



Pengelolaan Bisnis *Online Shop* dan Pemasaran Produk Hijau Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2016

Wildatus Sholihah
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the management of the online shop business, the development of various conditions, the marketing of green products. Data were collected by observation and interviews with 8 informants, analyzed by qualitative descriptive techniques. The results of the online shop business management research are: (1) by making a monitoring plan, (2) without a supervisory plan. Then the business development includes: (1) promotion, (2) giving discounts, (3) taking a little profit, (4) stepping on temporary funds. Green product marketing is: (1) relatively high insight, (2) low implementation.

Keywords: online shop business management, green product marketing, students

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan bisnis online shop, pengembangan dari berbagai kondisi, pemasaran produk hijau. Data dikumpulkan dengan observasi dan wawancara pada 8 informan, dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif. Hasil penelitian pengelolaan bisnis online shop adalah: (1) dengan pembuatan perencanaan pengawasan, (2) tanpa perencanaan pengawasan. Kemudian pengembangan bisnis diantaranya: (1) promosi, (2) memberikan diskon, (3) mengambil sedikit keuntungan, (4) injak dana sementara. Pemasaran produk hijau adalah: (1) wawasan relatif tinggi, (2) penerapannya masih rendah.

Kata kunci: pengelolaan bisnis online shop, pemasaran produk hijau, mahasiswa

PENDAHULUAN

Bisnis *Online Shop* adalah pemasaran melalui situs *online* yang sedang marak pada kalangan mahasiswa. Dengan kata lain memasarkan, mengenalkan, promosi produk yang akan dijual belikan serta bertransaksi secara *online* dengan konsumen. Sedangkan Pengelolaan bisnis adalah bagaimana cara mahasiswa mengelola, memanfaatkan, perencanaan dan pengontrolan bisnis *online shop* pada segala kondisi tertentu yang dijalankan saat ini serta menyusun strategi agar dapat mengembangkan bisnis *Online Shop*. Pemasaran produk hijau dilihat dari segi wawasan dan penerapan. Dalam segi wawasan apakah mengetahui kriteria produk hijau seperti produk yang tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungannya, tidak boros sumber daya dan tidak menghasilkan sampah yang berlebihan sehingga tidak membahayakan konsumen maupun lingkungannya, sedangkan dari segi penerapan apakah sudah mampu menjual produk ramah lingkungan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, berdampak dalam memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini, hal tersebut mendorong mahasiswa untuk menjalankan bisnis *Online Shop*.

Pengelolaan bisnis dapat dilakukan dengan berbagai macam cara diantaranya merencanakan (*planning*) sebelum menjalankan bisnis *Online* agar dapat terstruktur, kemudian melakukan pengawasan dalam berbagai aspek pada bisnis *Online* baik dalam segi promosi melalui media sosial, kualitas produk yang akan dijual belikan, segi kepuasan konsumen. Pada



kenyataannya dalam setiap bisnis pasti ada kendala yang tidak terduga sehingga menyebabkan bisnis mengalami kerugian. Selain mengalami kerugian, banyak pula pebisnis pada kondisi impas atau tidak mendapatkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian atau hanya kembali modal dalam penjualannya. Cara pengembangan bisnis *Online Shop* ditinjau dari segi keberhasilan yang berbeda-beda, salah satunya dengan mempertimbangkan aspek promosi untuk menunjang kepopuleran bisnis *online* tersebut. Promosi merupakan salah satu strategi yang dibutuhkan dalam bisnis *online*, baik dalam segi periklanan, alat promosi, membuat akun di media sosial yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan penjualan melalui situs *online*. Dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha sebaiknya tidak hanya memikirkan dalam segi pengelolaan serta strategi pengembangan bisnis saja, melainkan juga mempertimbangkan dampak bagi konsumen dan lingkungan dari produk yang akan mereka pasarkan.

