

## PELATIHAN ETIKA BISNIS, MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI UMKM DI SWK TAMAN BUNGKUL

Suwitho  
Dian Palupi  
Ulfah Setia Iswara  
Teguh Gunawan Setyabudi

*suwitho@stiesia.ac.id*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*Wonokromo sub-district has a lot of community economic potential, especially in the culinary field, which must be continuously explored to achieve optimal economic growth. Efforts to improve the community's economy are carried out with a focus on creative economy businesses that continue to grow. The purpose of implementing this service program is to provide training and mentoring on business ethics, digital marketing management and simple bookkeeping to support business financial reporting. The object of the service activity is MSME actors consisting of food entrepreneurs at the Taman Bungkul Culinary Tourism Center who continue to innovate in marketing their products both conventionally and digitally. Digital marketing through e-commerce (gojek, grab, and shopee). Several stages of marketing implementation activities namely surveying the location of the Taman Bungkul Culinary Tourism Center in Wonokromo District, training and mentoring for MSMEs in SWK Taman Bungkul Wonokromo District, and monitoring evaluation of the implementation of marketing management in order to expand sales coverage and guarantee business continuity amidst challenges of competition and the economy is currently growing.*

*Keywords: business ethics, marketing management, simple book*

### ABSTRAK

Kecamatan Wonokromo memiliki banyak sekali potensi ekonomi masyarakat khususnya di bidang kuliner yang harus terus digali untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang optimal. Upaya peningkatan perekonomian masyarakat dilakukan dengan fokus pada usaha-usaha ekonomi kreatif yang terus berkembang. Pelaksanaan program pengabdian ini memiliki tujuan adalah untuk memberikan pelatihan serta pendampingan etika bisnis, manajemen pemasaran digital dan pembukuan sederhana untuk mendukung pelaporan keuangan usaha. Objek kegiatan pengabdian adalah para pelaku UMKM yang terdiri dari pengusaha makanan di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul yang terus berinovasi dalam memasarkan produk baik secara konvensional maupun secara digital. Pemasaran digital melalui *e-commerce* (gojek, grab, dan shopee). Beberapa tahapan kegiatan implementasi pemasaran yakni survei lokasi Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul di Kecamatan Wonokromo, pelatihan dan pendampingan bagi UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo, dan *monitoring* evaluasi atas implementasi manajemen pemasaran guna memperluas cakupan penjualan dan adanya jaminan keberlangsungan usaha di tengah tantangan persaingan dan semakin menggeliatnya perekonomian saat ini.

Kata kunci: etika bisnis, manajemen pemasaran, pembukuan sederhana

### PENDAHULUAN

Salah satu aspek yang mendorong perekonomian sebuah Negara adalah keberlangsungan banyaknya jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM). Menurut Prihatminingtyas (2015) UMKM sebagai salah satu dari kegiatan ekonomi perorangan yang tetap menjadi pilihan utama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menyerap banyak tenaga kerja, dan membentuk masyarakat yang kompeten dalam per-

ekonomian. Masyarakat sebagai sumber daya yang memiliki kemampuan dalam menyalurkan kreatifitas dan ide-ide cerdasnya nyatanya mampu untuk menciptakan beragam produk UMKM. Keragaman produk UMKM inilah yang nantinya akan berdampak pada semakin meningkatnya potensi perekonomian. Adanya potensi perekonomian dapat diwujudkan melalui peningkatan produk lokal dengan ciri khas masing-masing wilayah.

Wilayah terbesar kedua di Indonesia adalah Kota Surabaya. Potensi perekonomian Surabaya tidak dapat dipandang sebelah mata. Banyak sekali hasil produk UMKM yang dihasilkan, antara lain produk hasil industri makanan, industri kerajinan, industri tekstil, dan industri agrobisnis yang masing-masing mempunyai pangsa pasarnya sendiri dan semakin dapat berkembang pesat. Pada industri makanan, banyak sekali pelaku UMKM yang tumbuh pesat di bidang makanan, antara lain kue basah, kue kering, makanan cepat saji, makanan ringan dan berat, maupun makanan olahan seperti nugget dan siomay. Pada industri kerajinan, banyak muncul industri ekonomi kreatif seperti kerajinan tangan, *handycraft*, bunga kertas, dan lainnya. Pada industri tekstil, banyak terdapat pelaku UMKM yang menghasilkan kerudung, baju muslim, sprei, sarung bantal guling dan baju-baju lainnya yang banyak dijual pada pusat grosir maupun melalui pameran produk UMKM. Pada industri agrobisnis, banyak pelaku UMKM yang bergerak di wisata taman edukasi, wisata air, serta wisata mangrove sebagai ciri khas Kota Surabaya. Adapun konsumen yang menikmati produk hasil UMKM adalah konsumen dalam negeri dan konsumen luar negeri.

