E-ISSN: 3025-0994
Halaman 5042-5049
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Dinamika Pelayanan Dan Relasi Sosial Dalam Bisnis Kuliner: Studi Kualitatif Di Sentral Durian 99

Nabila Aulia[1], Amin Tohari[2]

[1.2] Program Studi Sosiologi, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya
e-mail : nabilaauliarahmah08@gmail.com amintohariuinoke@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam interaksi antara aspek pelayanan komersial dan dimensi relasi sosial yang terbentuk dalam ekosistem bisnis kuliner di Sentral Durian 99 menggunakan perspektif teori modal sosial (*social capital*) Robert Putnam. Dalam industri kuliner yang kompetitif, pelayanan tidak lagi sekadar transaksi fungsional, melainkan ruang pembangunan modal sosial yang bertumpu pada kepercayaan (*trust*), norma timbal balik (*reciprocity*), dan jaringan sosial (*networks*). Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pengelola serta pelanggan, dan dokumentasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika pelayanan di Sentral Durian 99 dipengaruhi oleh perpaduan antara standar operasional formal dan pendekatan personal yang bersifat kekeluargaan. Relasi antara penjual dan pembeli melampaui batas hubungan transaksional, di mana kepercayaan dan loyalitas pelanggan terbentuk melalui komunikasi interpersonal yang intens serta norma timbal balik yang saling menguntungkan. Lebih lanjut, ruang fisik dan atmosfer tempat usaha berperan sebagai katalisator dalam memperluas jejaring interaksi sosial, baik antara penjual dan pembeli maupun antarpelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan bisnis kuliner tidak hanya bertumpu pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pengelola merawat modal sosial dan menciptakan pengalaman emosional bagi pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian sosiologi ekonomi serta kontribusi praktis bagi strategi manajemen pelayanan berbasis relasional.

Kata Kunci: Dinamika Pelayanan, Relasi Sosial, Bisnis Kuliner, Studi Kualitatif, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study aimed to explore in depth the interaction between commercial service aspects and the dimensions of social relations formed within the culinary business ecosystem at Sentral Durian 99, employing the perspective of Robert Putnam's social capital theory. Within the competitive culinary industry, service was no longer merely a functional transaction, but rather an arena for building social capital grounded in trust, norms of reciprocity, and social

networks. Utilizing a qualitative approach with a case study method, data were collected through participatory observation, in-depth interviews with both managers and customers, and field documentation. The findings indicated that the service dynamics at Sentral Durian 99 were shaped by a combination of formal operational standards and a personal, kinship-like approach. The relationship between sellers and buyers transcended transactional boundaries, wherein customer trust and loyalty were cultivated through intensive interpersonal communication and mutually beneficial norms of reciprocity. Furthermore, the physical space and business atmosphere acted as catalysts in expanding social interaction networks, both between sellers and buyers and among customers themselves. These findings underscored that the success of a culinary business relied not only on product quality, but also on the managers' ability to nurture social capital and create emotional experiences for customers. This research contributes theoretically to the advancement of economic sociology studies and practically to the development of relational-based service management strategies.

Keywords: Economic Sociology, Social Capital, Robert Putnam, Relational Service, Sentral Durian 99

LATAR BELAKANG

Bisnis kuliner di era modern tidak lagi sekadar berfokus pada kualitas rasa produk, melainkan telah bergeser ke arah pengalaman konsumen yang holistik. Fenomena ini menempatkan pelayanan sebagai garda terdepan dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Pelayanan yang dinamis menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan ekspektasi pelanggan yang terus berubah, di mana kecepatan, keramahan, dan ketepatan menjadi standar fundamental yang tidak dapat ditawar lagi bagi kenyamanan konsumen (Pada, Batik, and Hadi 2020). Lebih dari itu, aspek krusial yang menentukan keberhasilan bisnis kuliner adalah terjalinnya relasi sosial yang kuat antara penyedia layanan dan pelanggan, yang melampaui batas transaksi ekonomi konvensional serta membentuk ikatan emosional untuk menciptakan loyalitas jangka panjang.