METODE

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan yaitu bulan November-Desember 2019 di Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk melakukan analisis observasi dan wawancara. Jenis penelitian ini adalah fenomenologi, yaitu untuk menggali memahami dan menjelaskan arti fenomena atau peristiwa yang berkaitan dengan pengelolaan bisnis online shop dan pemasaran produk hijau pada mahasiswa. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling merupakan teknik pengumpulan data atau pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti agar informan yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, dapat memecahkan permasalahan dalam penelitian, hal ini akan mempermudah peneliti dalam pengambilan data karena hasil yang didapat akan merujuk pada fokus utama dari penelitian. Kriteria informan diantaranya mahasiswa program studi S1 pendidikan ekonomi dan Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Murni angkaran 2016 dan memiliki bisnis online shop. Berdasarkan hasil observasi penulis menemukan 8 informan mahasiswa memiliki bisnis online shop. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Dalam menguji keabsahan data, penulis melakukan dua teknik yaitu triangulasi sumber, dimana triangulasi sumber dilakukan dengan cara mewawancarai teman dekat informan, kemudian triangulasi sumber dilakukan dengan cara observasi melalui aktivitas bisnis online mahasiswa di kampus dan di sosial media yang digunakan sebagai sarana promosi..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil pembahasan mengenai pengelolaan bisnis *Online Shop* dan pemasaran produk hijau pada mahasiswa.

Pengelolaan Bisnis *Online Shop* dengan Perencanaan (*Planning*) dan Pengawasan (*Controlling*)

Pada dasarnya setiap produsen penting dalam melakukan perencanaan (*Planning*) dan tentu memiliki pengawasan (*Controlling*) agar bisnis *online* yang sedang dijalankan saat ini dapat berkembang sesuai dengan targetnya. Pembuatan perencanaan (*Planning*) dan pengawasan (*Controlling*) memiliki keuntungan bagi bisnis *online* yang dijalankan saat ini diantaranya, dapat mengelola pertumbuhan usahanya, menentukan dan memantau tujuan dari bisnis tersebut, menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan, dapat meninjau kembali dan mengevaluasi apakah tujuan telah sesuai dengan rencana. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Suryana (2009), bahwa rencana bisnis yang baik diantaranya memuat aspek manajemen, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan aspek teknis dalam



menjalankan bisnis tersebut. Selain itu menurut Suryana (2009), perencanaan usaha memiliki dua fungsi yaitu, (1) sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha, (2) sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar. Pembuatan perencanaan dan pengawasan dalam mengelola bisnis *online* mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan ada yang tidak melakukan keduanya, hal tersebut berdampak kurang baik terhadap bisnis tersebut. Selain tidak melakukan keduanya, ada mahasiswa yang hanya membuat perencanaan tetapi tidak melakukan pengawasan, ada juga yang tidak membuat perencanaan tetapi melakukan pengawasan.

Membuat pembukuan atau catatan dalam setiap pemasukan dan pengeluaran saat transaksi jual beli yang dilakukan oleh mahasiswa bertujuan agar dapat melakukan pengawasan atau pengontrolan melalui hasil rekapan serta dapat mengontrol pengalokasian keuntungan untuk pengembangan usahanya. Perencanaan yang dilakukan mahasiswa diantaranya dengan memikirkan akun media sosial yang akan digunakan untuk promosi, membuat tampilan gambar dan caption yang menarik, memantau harga produsen lain yang menjual produk sama, memikirkan produk apa saja yang akan dijual dan sedang diminati oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Coulthard dan Clarke (1993) dalam Karina (2017:218) bahwa secara harfiah perencanaan bisnis adalah pembelajaran secara detail mengenai aktivitas organisasi atau perusahaan dan target pada masa depan yang menggabungkan berbagai aktivitas dalam perusahaan untuk mencapai tujuan yang sedang diinginkan.

Pengelolaan bisnis dengan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan diantaranya terhadap kemajuan penjualan produk setiap minggu, pengawasan pada media sosial yang digunakan untuk promosi, evaluasi kenaikan atau penurunan omset yang diperoleh, pengawasan terhadap kualitas produk, memikirkan kepuasan konsumen. Pengontrolan tersebut dilakukan agar bisnis *online* dapat berjalan sesuai dengan rencana awal yang telah ditentukan, untuk mengendalikan keefektifan dan efisiensi bisnis yang dijalankan saat ini. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sutarno, (2012:57), bahwa fungsi dari pengawasan ialah mengatur apakah kegiatan sesuai dengan persyaratan-persyaratan yang ditentukan dalam rencana. Sehingga pengawasan berkaitan dengan fungsi dari perencanaan. Proses pengendalian atau pengawasan terdiri dari empat langkah diantaranya, (1) penetapan standar kinerja yang didasarkan pada tujuan perusahaan, (2) pengukuran dan pelaporan kinerja actual, dan (3) jika diperlukan mengambil tindakan korektif atau preventif.

