



Research Article

Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Pedagang UMKM Telur Gulung Depan Kecamatan Waru

Imroatun Mufida¹, Choirun Nisa², Dewi Lara sati³, M. Daimuddin⁴, Abdur Rahman⁵

1. Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; imroatunmufidafida@gmail.com
2. Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; choirunn445@gmail.com
3. Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; dewicantik8700@gmail.com
4. Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; daimuddin170@gmail.com
5. Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; Abd.rohman@trunojoyo.ac.id



Copyright © 2025 by Authors, Published by **Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 10, 2025

Revised : July 28, 2025

Accepted : August 11, 2025

Available online : September 22, 2025

How to Cite: Imroatun Mufida, Choirun Nisa, Dewi Lara sati, M. Daimuddin, & Abdur Rohman. (2025). Implementation of Islamic Business Ethics to the Progress of Egg Roll MSME Traders in Waru District. *Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies*, 3(3), 189-197. <https://doi.org/10.61166/maklumat.v3i3.75>

Implementation of Islamic Business Ethics to the Progress of Egg Roll MSME Traders in Waru District

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one effort to overcome society's economic problems. When doing business, MSMEs often face challenges in running their business. The purpose of research on the application of Islamic business ethics to the progress of MSME traders, this type of research uses descriptive qualitative research, the object of research is egg rolls located in the Waru District area, this research uses two types of data, namely data primary and secondary data.

The results of this study show the application of Islamic business ethics to MSME traders applying an honest nature which will bring benefits to themselves and others in doing business.

Keywords: Islamic Business Ethics, MSME, traders

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu upaya untuk mengatasi masalah ekonomi masyarakat. Saat berbisnis, pelaku UMKM sering menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha mereka. Tujuan penelitian penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan pedagang UMKM, jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, objek penelitian adalah telur gulung yang berada di daerah depan kecamatan Waru, penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan etika bisnis Islam pada pedagang UMKM menerapkan sifat jujur dimana akan mendatangkan kemashlahatan bagi diri sendiri dan orang lain dalam berbisnis.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, pedagang UMKM

PENDAHULUAN

Islam mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi harus selalu didasarkan pada nilai-nilai yang terdapat dalam al-Qur'an, hadis Nabi, dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Al-Qur'an dianggap sebagai petunjuk yang benar dan pasti bagi umat Islam dalam mengatur kehidupan mereka, termasuk dalam aspek ekonomi, terutama dalam konteks perdagangan dan transaksi jual beli yang mencakup Etika Bisnis.¹

Etika dapat diartikan sebagai standar perilaku, sedangkan Bisnis merupakan Transaksi saling menguntungkan dalam pertukaran barang, jasa, atau uang. Etika bisnis, menurut para peneliti, adalah penerapan standar moral dalam segala bentuk pertukaran yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi masyarakat, terutama dalam konteks jual beli yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Bisnis yang sesungguhnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga dapat memberikan manfaat positif bagi konsumen. Hal ini krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis, karena kesuksesan suatu bisnis suatu bisnis seringkali bergantung kepada etika para pelakunya. Implementasi etika bisnis di masyarakat berpengaruh besar pada kemajuan para subyek Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Selain penerapan sistem ekonomi syariah sebagai solusi untuk mengurangi kemiskinan, UMKM juga memiliki peran penting dalam upaya tersebut. Hal ini memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Dalam meningkatkan pertumbuhan usahanya, pelaku UMKM harus menjalankan prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan kemajuan UMKM, terutama dalam konteks perdagangan yang membutuhkan integritas, kejujuran, keadilan, dan tujuan yang jelas. Dengan demikian, bisnis dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, bukan hanya keuntungan sepihak.

Kesuksesan dalam berbisnis dipengaruhi oleh integritas etika dari para pelaku bisnis. Namun, saat ini banyak pengusaha yang tidak mengikuti prinsip-prinsip Islam

¹Dia Irwan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjay" (Universitas Islam Negri (UIN) Alauddin, 2017).

dan bahkan melanggarnya, terutama di tengah masyarakat modern. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan etika bisnis Islam agar masyarakat dapat berbisnis sesuai dengan prinsip syariah guna meningkatkan kemajuan para pedagang UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan etika bisnis Islam sehingga dunia bisnis dapat memberikan manfaat sesuai dengan ajaran agama Islam, dan baik produsen maupun konsumen dapat terhindar dari praktik-praktik yang diharamkan.