Dalam konteks empiris, Sentral Durian 99 menjadi salah satu lokus menarik untuk dikaji karena memiliki karakteristik pelayanan yang spesifik dalam mengelola komoditas buah musiman bernilai tinggi. Sebagai pusat kuliner yang mengandalkan produk lokal unggulan, dinamika pelayanan di tempat ini melibatkan teknik komunikasi khusus untuk meyakinkan pelanggan terhadap kualitas produk. Ketidakpastian rasa buah durian menuntut staf untuk memiliki kemampuan interpersonal yang mumpuni agar tetap mampu menjaga kepercayaan pelanggan meskipun menghadapi tantangan karakteristik produk yang variatif (Sofianah, Ekonomi, and Semarang 2021). Secara operasional, Sentral Durian 99 mengintegrasikan strategi pelayanan adaptif dengan membekali staf kemampuan literasi produk yang mendalam guna menciptakan komunikasi dua arah yang informatif serta meminimalisir risiko ketidakpuasan.

Meskipun demikian, permasalahan utama yang kerap muncul dalam bisnis kuliner berbasis produk musiman adalah menjaga stabilitas kepuasan dan loyalitas konsumen di tengah variasi kualitas produk yang tidak seragam, sekaligus mengubah relasi transaksional sesaat menjadi ikatan sosial yang berkelanjutan. Tanpa pengelolaan interaksi yang tepat, ketidakpastian mutu buah berisiko merusak citra merek dan memutus hubungan dengan pelanggan. Untuk membedah fenomena tersebut secara sosiologis, penelitian ini bertumpu pada teori modal sosial (*social capital*) dari Robert Putnam. Dalam perspektif Putnam, modal sosial dibangun atas tiga pilar utama, yakni kepercayaan (*trust*), norma timbal balik (*norms of reciprocity*), dan jaringan sosial (*networks*). Melalui lensa teori ini, praktik pelayanan di Sentral Durian 99 dianalisis bukan sekadar sebagai pertukaran ekonomi, melainkan sebagai arena produksi modal sosial di mana komunikasi interpersonal yang intens, jaminan kepuasan yang saling menguntungkan, serta atmosfer ruang usaha berperan memperkuat jejaring sosial antara penyedia layanan dan konsumen.

Sebagai rencana pemecahan masalah, studi kualitatif dengan metode studi kasus ini dirancang untuk memetakan pola interaksi unik dan strategi pengelolaan hubungan pelanggan di Sentral Durian 99 melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pengelola serta pelanggan, dan dokumentasi lapangan. Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus untuk menjawab tiga pertanyaan utama, yaitu bagaimana pola dinamika pelayanan yang diterapkan Sentral Durian 99 dalam menjaga kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang variatif, bagaimana bentuk konstruksi relasi sosial berbasis modal sosial Robert Putnam yang terbangun antara pramusaji dan konsumen dalam menciptakan pengalaman kuliner berkelanjutan, serta sejauh mana interaksi sosial dalam proses pelayanan tersebut berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas pelanggan dan citra merek usaha.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam pola dinamika pelayanan Sentral Durian 99 dalam menjamin kepuasan pelanggan di tengah karakteristik produk yang tidak seragam, mengidentifikasi konstruksi relasi sosial antara pramusaji dan konsumen sebagai fondasi pengalaman kuliner berkelanjutan, serta mengevaluasi kontribusi interaksi sosial tersebut terhadap penguatan loyalitas pelanggan dan pembentukan citra merek usaha di mata publik. Secara teoretis, studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada literatur sosiologi ekonomi mengenai peran modal sosial dalam bisnis ritel buah, sedangkan secara praktis dapat menjadi referensi bagi pengelola Sentral Durian 99 dan unit usaha sejenis dalam merumuskan strategi pelayanan yang humanis dan berkelanjutan (Pemasaran, Segar, and Ritel 2022).

TIPE ARTIKEL

Kajian mengenai peran relasi sosial dan modal sosial dalam menopang keberlangsungan bisnis kuliner maupun ritel komoditas pangan telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan beragam pendekatan sosiologi ekonomi. Penelitian yang dilakukan oleh M. N. Muzhaffar dan A. Wijaya dalam artikel bertajuk ***"Modal Sosial Pedagang Gulai Tikungan Blok M sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi Kuliner Legendaris Kota Jakarta"*** (2024) menunjukkan bahwa eksistensi usaha kuliner legendaris sangat bergantung pada kekuatan ikatan persaudaraan, kejujuran, serta koordinasi harga yang disepakati

bersama antarpelaku usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan riset V. Sahbani dan Nurhamlin melalui artikel berjudul ***"Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru"*** (2025) yang secara khusus menganalisis pengaruh modal sosial Robert Putnam terhadap pedagang buah, di mana unsur kepercayaan, norma timbal balik, dan jaringan sosial terbukti meningkatkan loyalitas pembeli melalui pemberian layanan personal serta potongan harga khusus bagi pelanggan setia. Selain itu, studi yang dilakukan oleh M. Loise dan M. Syukur dalam artikel berjudul ***"Analisis Modal Sosial dalam Aktivitas Ekonomi Pedagang Kuliner di Pasar Cidu' Kota Makassar"*** (2025) juga mengungkapkan bahwa keberlanjutan ekonomi pedagang bertumpu pada pemeliharaan jaringan sosial dan kedekatan emosional dengan pelanggan, meskipun masih memerlukan perluasan modal sosial menjembatani (*bridging social capital*) agar mampu beradaptasi dengan pasar modern.