Pengembangan Bisnis *Online Shop*

Pengembangan bisnis *online* apabila ditinjau dari segi keberhasilan atau kondisi, dapat terlihat ada yang pernah berada pada kondisi seimbang, selalu untung, dan bahkan sampai mengalami kerugian total yang tentunya memiliki cara atau strategi berbeda dalam mengembangkannya.

a. Kondisi Bisnis Untung

Pada umumnya, tujuan seseorang menjalankan bisnis tidak terkecuali *Online Shop* adalah untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang maksimal. Perolehan keuntungan dari hasil bisnis *Online Shop* dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan pribadi serta untuk mengembangkan usahanya, pengembangan bisnis *Online Shop* ditinjau dari perolehan keuntungan mahasiswa mengalokasikan untuk pengembangan bisnis dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti untuk makan, nongkrong, dan kebutuhan kuliah, ada sebagian mahasiswa yang menentukan presentase keuntungan untuk pengembangan bisnis, namun ada juga yang tidak mempresentasikan keuntungan sebagai pengembangan bisnis, namun ada mahasiswa yang mengalokasikan semua perolehan keuntungan untuk menambah modal usaha berupa produk-produk baru yang akan dijual.



Mahasiswa yang selalu mendapatkan keuntungan dalam mengembangkan dan menyiasati agar bisnis *Online Shop* selalu mendapat keuntungan diantaranya, (1) menjaga kualitas produk, (2) menjual sesuai dengan harga pasar, (3) memberikan sale (diskon), (4) menjual berbagai macam produk, (5) menjaga kualitas produk. Hal tersebut dilakukan mahasiswa diharapkan agar bisnis *online* yang dijalankan saat ini dapat berkembang sesuai rencana (*planning*) awal yang telah direncanakan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Widarjo & Doddy dalam Sitepu, (2017: 40) dalam penelitiannya menemukan bahwa, perusahaan yang mampu melakukan efisiensi dan efektifitas dalam menggunakan asset perusahaannya, dan mampu mengukur kapasitas dalam menghasilkan laba berdasarkan penggunaan asset yang ada.

b. Kondisi Bisnis Rugi

Pada kenyataannya, setiap bisnis tidak selalu mengalami peningkatan melainkan pasti pernah berada pada titik rendah yang dapat membahayakan kelangsungan bisnis tersebut. Kegagalan yang dialami dapat disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya kualitas barang dari *supPLIER* atau *distributor* kurang bagus sehingga produk yang akan dijual tidak dapat maksimal, adanya beberapa retur dari konsumen karena barang yang datang tidak sesuai dengan pesanan atau tidak sesuai dengan gambar di media sosial, kurangnya dalam segi promosi.

Faktor penyebab kegagalan bisnis tersebut sesuai dengan pendapat Tharob, dkk. (2017:10) menyatakan bahwa, terdapat beberapa kendala dalam bisnis *online* diantaranya (1) terbatasnya pengetahuan tentang bisnis online, (2) banyaknya penipuan di dunia maya, (3) persaingan bisnis online yang sangat tinggi, (4) kendala koneksi internet.

Dari kondisi bisnis yang rugi tersebut, mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan mengambil beberapa cara atau strategi yang dilakukan untuk menyiasati agar bisnis *Online Shop* dapat berjalan seperti semula, diantaranya dengan (1) sistem injak dana sementara atau menggunakan uang pribadi sebagai perputaran modal, (2) memberi harga rendah, (3) gencar promosi di media sosial, (4) memberikan diskon (potongan harga), (5) menjual dengan harga sesuai *request* konsumen. beberapa cara atau strategi yang ditempuh ketika bisnis mengalami kegagalan diharapkan dapat menunjang pengembangan *online shop* mereka.