PEMBAHASAN

Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam merujuk pada serangkaian prinsip-prinsip bisnis yang beretika (*akhlaq al-Islamiyah*) yang didasarkan pada norma-norma syariah, dengan penekanan pada halal dan haram. Tingkah laku yang etis dalam situasi ini mencakup ketaatan terhadap perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Etika bisnis dalam ajaran Islam telah dijelaskan secara komprehensif, dengan Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utama. Pelaku bisnis diharapkan untuk berperilaku sesuai dengan norma-norma yang telah ditetapkan kaidah etis dalam segala aktivitas bisnis mereka, dengan menjunjung prinsip keyakinan, kesetaraan, dan integritas sebagai faktor utama dalam mencapai kesuksesan bisnis di masa depan.²

Etika berfungsi sebagai dasar moral yang membedakan antara yang benar dan yang salah, sedangkan bisnis melibatkan rangkaian aktivitas yang melibatkan para pelaku bisnis. Oleh karena itu, etika bisnis mempertimbangkan apa yang baik atau buruk, benar atau salah dalam konteks bisnis berdasarkan prinsip moralitas. Etika bisnis mempertimbangkan aspek kebaikan dan keburukan, kebenaran dan kesalahan dalam konteks bisnis berdasarkan prinsip moralitas. Etika bisnis melibatkan pertimbangan tentang moralitas dalam bidang ekonomi dan bisnis. Sudarsono menjelaskan bahwa etika Islam adalah etika yang berakar pada ajaran agama Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, dengan ajaran yang mulia, sifat terpuji, dan kebaikan yang mutlak.

Dengan demikian, prinsip-prinsip bisnis Islam mencerminkan moralitas dalam menjalankan usaha berdasarkan ajaran Islam, sehingga para pelaku bisnis dapat menjalankan usaha mereka tanpa kekhawatiran, sebab dipastikan sebagai tindakan baik dan benar.³

Bisnis Islam (Syariah)

Bisnis Islam atau Bisnis Syariah terdiri dari dua kata, yaitu "bisnis" dan "Syariah". Secara etimologis, kata "bisnis" berasal dari Bahasa Inggris "business" yang berasal dari kata "busy" yang berarti "sibuk" dalam situasi individu, kelompok atau masyarakat. Artinya, sibuk sibuk dengan melakukan kegiatan dan pekerjaan yang menguntungkan. Dalam Bahasa Arab untuk "bisnis" adalah "tijarah".

²Miftahur Rahman Hakim and Edy Purwanto, *Etika Bisnis Islam Pedagang Batik* (Pekalongan: NEM, 2020).

³Nur Manna Silviyah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Da Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 98.

Syariah berasal dari Bahasa Arab "*Syara'a-yasyra'u Syar'an syir'atan-syari'atan*", yang artinya jalan menuju sumber mata air, jalan lurus dan luas yang harus diikuti, atau lokasi aliran air sungai. Menurut ahli fikih Hukum Islam, definisi Syariah merupakan suatu perintah Allah yang berkaitan dengan orang yang sudah baligh, berakal, dan beragama Islam, kecuali akhlak. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa Syariah adalah aturan Allah yang harus diikuti dalam hal keyakinan (aqidah), ibadah (hubungan dengan Allah), dan perilaku sosial (hubungan dengan sesama manusia).⁴

Bisnis Syariah merupakan rangkaian kegiatan perdagangan dalam berbagai bentuk yang tidak terbatas total kepemilikan harta, baik produk maupun jasa, namun dibatasi oleh metode untuk mendapatkan dan menggunakan harta tersebut. Artinya, ketika proses memperoleh dan menggunakan harta, tidak boleh dilakukan dengan cara yang tidak diperbolehkan oleh Allah. Bisnis menurut ketentuan Syariah harus mematuhi aturan Prinsip agama dan perlu memisahkan antara yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan, serta tidak boleh mencampuradukkan yang benar dan yang salah.