Lebih lanjut, dalam konteks relasi antara penyedia layanan dan konsumen di ruang usaha kuliner, penelitian S. Mahendra melalui artikel berjudul ***"Keterkaitan Modal Sosial dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur"*** (2015) menemukan bahwa pedagang mampu mempertahankan pelanggan jangka panjang dengan cara menjamin kualitas produk, menyediakan ruang interaksi yang nyaman, serta menerapkan kejujuran dan komunikasi dua arah yang responsif terhadap saran pembeli. Meskipun keempat studi terdahulu tersebut sama-sama menyoroti pentingnya modal sosial dan jaringan interaksi dalam mempertahankan usaha kuliner maupun perdagangan buah, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada dinamika solidaritas antarsesama pedagang kaki lima atau relasi pasar tradisional secara umum. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah kajian tersebut dengan memfokuskan analisis pada ekosistem bisnis kuliner modern berbasis komoditas buah durian musiman di Sentral Durian 99, khususnya membedah bagaimana perpaduan antara standardisasi pelayanan komersial dan pembangunan modal sosial Robert Putnam (*trust*, *reciprocity*, dan *networks*) dikonstruksi secara simultan baik dalam interaksi tatap muka maupun layanan digital untuk menciptakan loyalitas konsumen.

METODE

Berisi Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Pemilihan metode ini bertujuan untuk membedah secara mendalam fenomena non-numerik, khususnya mengenai dinamika interaksi interpersonal dan pola pelayanan di Sentral Durian 99. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam menangkap makna di balik relasi sosial yang terbangun antara pengelola, karyawan, dan pelanggan.

Lokasi dan subjek Penelitian

Penelitian berlokasi di Sentral Durian 99, sebuah entitas bisnis kuliner yang menjadi fokus observasi selama masa magang. Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yang meliputi:

1. Informan Kunci: Pemilik atau manajer operasional yang memahami kebijakan pelayanan.
2. Informan Utama: Karyawan garda depan (*frontliners*) yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

3. Informan Pendukung: Konsumen atau pelanggan setia yang memberikan perspektif mengenai kualitas relasi sosial di lapangan.

Tekhnik Pengumpulan data

Data dikumpulkan melalui tiga jalur utama (triangulasi teknik) untuk menjamin validitas informasi:

1. Observasi Partisipatif: Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas harian di lokasi magang untuk mengamati gestur, komunikasi verbal, dan suasana pelayanan secara natural.
2. Wawancara Semiterstruktur: Dialog mendalam dilakukan dengan panduan pertanyaan yang fleksibel guna menggali persepsi informan mengenai ikatan sosial di lingkungan bisnis.
3. Studi Dokumentasi: Pengumpulan data melalui catatan internal, ulasan digital pelanggan, serta dokumentasi visual kegiatan pelayanan di Sentral Durian 99.

Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data mengadopsi model interaktif yang terdiri dari empat tahapan:

1. Pengumpulan Data: Menghimpun seluruh hasil lapangan baik dari catatatan observasi maupun transkrip wawancara.
2. Reduksi Data: Menyaring informasi yang relevan dengan tema dinamika pelayanan dan menyisihkan data yang tidak berkaitan.
3. Penyajian Data (*Data Display*): Menyusun narasi sistematis yang menggambarkan pola relasi sosial di Sentral Durian 99.
4. Penarikan Kesimpulan: Merumuskan temuan akhir berdasarkan keterkaitan antara teori relasi sosial dengan fakta lapangan yang ditemukan.

