyak 225 Petani asli yang berdomisili di Desa Pawenang Kecamatan Nagrak, dan sampel yang dianalisis adalah sebanyak 137 (metode tabel Isaac dan Michael).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1. Gambaran Sistem Pemasaran Titip Jual Melalui Tengkulak di Desa Pawenang Kec. Nagrak

Gambaran tentang system pemasaran titip jual dilihat dari 3 tahapan antara lain proses pemasaran titip jual melalui tengkulak, proses pembayaran hasil tani, dan proses pembayaran jika barang tidak laku.

##### 4.1.1 Proses Pemasaran Titip Jual Melalui Tengkulak

Pemasaran titip jual melalui tengkulak adalah pilihan utama saat ini untuk pemasaran hasil tani bagi para petani di Desa Pawenang Kec. Nagrak. Hanya sebagian kecil yang menjual hasil taninya dengan menjual langsung ke pasar lokal dan warga setempat. Namun jika hasil tani dalam jumlah besar maka para petani langsung menjualnya dengan sistem titip jual melalui tengkulak. Hal ini dikarenakan pasar lokal tidak bisa lagi menampung hasil tani.

Proses pemasaran titip jual melalui tengkulak diawali dengan petani panen di lokasi pertanian dikumpulkan, dikemas lalu ditimbang. Dalam setiap kemasan telah dicantumkan bobot melalui catatan khusus yang dilampirkan dalam setiap kemasan. Kemudian hasil tani yang telah dikemas dan dilabeli bobot diangkut secara manual oleh tenaga kuli atau melalui kendaraan bermotor roda dua ke tepi jalan desa yang dapat diakses oleh truk pengangkut.

Pada siang sekitar pukul 14.00-15.00 hasil panen dimuat ke dalam truk untuk dibawa ke pasar besar di Jakarta atau Tanah Tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% petani masih menggunakan tengkulak sebagai perantara pemasaran. Alasan utama ketergantungan ini adalah:

- Tidak memiliki akses pasar langsung ke Jakarta, Tangerang, atau daerah lain.
- Minimnya informasi mengenai harga pasar.
- Tidak adanya modal untuk membangun jaringan distribusi sendiri.

Akibatnya, petani hanya menerima 70-80% dari harga pasar sebenarnya, sedangkan Tengkulak memperoleh keuntungan dari selisih harga jual.

#### **4.1.2 Proses Pembayaran Hasil Tani**

Proses pembayaran hasil tani dilakukan setelah barang hasil tani terjual, proses transaksi jual beli biasanya terjadi pada dini hari saat pasar mulai dibuka. Kisaran pembukaan pasar di Tanah Tinggi adalah sekitar pukul 00.01 sampai dengan pukul 03.30. (Data hasil wawancara dengan Tengkulak). Hasil tani lalu ditimbang ulang untuk meyakini kesesuaian antara hasil penimbangan oleh petani dengan hasil penimbangan di lokasi pasar. Setelah ada kesesuaian jumlah barang dan kesepakatan harga, lalu barulah tengkulak menerima pembayaran dari pembeli di pasar. Tengkulak lalu mengambil fee 10 persen dari jumlah pembayaran, dan 90 % sisanya dibayarkan kepada petani pada keesokan paginya.

#### **4.1.3 Pembayaran Barang Tidak Laku**

Pada kondisi barang tidak laku di pasaran maka pihak tengkulak akan melelang barang dengan harga yang semurah-murahnya agar barang laku terjual. Jikalau masih tidak laku maka pihak tengkuak akan menyampaikan kepada pihak petani melalui telepon bahwa

barang tidak laku di pasaran. Kemudian barang dibawa kembali.

## **4.2 Gambaran Keberlanjutan Ekonomi Petani**

Keberlangsungan ekoonomi (usaha) adalah suatu wujud tetap dari sebuah usaha, baik itu ketetapan usaha yang berupa pertumbuhan, perkembangan, strategi, serta pengembangan dari usaha tersebut, yang mana itu semua akan berakhir pada keberlangsungan dan keberadaan uasaha itu sendiri (Rosyad & Wiguna, 2018).