Sebaran wilayah Kota Surabaya adalah Kecamatan Wonokromo dengan potensi perekonomian yang unggul. Potensi tersebut ditunjukkan dengan banyaknya jumlah UMKM dan banyaknya produk hasil UMKM yang terdapat di wilayah Kecamatan Wonokromo. Setiap usaha yang dijalankan, khususnya oleh UMKM tentu banyak menghadapi persoalan. Adapun persoalan yang timbul bisa jadi sangat kompleks. Setelah melakukan survei dan diskusi dengan pengurus SWK Taman Bungkul, salah satu masalahnya terkait dengan etika bisnis. Menurut Prihatminingtyas (2019) Etika Bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan antara lain: norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial. Pertimbangan yang diambil pelaku bisnis dalam mencapai tujuannya adalah dengan memperhatikan terhadap kepentingan dan fenomena sosial dan budaya masyarakat. Selain itu, Masalah lain yang dihadapi UMKM adalah tentang pemasaran. Menurut Kotler (2020) pemasaran adalah proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang kuat, dan menciptakan nilai untuk pelanggan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Bagaimana usaha dapat terus

beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (*order*) atas produk yang dihasilkan. Di tengah pandemi Covid 19, tentu penjualan produk mengalami dampak yang signifikan. Volume penjualan produk UMKM cenderung sepi dan semakin menurun. Bila hal ini tidak segera diatasi maka akan berlanjut pada keberlangsungan usaha yang tidak menentu. Penjualan produk melalui *platform* tokopedia menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan agar produk dapat dikenal dan dilakukan pemesanan oleh konsumen. Pelaku UMKM harus berpindah metode pemasaran dari yang sebelumnya konvensional menjadi digital mengikuti perkembangan teknologi yang terus baru dan baru. Pemasaran yang dilakukan diharapkan mampu mendongkrak penjualan produk kuliner dari UMKM di tengah melesatnya penggunaan internet dan aplikasi *online* seperti goFood, Grabfood, Shopeefood, Paxel, dan lain sebagainya. Selain itu dukungan media sosial seperti instagram dianggap kompeten untuk mendukung peningkatan penjualan produk kuliner di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

Bekal etika dalam menjalankan usaha dan pencatatan keuangan melalui pembukuan sederhana diharapkan mampu mendukung keberlangsungan usaha. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pembukuan sederhana diartikan sebagai suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan. Pencatatan keuangan ini meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan, dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa. Kemudian bisa ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi pada periode tersebut.

Mitra UMKM di Kecamatan Wonokromo mengalami beberapa masalah sebagai berikut: (a) Bagaimana menciptakan etika dalam bisnis untuk meningkatkan motivasi dan semangat sebagai upaya pengembangan dan kesinambungan UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya; (b) Bagaimana memperluas cakupan penjualan melalui manajemen pemasaran bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya; dan (c) Bagaimana meningkatkan daya inovasi dan kreativitas melalui pencatatan keuangan bisnis bagi para pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Tujuan dari

kegiatan pengabdian kepada masyarakat yakni: (a) Menciptakan etika dalam bisnis untuk meningkatkan motivasi dan semangat sebagai upaya pengembangan dan kesinambungan UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya; (b) Memperluas cakupan penjualan melalui manajemen pemasaran bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya; dan (c) Meningkatkan daya inovasi dan kreativitas melalui pencatatan keuangan bisnis bagi para pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

#### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada UMKM yang ada di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Adapun tahapan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut: (a) Identifikasi masalah yang dilakukan secara *offline* dan *online*. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dari masing-masing UMKM menggunakan indikator yang telah ditetapkan oleh tim pengabdian masyarakat. Beberapa pertanyaan akan diajukan untuk selanjutnya akan dirumuskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari UMKM yang ada di SWK Taman Bungkul. Mekanisme identifikasi dilakukan secara *self assessment* dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. (b) Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara *offline*. Tahapan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan secara langsung mengenai etika bisnis, pemasaran digital, dan pembukuan sederhana. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 51 mitra UMKM yang tergabung pada Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penyerapan maupun pemberian materi. Pendalaman materi disampaikan melalui forum tanya jawab selama pelatihan dan pendampingan *online*. (c) *Monitoring* evaluasi (*monev*) yang dilakukan secara *online*. Tahapan ini melalui *monitoring* via whatsapp group dan bertujuan untuk sebagai bahan evaluasi yang bisa digunakan sebagai landasan perumusan kegiatan di kegiatan pengabdian selanjutnya.

Adapun mitra UMKM yang mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana disajikan pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1**  
**Daftar Mitra UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya**

No	Nama	Jenis Dagangan
1	Irawan Suhendra	Soto Daging
2	Amanah	Nasi Rawon
3	Irawati	Es Juice dan Es
	Rahayuningsih	Campur
4	Gami Susilowati	Nasi Campur , Krengsengan, Penyetan
5	Sudiono	Snack
6	Farin A Sani	Warung Kopi
7	Wawan Adi Wahyudi	Warung Kopi
8	Budi Santoso	Es Juice
9	Ngatimun	Bakso
10	Adi Prasetyo	Es Campur
11	Cathur hanggara Putra	Martabak Mini dan Warkop
12	Ardian Firmanto	Martabak
13	Martono	Martabak
14	Budi Santoso	Minuman
15	Soedjoko	Lontong Kupang dan Warkop
16	Putri Prasetyo Sari	Es Juice
17	Miswar	Snack dan Merancang
18	Warsi	Martabak
19	Sudarmi	Martabak
20	Tonny Kriswanto	Terang Bulan
21	Supriyadi	Gado - Gado
22	Wiwik Herwati	Nasi Campur
23	Denok Tresnowati	Nasi Campur
24	Usnilawati	Masakan Padang
25	Kartijah	Nasi Pecel dan Rawon
26	Mina	Soto Ayam
27	Luluk Kunaidah	Siomay, Batagor dan Penyetan
28	Agus Purprio	Chinese Food
29	Eko Sugiono	Warkop dan Bakso
30	Alamin Rohmatul Aziz	Nasi Campur
31	Eva Purwaningtyas	Ayam Kremes
32	H. CH. SupriyonoTj. R	Battu Perhiasan
33	Syarif Budiman	Nasi Campur
34	Suhartini	Rujak
35	Eka Agus Tini	Minuman
36	Machfud	Warkop
37	Indang Haryani	Aneka Minuman

No	Nama	Jenis Dagangan
38	Cheffta Ardiansyah D.	Rujak Ulek
39	Sunaryo	Lontong Balap
40	Aryo Avianto	Warkop dan Angkringan
41	Kasihati	Warkop
42	Ujang Ermaya	Warkop dan Ketan
43	Yogha Ponco Sawito	Ketan Sambel
44	Fatimah	Minuman
45	Sunari	Nasi Bebek
46	Chasanah	Nasi Lodeh dan Warkop
47	Armando Iman S.	Warkop
48	Sri Haryati	Warkop
49	Soebakri Siswanto	Nasi Pecel dan Rawon
50	Handoyo	Roti Bakar
51	Kurniawan	Warkop

Sumber: SWK Taman Bungkul, 2022

UMKM yang ada di SWK Taman Bungkul berjualan dari pagi hingga malam di outlet yang telah dibangun secara permanen yang berlokasi di Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Wonokromo merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Wonokromo dengan berbagai hasil produk UMKM. Produk berupa makanan dan minuman masih menjadi andalan dan terpusat di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya mulai berdiri tahun 2000an. Banyak perkembangan yang terjadi baik dari segi pengelolaan SWK dan lokasi SWK itu sendiri. Saat ini pedagang yang ada di SWK Taman Bungkul telah menempati stan-stan yang tertata rapi dan telah ada pengurus Paguyuban yang terdiri atas Ketua, Sekretaris dan Bendahara.

UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo berjumlah 51 UMKM telah diberikan pelatihan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana. Sebelumnya tim pengabdian masyarakat mengidentifikasi permasalahan yang timbul bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonokromo. Dalam

membangun suatu bisnis maka etika bisnis yang baik sangat diperlukan, hal ini disebabkan karena bisnis dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip dan cara yang baik pula dimana dalam prinsip ini yang diutamakan adalah kebenaran, kejujuran dan tanggung jawab akibatnya tidak merugikan pihak perusahaan maupun konsumen disamping itu karyawan akan merasa terlindungi atas hak-haknya (Mulyaningsih dan Hermina, 2017).

Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah tentang etika bisnis. Etika mencakup kegiatan bisnis yang beragam dari menjaga keseimbangan kehidupan kerja untuk menilai dampak dari globalisasi. Dalam lingkungan bisnis saat ini, manajemen risiko etika akan mengarahkan organisasi anda jauh dari krisis dan meningkatkan kesuksesan keuangan (Mulyaningsih dan Hermina, 2017). Masalah lainnya adalah pemasaran, di tengah pandemi Covid 19 omset yang dihasilkan oleh UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (*order*) atas produk yang dihasilkan.

Para pelaku UMKM harus dapat menyadari pentingnya konsistensi untuk proses produksi, pengemasan, labeling, penjualan, promosi atas produk yang dihasilkan agar usahanya terus berkelanjutan. Selain masalah penjualan produk, beberapa UMKM berurusan dengan etika saat berkomunikasi dengan pelanggan dan *supplier* penyedia bahan baku. Beberapa pelanggan terkadang tidak kembali ke SWK Taman Bungkul karena merasa dirugikan saat melakukan pembayaran karena harga yang tidak sesuai. Seharusnya para pedagang memasang daftar harga yang mudah diketahui oleh konsumen. Terkait produk makanan siap santap mulai dari penyiapan bahan baku yang *fresh* (baru), pengolahan yang higienis dan penyajian yang bersih juga harus dilakukan dengan baik dan menjadi perhatian agar konsumen dapat kembali ke warung makanan yang ada di SWK Taman Bungkul.

Permasalahan modal yang berkaitan dengan perhitungan laba rugi juga turut menjadi perhatian dan harus segera dicarikan solusinya. Banyak UMKM yang terlanjur melakukan pinjaman (kredit) dari pihak perbankan, setelah beberapa periode kemudian tidak mampu untuk membayar karena berbagai alasan. Mulai alasan dagangan sepi, uang tercampur dengan rumah tangga, tidak dapat keuntungan atas penjualan. Nah berbagai masalah yang muncul nantinya akan dicarikan jalan keluar yang memadai.

Kegiatan identifikasi masalah dilakukan secara *online* dan *offline* dengan seluruh mitra UMKM di SWK Taman Bungkul. Gambar 1 menunjukkan dokumentasi saat tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM di SWK Taman Bungkul.



Sumber: Dokumen Tim Pengabdian

**Gambar 1**  
Kegiatan koordinasi secara *online*

Solusi akan dicari oleh tim pengabdian dan Ketua Paguyuban SWK Taman Bungkul. Salah satu cara yang diambil untuk menyelesaikan masalah yang ada di SWK Taman Bungkul adalah memberikan pelatihan. Pelatihan tentang etika bisnis, di dalamnya nanti akan diberikan pengetahuan bahwa pentingnya menjaga etika dalam berdagang dengan konsumen, *supplier*/ pemasok, pesaing, pemerintah dan masyarakat sekitar. Untuk manajemen pemasaran, diberikan pelatihan pengelolaan usaha melalui pemasaran *offline*. Bagaimana perkembangan digital saat ini tidak cukup hanya dengan mengandalkan dagangan dari mulut ke mulut, namun harus didukung dengan penguasaan teknologi informasi dimana pemesanan makanan dan minuman dengan melalui aplikasi *online*. Pembukuan sederhana, banyak pedagang (mitra UMKM) yang tidak melakukan pencatatan keuangan

dengan baik sehingga mereka kesulitan untuk mengetahui laba dan rugi usaha yang telah dijalankan.