c. Kondisi Bisnis Impas / Seimbang

Pada kenyataannya selain pernah mengalami kerugian, ada beberapa mahasiswa yang mengalami kondisi impas atau seimbang dalam menjalankan bisnis *Online Shop* dimana tidak mendapatkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kasmir, (2010:185) bahwa Analisis impas merupakan suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dengan kondisi tidak memperoleh pendapatan atau laba dan tidak mengalami kerugian. Suatu usaha dikatakan impas atau *Break Event Point* ketika jumlah pendapatan atau revenue sama dengan jumlah biaya atau laba hanya bisa digunakan untuk menutupi biaya tetap saja. Perhitungan BEP adalah cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar usaha tidak menderita kerugian tetapi juga belum mendapatkan keuntungan atau laba dengan kata lain sama dengan nol, (Mulyadi dalam Suprajitno, (2015: 67)).

Kondisi seimbang tersebut terjadi karena beberapa faktor, sehingga informan memiliki cara atau strategi yang dilakukan untuk menyiasati agar bisnis *Online Shop* tersebut dapat berjalan seperti semula diantaranya, (1) menjual dengan harga rendah, (2) gencar melakukan promosi di media sosial, (3) mengambil sedikit keuntungan, (4) memberikan diskon atau potongan harga, (5) menjual produk lain (pindah haluan), karena diharapkan dengan menjual produk berbeda akan mendapatkan keuntungan yang kemudian digunakan untuk pengembangan usahanya. Selain cara tersebut, apabila ditinjau dari perolehan keuntungan, informan yang berada pada kondisi impas mengalokasikan seluruh keuntungan untuk pengembangan bisnisnya.



Pemasaran Produk Hijau

Pemasaran produk hijau pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2016 bahwa pada dasarnya sebagian besar mahasiswa yang menjalankan bisnis *Online Shop* telah memahami mengenai pemasaran produk-produk yang dikategorikan berwawasan lingkungan namun ada beberapa mahasiswa yang belum mengetahui secara jelas kriteria produk berwawasan lingkungan. Penting bagi setiap produsen untuk mengetahui kriteria produk-produk yang digolongkan berwawasan lingkungan tidak terkecuali kalangan mahasiswa yang tentunya harus mengetahui mengenai hal tersebut. Terlebih pada saat ini kondisi Negara Indonesia yang marak diisukan oleh adanya *global warming* yang tidak lain diantaranya disebabkan oleh hasil produksi yang membahayakan kondisi lingkungan sekitar.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Pride & Farrel dalam Lailia Mamahit (2015:339) menyatakan bahwa *green marketing* merupakan sebuah upaya orang mendesain, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang tidak merusak lingkungan. Menurut Rudi Haryadi dalam Lailia Mamahit (2015:339) menjelaskan bahwa *Green marketing* merujuk pada kepuasan kebutuhan, keinginan, dan hasrat pelanggan dalam hubungan dengan pemeliharaan dan pelestarian dari lingkungan hidup.

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan ada yang belum mengetahui secara spesifik kriteria produk yang dikategorikan berwawasan lingkungan, tetapi ada juga yang sudah mengetahui kriterianya, sedangkan dalam segi penerapan pemasaran produk berkelanjutan masih rendah. Beberapa alasan mahasiswa belum mampu memasarkan dan memproduksi produk-produk berkelanjutan dikarenakan modal usaha yang dibutuhkan relatif banyak, mayoritas mahasiswa yang menjalankan bisnis *online* hanya sebagai reseller belum mampu memproduksi produk yang akan dijual belikan, serta sasaran konsumennya rata-rata berasal dari kalangan mahasiswa yang pada kenyataannya belum mampu mengkonsumsi produk-produk berwawasan lingkungan dengan harga mahal.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan mengenai pengelolaan bisnis *online shop* melalui perencanaan, pengawasan dan cara mengembangkan ditinjau dari segi keberhasilan bisnis, serta memperbaiki wawasan, dan perilaku ekonomi masyarakat untuk menuju ekonomi berkelanjutan pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2016 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam mengelola bisnis *Online Shop* mahasiswa membuat perencanaan (*planning*) dan melakukan pengawasan (*controlling*), namun ada sebagian mahasiswa yang tidak melakukan perencanaan (*planning*) serta pengawasan (*controlling*), itu dapat terlihat dari pembahasan dan data yang peneliti peroleh dari lapangan kemudian disimpulkan sebagai kesimpulan akhir.
2. Pengembangan bisnis *Online Shop* dari segi keberhasilan bisnis mahasiswa beragam, diantaranya mahasiswa yang pernah berada pada kondisi seimbang atau impas, cara yang dilakukan untuk mengembangkan diantaranya menjual dengan harga rendah, gencar melakukan promosi di media sosial, mengambil sedikit keuntungan, memberikan diskon atau potongan harga, menjual produk lain (pindah haluan). Mahasiswa yang pernah mengalami kerugian, cara yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis diantaranya dengan sistem injak dana sementara atau menggunakan uang pribadi sebagai perputaran modal, memberi harga rendah, gencar promosi di media sosial, memberikan diskon (potongan harga), menjual dengan harga sesuai *request* konsumen. mahasiswa yang selalu mendapatkan keuntungan cara untuk mempertahankan serta mengembangkan usaha diantaranya menjaga kualitas