Keberlanjutan ekonomi adalah bentuk konsistensi usaha petani dapat berjalan dari waktu-ke waktu. Keberlanjutan ekonomi ini akan di dasarkan pada beberapa indikator antara lain:

### **1. Adanya kompilasi rencana bisnis**

Perencanaan bisnis (Business Plan) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi, Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis Break Event dan lain-lainnya (Supriyanto, 2020).

Dari populasi petani di desa Pawenang kecamatan nagrak, hampir  $90\% \pm 203$  orang selalu selalu melaksanakan perencanaan sebelum memulai Bertani, antara lain komoditi apa yang akan di tanam, berapa biaya yang dibutuhkan, pupuk apa yang nanti digunakan, berapa buruh tani yang perlu dipersiapkan dalam menggarap tanah pertanian. Selebihnya 10% petani lebih mengandalkan intuisi pribadi dan seponitanitas.

### **2. Pembaharuan rencana bisnis reguler**

Pembaharuan rencana bisnis reguler adalah selalu melakukan perencanaan bisnis dengan tambahan inovasi pada setiap periodenya (Aribowo & Wirapraja, 2018). Berdasarkan pengisian kuesioner penelitian menggambarkan 34 orang (25%) petani saja yang setiap musim melakukan pembaharuan perencanaan bisnis

secara konsisten. Selebihnya perencanaan bisnis tidak pernah secara reguler diperbaharui.

### **3. Menganalisis Pesaing**

Para petani di desa pawenang Kec. Nagrak Sebagian besar adalah masyarakat dengan keramahan dan rasa persaudaraan tinggi antar warga dan antar petani. Sehingga hampir 95% atau 130 orang tidak mengklaim bahwa petani lain adalah pesaing. Yang terjadi adalah bahwa para petani saling support untuk dapat memperoleh hasil tani yang maksimal.

### **4. Kemampuan perhitungan keuangan atau kalkulasi resiko.**

Perencanaan keuangan adalah hal terpenting dalam sebuah usaha tani, bahkan menjadi poin terpenting dari unsur-unsur lainnya. Hal lainnya adalah kemampuan dalam peramalan kondisi ekonomi ke depan, dimana para petani harus dapat memprediksi komoditas apa yang kira-kira dapat menguntungkan pada musim selanjutnya. Dari 137 responden hampir 60% (82 orang) setuju bahwasanya perhitungan keuangan rata-rata meleset dan menjadi hambatan dalam proses tanam periode berikutnya. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat keberlangsungan ekonomi petani di desa Pawenang masih sangat rentan dan beresiko untuk tidak berlanjut akibat penjualan hasil tani yang kurang memadai.

### **Simpulan**

Sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak yang berjalan saat ini di desa Pawenang Kec. Nagrak Kabupaten Sukabumi tidak optimal dalam mempengaruhi kemampuan keberlanjutan ekonomi petani. Kondisi keberlanjutan ekonomi masih sangat rentan dan cenderung menurun pada setiap musimnya. Para petani disulitkan dalam memperoleh harga yang maksimal guna membiayai kehidupan dan proses pertanian di musim tanam berikutnya.

### **Saran**

Sebaiknya perlu adanya sistem penjualan alternatif lain yang lebih menguntungkan petani misalnya penggunaan platform teknologi, media pemasaran online, e-commerce dan sistem lainnya yang mampu meningkatkan akses pasar

para petani sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan dan keberlanjutan usaha para Petani.

Saran alternatif e-commerce kita tahu di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia, nilai transaksi e-commerce di Indonesia diperkirakan mencapai lebih dari USD 40 miliar pada tahun 2023 dan terus meningkat di tahun-tahun mendatang. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan akses internet, penggunaan smartphone yang semakin luas, serta perubahan perilaku konsumen yang kini lebih nyaman berbelanja secara daring (Winarni, Riani; *at al*, 2024)(Winarni, 2021).