Prinsip Etika Bisnis Islam

Pelaksanaan etika bisnis tidak terlepas dari norma-norma yang berlaku. Etika bisnis merupakan etika khusus atau terapan yang mempunyai prinsip-prinsip yang harus diterapkan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menerapkan konsep-konsep etika bisnis, antara lain⁵:

- a. Kejujuran
Adalah prinsip utama dalam etika bisnis. Kejujuran utamakan kejujuran dalam menjaga hubungan bisnis dengan para pihak terkait, mengembangkan keyakinan dan kebahagiaan konsumen terhadap mutu dan biaya produk, serta melindungi kualitas barang
- b. Tanggung Jawab
adalah kewajiban yang harus dilakukan setiap hari. Sebagai pengelola atau penyedia layanan, tanggung jawab merupakan sikap yang penting untuk meningkatkan kredibilitas dan kepuasan konsumen.
- c. Bersaing Secara Sehat
Merupakan Persaingan sehat dalam bisnis dilandasi oleh prinsip-prinsip kebaikan.
- d. Ramah
Sikap yang ramah dapat meningkatkan komunikasi dan kesetiaan pelanggan. Hal ini sangat penting untuk mengaplikasikan kata-kata yang ramah untuk berinteraksi dengan pelanggan.

⁴Nandang Ihwanuddin, *Etikan Bisnis Dalam Islam* (Bandung: Widina Bakti Persada, 2020).

⁵ Bambang Setiyo Pambudi, "Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication / Media Social Instagram," *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 8, no. September (2018): 8.

- e. Peduli dengan Pelanggan
Mengutamakan kepedulian terhadap konsumen dapat meningkatkan kesetiaan mereka terhadap pelaku UMKM. Memberikan perhatian yang cukup sangat penting terhadap masalah pelanggan sehingga memberikan solusi yang tepat adalah langkah penting.
- f. Responsif
Responsif terhadap kebutuhan konsumen, seperti memberikan waktu untuk menjawab pertanyaan atau memberikan informasi dengan ramah, sangat penting.
- g. Dedikasi yang Tinggi
Menerapkan etika bisnis oleh pelaku UMKM dapat meningkatkan kesetiaan dan kepercayaan pelanggan. Hal ini menciptakan citra positif bagi pelaku UMKM dan berpotensi meningkatkan pendapatan mereka. Etika bisnis UMKM memiliki tujuh nilai, yaitu kejujuran, tanggung jawab, persaingan sehat, keramahan, kepedulian terhadap pelanggan, responsif, dan dedikasi yang tinggi.

Pengertian UMKM

Menurut UU No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah⁶:

1. Usaha dalam lingkup mikro ialah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria-kriteria Usaha Mikro sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha dalam lingkup kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilaksanakan oleh perorangan maupun badan usaha dimana badan usaha tersebut bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai ataupun menjadi bagian baik secara langsung ataupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dimana usaha tersebut dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai ataupun menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih maupun hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus pada telur gulung yang berada di daerah depan kecamatan Waru. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan. Sementara itu, data sekunder berasal dari literatur terkait dengan objek

⁶Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, and Ainul Hidayat, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal," *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1, no. 6 (2013): 12287.

penelitian namun tidak diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Sumber data utama penelitian ini adalah data primer, dan metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara.

HASIL PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Pedagang UMKM Telur Gulung Depan Kecamatan Waru

Etika Bisnis Islam Dalam Kejujuran

Subyek Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Telur Gulung Depan Kecamatan Waru terhadap etika bisnis dapat ditinjau dari beberapa indikator adalah kejujuran, Berdasarkan hasil wawancara yang telah Peneliti lakukan pada hari senin tanggal 07 April 2025 kepada Mbak Has⁷, penerapan etika bisnis Islam dalam kejujuran Ketika melakukan penimbangan atau pengukuran bahan baku, menjual produk yang halal dan berkualitas, transparan terhadap kecacatan produk, tidak mencemarkan nama baik orang lain, tidak adanya paksaan dalam melakukan bisnis, Bisnis yang terbebas dari praktik riba, memberikan prioritas pada ibadah daripada bisnis. Menurut Bapak Bardi dalam berbisnis apapun yang paling utama adalah kejujuran. Menerapkan sifat jujur akan mendatangkan kemashlahatan bagi diri sendiri atau orang lain.

Etika Bisnis Islam Dalam Tanggung Jawab

Etika bisnis Islam menekankan tanggung jawab terhadap lingkungan dan keberlanjutan. Pelaku bisnis Islam diharapkan untuk menjaga lingkungan dan sumber daya alam, menghindari pemborosan, dan memastikan keberlanjutan ekosistem. Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah peneliti lakukan dengan mbak has pada tanggal 31 Maret tahun 2025, mbak Has mengatakan pembuangan sampah dari bahan-bahan hasil pembuatan telur gulung madurace di buang ke tempat pembuangan sampah besar daerah waru. Dalam hal ini dapat kita amati bahwa mbak Has tersebut dapat bertanggung jawab atas sekitar lingkungan dagangannya tanpa mencemari sekitarnya, dan juga menyediakan tempat sampah besar di tempat berjualannya.