Validitas dan keabsahan Data

Untuk mempertanggungjawabkan akurasi penelitian, peneliti menerapkan triangulasi sumber. Hal ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang didapat dari pihak manajemen dengan realita yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga hasil penelitian bersifat objektif dan tidak biasdata

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama masa magang, ditemukan bahwa mekanisme pelayanan di Sentral Durian 99 tidak hanya berfokus pada transaksi produk semata, melainkan pada penciptaan pengalaman pelanggan (*customer experience*). Dinamika pelayanan di sini mencakup tiga aspek utama, yaitu responsivitas dan kecepatan, di mana karyawan dilatih untuk memberikan respons cepat mulai dari penyambutan tamu hingga proses pemilihan buah durian, yang menjadi krusial mengingat karakteristik konsumen kuliner memiliki ekspektasi tinggi terhadap efisiensi waktu. Selain itu, terdapat personalisasi layanan di mana pelayan bertindak sebagai "konsultan" bagi pembeli untuk memberikan edukasi mengenai jenis, rasa, dan kualitas durian yang sesuai dengan preferensi pelanggan, selaras dengan teori bahwa kualitas layanan (*SERVQUAL*) sangat dipengaruhi oleh aspek *assurance* (jaminan/pengetahuan) dan *empathy*. Aspek ketiga adalah standardisasi operasional yang menunjukkan adanya alur jelas dalam penanganan

keluhan, terutama jika konsumen mendapatkan buah yang tidak sesuai kualitas seperti hambar atau rusak, sebagai wujud komitmen pada kepuasan pelanggan (Hasanah 2023).

Lebih lanjut, Sentral Durian 99 berfungsi lebih dari sekadar gerai retail karena turut menjadi ruang pertemuan sosial. Peneliti menemukan adanya dua level relasi sosial yang terbangun, yaitu relasi internal (*teamwork*) berupa solidaritas antar karyawan yang dibangun melalui pola komunikasi informal namun tetap profesional sehingga berdampak langsung pada koherensi pelayanan di depan konsumen, serta relasi eksternal (loyalitas pelanggan) di mana bisnis kuliner ini berhasil membangun *emotional attachment* melalui interaksi yang bersifat kekeluargaan (*communal sharing*) dan mengubah transaksi yang awalnya bersifat atomistik (hanya beli-putus) menjadi relasi jangka panjang (Anon 2021).

Secara teoretis, keberhasilan Sentral Durian 99 dalam mempertahankan eksistensinya terletak pada kemampuan mengintegrasikan kualitas layanan dengan modal sosial. Mengutip Zeithaml et al. (2018), keunggulan kompetitif dalam industri jasa sangat bergantung pada interaksi manusia, di mana "kehangatan" dalam pelayanan di Sentral Durian 99 menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh retail buah modern atau supermarket. Relasi sosial yang kuat ini juga berfungsi sebagai mekanisme pemasaran organik, di mana pelanggan yang merasa memiliki kedekatan emosional cenderung melakukan *Electronic Word of Mouth* (*e-WOM*) melalui media sosial. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, fenomena tersebut disebut sebagai keterlekatan (*embeddedness*), yang menunjukkan bahwa tindakan ekonomi berupa jual-beli sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan sosial antar aktor di dalamnya (Granovetter 2017).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis temuan lapangan mengenai dinamika pelayanan dan relasi sosial di Sentral Durian 99, penelitian ini menyimpulkan bahwa operasional bisnis kuliner tersebut tidak sekadar berfokus pada pertukaran ekonomi atau kualitas produk semata, melainkan bertransformasi menjadi arena penciptaan pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang holistik. Dinamika pelayanan di tempat ini ditopang oleh tiga aspek utama, yakni responsivitas dan kecepatan karyawan dalam melayani tamu, personalisasi layanan di mana pramusaji bertindak sebagai edukator atau "konsultan" produk bagi pembeli, serta standardisasi operasional yang jelas dalam menangani keluhan konsumen. Lebih lanjut, melalui lensa teori modal sosial Robert Putnam dan konsep keterlekatan (*embeddedness*) Mark Granovetter, terungkap bahwa Sentral Durian 99 berhasil membangun dua level relasi sosial yang kuat. Secara internal, terjalin solidaritas tim (*teamwork*) yang harmonis antar karyawan, sementara secara eksternal tercipta kedekatan emosional (*emotional attachment*) dan sifat kekeluargaan (*communal sharing*) antara penyedia layanan dan konsumen. Hubungan sosial yang erat ini berhasil mengubah transaksi jual-beli yang bersifat atomistik menjadi relasi jangka panjang, yang sekaligus berfungsi sebagai mekanisme pemasaran organik melalui *Electronic Word of Mouth* (*e-WOM*) di media sosial. Mengacu pada temuan dan simpulan penelitian tersebut, diajukan beberapa tindakan praktis yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait agar keberlanjutan usaha dapat terus dioptimalkan. Pertama, bagi manajemen dan pengelola Sentral Durian 99, disarankan agar secara rutin mengadakan pelatihan keterampilan interpersonal (*soft skills*)