produk, menjual sesuai dengan harga pasar, memberikan sale (diskon), menjual berbagai macam produk, menjaga kualitas produk. Hal tersebut dapat terlihat dari pembahasan serta data yang diperoleh peneliti di lapangan.

Wawasan mahasiswa terhadap produk berwawasan lingkungan relatif tinggi, namun dalam segi penerapan masih rendah, hanya sebagian mahasiswa yang mampu memasarkan produk berwawasan lingkungan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alam, Rudianto. 2016. Edisi Revisi Ekonomi untuk SMA/MA kelas X. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Cahyono Eko W. 2006. Pengaruh Pemanasan Global Terhadap Lingkungan Bumi, (Online), dalam mendeley
(https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnal.lapan.go.id/index.php/berita_dirgantara/article/download/732/649&ved=2ahUKEwj_MzFrZTnAhXaSH0KHY5CAvcQFjAEegQIBRAB&usq=AOvVaw3eoGzMAHfFRDa_uZ9-GEk), diakses 21 januari 2020.
- George R. Terry. 2009. Prinsip-Prinsip Manajemen. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hifzhan F, dkk. 2015. Upaya Pengembangan E-business Dalam Pemasaran Produk Secara Internasional (Studi pada Akademi Bisnis OnlineIndonesia Surabaya). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 23 (1), (Online).
(<https://media.neliti.com/media/publications/85986-ID-upaya-pengembangan-e-business-dalam-pema.pdf>), diakses 25 Desember 2019.
- Jamaludin, dkk. 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 21 (1) April 2015, (Online), dalam Mendeley
(<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.neliti.com/id/publications/85820/pengaruh-promosi-online-dan-persepsi-harga-terhadap-keputusan-pembelian-survei-p&ved=2ahUKEwiVYm0h57nAhWdc30KHYpRBxgQFjAFegQIBBAB&usq=AOvVaw39GLUUMy0GE7B8cJnz7Oq>), diakses 18 Desember 2019.
- Jasfar Farida. 2012. Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa. Jakarta Selatan: Salemba empat.
- Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P dan G Armstrong. 1998. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 2 (Edisi Bahasa Indonesia dari principles of marketing). Jakarta: Penerbit PT Prenhalindo.
- Mamahit L. 2015. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Ades Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riadi Surakarta. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 15 (3), (Online).
(<https://media.neliti.com/media/publications/23484-ID-pengaruh-green-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-produk-air-minum-dalam-kem.pdf>), diakses 20 November 2019.
- Melati R. 2017. Perancangan dan Implementasi Perencanaan Bisnis dan Strategi Promosi bagi Kelompok Rintisan Usaha Mandiri Sanggar Batik Jenggolo dan Sekar Arum di Kota Yogyakarta. Indonesian Journal of Community Engagement, 02 (02) Maret 2017, (Online).
(<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jurnal.ugm.ac.id/jpkm/article/download/27278/16767&ved=2ahUKEwi614TKo6DnAhUXSsKHW-2BHAQFjAAegQIAhAB&usq=AOvVaw3Spm9009elOIjKGlidnKI>),