Adapun beberapa manfaat dari pembukuan sederhana, yaitu: a) Memisahkan dana pribadi dan dana milik bisnis; b) Mengetahui arus keluar masuk kas dan modal lainnya; c) Mengetahui kewajiban atas utang, piutang, pajak, dan pengeluaran rutin lain; d) Mengurangi risiko hilangnya aset bisnis karena data yang rancu; e) Mengontrol biaya operasional bisnis dengan rapi; dan f) Mengetahui progres bisnis dan menilai keuntungan atau kerugian (Zakawali, 2022). Selain itu, dalam penentuan harga pokok produk, mayoritas pedagang tidak bisa menetapkan harga yang pas, entah harga tersebut lebih mahal atau lebih murah dan berapa keuntungan yang diperoleh.

Tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi masalah dan berkoordinasi dengan Pengurus Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo. Masalah etika dan pemasaran menjadi perhatian utama bagi para pelaku usaha karena produk makanan dan minuman sangat erat hubungannya dengan konsumsi. Berikut dokumentasi kegiatan diskusi dengan Pengurus SWK Taman Bungkul dan Perwakilan UMKM disajikan pada gambar 2.



Sumber: Dokumen Tim Pengabdian

**Gambar 2**  
Kegiatan diskusi dengan pengurus SWK Taman Bungkul

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan secara terjadwal sesuai dengan topik yang diberikan yakni etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana bagi UMKM di SWK Taman Bungkul. Kegiatan diikuti oleh 51 UMKM yang terdaftar di SWK Taman Bungkul. Berikut dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat disajikan pada gambar 3.



Sumber: Dokumen Tim Pengabdian

**Gambar 3**

### **Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM di SWK Taman Bungkul**

Selanjutnya, akan dilakukan kegiatan *monitoring* dan evaluasi atas etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana melalui *online* dan *offline* kunjungan ke pedagang di SWK Taman Bungkul. Implementasi diwujudkan melalui pendampingan tentang pembukuan sederhana bagi UMKM yang tergabung dalam SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya, hal ini terlihat pada gambar 4.



Sumber: Dokumen Tim Pengabdian

**Gambar 4**

### **Kegiatan Monitoring dan Evaluasi UMKM di SWK Taman Bungkul**

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, *monitoring* dan evaluasi dilaksanakan secara terstruktur selama bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2022.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo diberikan melalui pelatihan dan pendampingan materi etika bisnis, manajemen pemasaran, dan pembukuan sederhana. Kegiatan ini diharapkan dapat mem-

berikan manfaat bagi UMKM di SWK Taman Bungkul. Adapun rekomendasi selanjutnya yakni: (1) Perlu dilakukan kegiatan dan evaluasi berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia; (2) Materi edukasi pelatihan akan diberikan guna menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga dalam edukasi pelatihan lebih banyak dilakukan dalam diskusi dan *sharing* pengetahuan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian kepada masyarakat SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo mengucapkan terimakasih kepada Pengurus SWK Taman Bungkul dan seluruh mitra UMKM atas ketersediaan waktu dan tempat dalam upaya peningkatan kualitas produk dan layanan bagi konsumen penikmat makanan dan minuman di SWK Taman Bungkul. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya atas dukungan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terselenggara secara berkesinambungan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P. (2020). *Principles of Marketing: Eight European Edition*. Pearson. USA.
- Mulyaningsih dan T. Hermina. 2017. *Etika Bisnis*. CV KIMFA MANDIRI. Bandung.
- Prihatmingtyas, B, (2015). The business opportunity of micro industry of crispy chicken and crispy salty fish in malang city, Indonesia. *International Journal of economics, Commerce and Management*. 3(2).
- Prihatmingtyas. (2019). *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. CV IRDH. Malang.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang *Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Zakawali, G. 2022. Pembukuan Sederhana untuk Bisnis Kecil. <https://store.sirclo.com/blog/pembukuan-sederhana/>.