## Daftar Pustaka

- Afifah, I., Nur, D., Umami, W., Regilta, W. W., Setyowati, I. D., & Abbas, S. (2023). Strategi pemasaran menggunakan sistem titip jual terhadap produk kue bakpia desa Munggu. *Jurnal Gembira (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(5), 1–7.  
<https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/193>
- Akbar, T. S. W. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Indonesia, U. K. (2014). *Pengaruh Publisitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Universitas Widyatama (Survey Pada Mahasiswa Universitas Widyatama)*.
- Aribowo, H., & Wirapraja, A. (2018). Strategi Inovasi dalam Rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis dalam Menghadapi Era Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity (VUCA). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(1), 51–58.
- Farida, F., Febrianty, F., Budilaksono, S., Suryani, N., & Gorda, A. (2022). Digitalization Strategy for Consignment, Franchising, and Partnership Networks Through the Implementation of e-KOLab (Electronics for Consignments, Franchising, Organizational Networks) (Study on MSMEs member of DPD IWAPI Bali Association). *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(3), 346–353.  
<https://doi.org/10.11594/ijmaber.03.03.05>
- Hardian, E., Alwi, L. O., & Hidrawati. (2024). Ketergantungan Petani Sayuran Terhadap Tengkulak Sebagai Patron-Klien Dalam Kegiatan Pertanian (Studi Kasus Desa Wakuli Kecamatan Kapontori Kabupaten Buton). *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 4(1), 36–42.  
<https://doi.org/10.56189/jipppm.v4i1.4>
- Iskandar, Aprillianita, P. Y., Sani, M., Irawan, R., & Hamidah, S. (2018). Kinerja Pemasaran Pada Ukm Mebel Di Kabupaten Kuningan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 14(02), 64.  
<https://doi.org/10.25134/equi.v15i01.1070>
- Jiao, X., Zhang, P., He, L., & Li, Z. (2023). Business sustainability for competitive advantage: identifying the role of green intellectual capital, environmental management accounting and energy efficiency. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 36(2).  
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2125035>
- Kepala Desa Pawenang (Deni Kurniawan). (2024). Profil Desa Pawenang 2024. *Laporan Profil Desa Pawenang 2024*, 4.
- Megasari, L. A. (2019). Ketergantungan Petani terhadap Tengkulak sebagai Patron dalam Kegiatan Proses Produksi Pertanian. *Journal Unair*, 11(1), 1–14.  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Rendelangi, A. B., Sahyunu, S., & Manan, L. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60–71.  
<https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.454>
- Riyanti, B., & Nur Aini, N. A. (2022). Strategi Keberlangsungan Usaha Umkm Kampung Singkong Pada Masa Pandemi Covid-19. *Among Makarti*, 15(2), 182–199.  
<https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.309>
- Rodoni, A. (2023). The Determinant Of Consignment Goods In Cross Border E-Cross Border E-Commerce. *International Journal of Business and Society*, 24(2)(August), 690–710.  
<https://doi.org/10.33736/ijbs.5954.2023>
- Rosyad, A. A., & Wiguna, A. B. (2018). Analisis Keberlangsungan Usaha Mikro Malang Raya (Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah FEB Univ. Brawijaya*, 6 No. 2.
- Supriyanto, U. (2020). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Universitas Negeri*

---

Yogyakarta (UNY), 6 No.1, 73–83.

- Supu, I., Din, M., & Sutomo, M. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Sistem Konsinyasi Terhadap Produk Stik Kelor Desa Tambu. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1059>
- Suzi Suzana. (2022). Akuntansi Penjualan Konsinyasi Terhadap Perolehan Laba Pada Perusahaan Surya Topan Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(2), 378–385. <https://doi.org/10.35972/jieb.v8i2.771>
- Tri Sanatha Wahyu Akbar. (2025). Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Literature Review. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 256–277. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/1717/693>
- Winarni, Riani; Angga Reza, Yolandita; Maulana, M Afrizal; Muchsam, Y. (2024). Pengaruh Ulasan Dan Rating Terhadap Peringkat Penjual Di Shopee. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 223–233.
- Winarni, R. (2021). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Wedding Organizer Pramesta Dilihat Dari Aspek Finansial Dan Non Finansial. 1(1), 42–49.
- Yuda, M. S. (2025). YUME : Journal of Management Peran Trust Dan Satisfaction Dalam Membentuk Repurchase Intention Dan Intens To Recommend : Perspektif Pelanggan Klinik Skincare Dr Metz. 8(1), 455–467.
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Mirai Management*, 7(2), 531–540.