dan literasi produk yang mendalam bagi para pramusaji, guna memperkuat kualitas komunikasi empatik serta konsistensi penanganan keluhan pelanggan di lapangan. Selain itu, manajemen perlu memanfaatkan kedekatan sosial yang telah terbentuk di gerai fisik untuk merumuskan strategi pemasaran berbasis komunitas (*community-based marketing*), seperti membangun ekosistem digital atau grup loyalitas pelanggan guna menjaga keterikatan emosional di luar musim panen. Kedua, bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam kajian mengenai bagaimana pemanfaatan ruang fisik dan atmosfer tempat usaha dapat berkolaborasi dengan platform digital secara lebih komprehensif dalam memperluas jaringan modal sosial pada sektor bisnis kuliner berbasis komoditas lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak manajemen dan seluruh staf Sentral Durian 99 Sukodono, Sidoarjo, yang telah memberikan izin, dukungan, serta akses penuh kepada peneliti selama proses observasi dan pengumpulan data lapangan berlangsung. Apresiasi dan rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada program studi S1 Sosiologi serta dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini tidak hanya memenuhi kewajiban akademik, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis bagi kajian sosiologi ekonomi serta rujukan praktis yang bermanfaat bagi pengembangan strategi pelayanan di Sentral Durian 99 dan dunia usaha kuliner pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Anon. 2021. “Issn. 2355-4223.” 10(1):80–100.

Anon. 2024. “No Title.”

Anon. N.D. “© Rudyct E-Press Bogor , Indonesia.”

Granovetter, Mark. 2012. “Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness ’.” 91(3):481–510.

Granovetter, Mark. 2017. “Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness Author (S): Mark Granovetter Source : American Journal Of Sociology , Vol . 91 , No . 3 (Nov ., 1985), Pp . 481-510 Published By : The University Of Chicago Press Stable Url : Http://Www.Jstor.Org/Stable/2780199 Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness ’.” 91(3):481–510.

Hasanah, Naomi Ainum. 2023. “Pengaruh Service Quality Dan Product Quality Terhadap Costumer Satisfaction Pada Usaha Sappo Drinks Cabang 5 Kota Sengkang.” 3(2):272–86.

Kontemporer, Sosiologi. N.D. *Pengantar Sosiologi Kontemporer*.

Pada, Studi, Rumah Batik, And Danar Hadi. 2020. “Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima ,.” 22(1):45–53.

Pemasaran, D. A. N., Produk Segar, And Pada Ritel. 2022. “Volume 7 Nomor 1, Juli 2022 Agricore : Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad.” 7:70–78.

Sofianah, Dita, Fakultas Ekonomi, And Universitas Semarang. 2021. “Menguak Keberhasilan Usaha Pada Toko Buah Dan Sayur Mbak Tini Di Banyumanik Semarang.”
Anon. 2021. “Issn. 2355-4223.” 10(1):80–100.
Anon. 2024. “No Title.”
Anon. N.D. “© Rudyct E-Press Bogor , Indonesia.”
Granovetter, Mark. 2012. “Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness ’.” 91(3):481–510.
Granovetter, Mark. 2017. “Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness Author (S): Mark Granovetter Source : American Journal Of Sociology , Vol . 91 , No . 3 (Nov ., 1985), Pp . 481-510 Published By : The University Of Chicago Press Stable Url : Http://Www.Jstor.Org/Stable/2780199 Economic Action And Social Structure : The Problem Of Embeddedness ’.” 91(3):481–510.
Hasanah, Naomi Ainum. 2023. “Pengaruh Service Quality Dan Product Quality Terhadap Costumer Satisfaction Pada Usaha Sappo Drinks Cabang 5 Kota Sengkang.” 3(2):272–86.
Kontemporer, Sosiologi. N.D. *Pengantar Sosiologi Kontemporer*.
Pada, Studi, Rumah Batik, And Danar Hadi. 2020. “Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima ,.” 22(1):45–53.
Pemasaran, D. A. N., Produk Segar, And Pada Ritel. 2022. “Volume 7 Nomor 1, Juli 2022 Agricore : Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad.” 7:70–78.
Sofianah, Dita, Fakultas Ekonomi, And Universitas Semarang. 2021. “Menguak Keberhasilan Usaha Pada Toko Buah Dan Sayur Mbak Tini Di Banyumanik Semarang.”