- diakses 22 November 2019.
- Nafarin, M. 2007. Penganggaran Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Nafarin, M. 2004. Penganggaran Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugraha P. 2017. Start Up Digital Bussines Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. Jurnal NUSAMBA, 2 (1), (Online).
(https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.researchgate.net/publication/323099321_START_UP_DIGITAL_BUSINESS_SEBAGAI_SOLUSI_PENGGERAK_WIRAUSAHA_MUDA&ved=2ahUKEwjK2LSMJJ7nAhVEeX0KHU02C9YQFjABegQIARAB&usg=AOvVaw0PbU8rYdoSPIXJdYHKzk30), diakses 21 November 2019.
- Rahayu Fitriana. 2012. PENGGUNAAN MEDIA ONLINE UNTUK BISNIS OLEH PEREMPUAN (Studi Deskriptif Pengelolaan Informasi untuk Bisnis Dengan Media Online oleh Perempuan pada Komunitas WOSCA), (Online), dalam mendeley (<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-Jurnal-FITRIANA%2520RAHAYU.pdf&ved=2ahUKEwiS1sq5iJ7nAhVWb30KHfMCZAQFjABegQIBhAB&usg=AOvVaw0xPdmkiRLmH8sjc0IqOM8O>), diakses 20 Desember 2019.
- Riska Inggardani. 2019. Analisis Perilaku Produsen Terhadap Produksi Krupuk Pak Sutrisno. Kompasiana. (Online)
(<https://www.kompasiana.com/ingawardani/5ce415456b07c55adb173aa6/analisis-prilaku-produsen-terhadap-produksi-krupuk-pak-sutrisno>), diakses 11 Oktober 2019.
- Sahat P. 2017. Analisis Sistem Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan. Jurnal Ilmiah Methonomi, 3 (2), (Online), (<https://media.neliti.com/media/publications/197042-ID-analisis-sistem-pengawasan-terhadap-kine.pdf>), diakses 17 November 2019.
- Septifani, Riska, dkk. 2014. Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Teknologi, 33 (2), (Online), (<https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/jbm>), diakses 4 Maret 2020.
- Siagian, P. Sondang. 1997. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitepu, Sri Nathasa Br. 2017. Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis di Kota Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan No. 1, (Online), (<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.unair.ac.id/JMITT/article/download/5136/3290&ved=2ahUKEwiJuLjWN3nAhUGzDgGHW9oCngQFjAJegQIBhAB&usg=AOvVaw2nBfuL9DRcw9XGB3AmpBW>), diakses 19 Februari 2020.
- Situmeang Romauli Rosinta. 2018. Dampak Bisnis Online dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan). AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurshi, (Online), dalam mendeley.
(https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwizozqzgL7kAhVKpI8KHZWCC8gQFjACegQIAXAC&url=https%3A%2F%2Fjournal.uin-suka.ac.id%2Fajie%2Farticle%2Fdownload%2F11620%2F8724&usg=AOvVaw1Ba6m8X_n0nCZ06tTO_KoZ), diakses 20 Desember 2019.
- Suprajitno Dwi. 2015. Analisis Perhitungan Titik Impas (Break Event Point) Dengan Metode Margin Kontribusi Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Roti "Bayu Sari" Petanahan. Jurnal Fokus Bisnis, 14 No



- (01),(Online),(https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/download/177/148/&ved=2ahUKEwiB2rmbnt3nAhVrxDgGHaoUD3AQFjAAegQIARAB&usg=AovVa3DTbEi6EDyvP4N_vsrAWTE), diakses 19 Februari 2020.
- Sutarno. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tharob F. Gabriel, dkk. 2017. Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unstrat. E journal "Acta Diurna", VI (2), (Online), (https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/93581-ID-analisis-hambatan-bisnis-online-bagi-mah.pdf&ved=2ahUKEwjFnaSMip7nAhVPfH0KHUjJCK4QFjABegQIBxAH&sg=AOvVaw3EYU3WITsE_Ni0JXLucCLP), diakses 27 November 2019.
- Winarsih, Baedhowi, Bandi. 2014. Pengaruh Tenaga Kerja, Teknolgi, dan Modal Dalam Meningkatkan Produksi di Industri Pengolahan Garam Kabupaten Pati. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 3 (2), (Online)., (<https://media.neliti.com/media/publications/13879-ID-pengaruh-tenaga-kerja-teknologi-dan-modal-dalam-meningkatkan-produksi-di-industr.pdf>), diakses 20 November 2019.
- Zimmerer & Scarborough. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.