Etika Bisnis Islam Dalam Bersaing Secara Sehat

Adalah persaingan yang didasarkan pada etika, di mana nilai-nilai moral yang positif menjadi landasannya. Dalam berbisnis memerlukan etika dan etos kerja yang baik sehingga akan muncul persaingan bisnis secara sehat. Seperti yang telah dilakukan oleh Mbak Has, dapat dilihat persaingan di tempat sekitar telang memang ketat. Banyak pedagang lain yang juga menjual Telur gulung. Akan tetapi, saya selalu berusaha untuk bersaing secara sehat dan jujur sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

⁷ Mbak Has, Pedagang UMKM Telur Gulung di Waru, wawancara (Waru, 07 April 2025 Pukul 16.20 WIB).

Etika Bisnis Islam Dalam Bersikap Ramah Terhadap Konsumen

Dalam berbisnis, penting bagi seorang pedagang bisnis untuk bersikap ramah. Nabi Muhammad Saw pernah menyatakan, "Allah memberkahi seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis" (H.R. Bukhari dan Tarmizi). Ketika melayani pembeli, pedagang harus memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pembeli sehingga pembeli merasa puas dengan layanan yang diberikan. Dengan bersikap ramah dan menggunakan kata-kata yang sopan kepada pembeli, tindakan tersebut sudah dianggap sebagai bentuk pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu konsumen Telur Gulung Depan Kecamatan Waru pada 07 April 2025,⁸⁸ menunjukkan bahwa pedagang tersebut sangat ramah dalam menyambut dan melayani konsumen, sehingga konsumen merasa senang membeli di telur gulung waru ini.

Etika Bisnis Islam Terkait Peduli Dengan Pelanggan

Peduli dengan pelanggan berarti memberikan perhatian khusus terhadap pelanggan yang paling penting dan berpotensi besar untuk membawa keuntungan bagi penjual. Salah satu kepedulian terhadap pelanggan yaitu Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan dan menerima semua masukan yang diberikan oleh pelanggan. Dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu konsumen telur gulung waru memberikan beberapa komentar pada proses penggorengannya, komentar yang diberikan yaitu kurang lama ketika meniriskan minyak. Dengan demikian pedagang telur gulung waru ini menerima kritik dan saran sehingga meningkat kualitas penjualan.

Responsif

Responsive (Tanggapan) yaitu kemampuan penjual untuk memberikan layanan responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan memberikan informasi yang jelas. Ketika pelanggan merasa puas dengan manfaat yang diterima, mereka akan memberikan rekomendasi kepada orang lain, yang pada dasarnya adalah promosi gratis bagi bisnis. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Tanggal 07 April 2025, menyatakan bahwa respon yang diberikan oleh pedagang sangat cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan.

Dedikasi yang tinggi

Penerapan etika bisnis oleh subyek Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat menciptakan citra positif pada pelaku UMKM di mata konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari kejujuran, tanggung jawab, bersaing secara sehat, ramah, peduli terhadap pelanggan, responsif, dan dedikasi yang tinggi, memiliki peran penting dalam menciptakan citra positif. Sebagai contoh, dalam hasil wawancara dengan Mbak Has, terlihat penerapan etika bisnis menunjukkan dedikasi melalui penjualan produk berkualitas dan pelayanan yang prima.

⁸⁸ Hilda, konsumen, wawancara (Tanggal, 07 April 2025 Pukul 16.20 WIB)

Adapun rincian biaya yang digunakan oleh Telur Gulung dalam menghitung harga pokok produksi pada tahun 2025 adalah sebagai berikut:

No	Keterangan	Kebutuhan per bulan	Harga satuan	Total harga
1.	Telur	100 papan	Rp. 48.000	Rp.4.800.000
2.	Bumbu racikan	17 kg	Rp. 15.000	Rp. 250.000
3.	Sosis	1000 gr	Rp. 36.000	Rp. 436.000
4.	Saus	143 kg	Rp. 110.000	Rp. 2.800.000
5.	Bihun bijak	16 pcs	Rp. 6.500	Rp. 104.000
6.	Minyak	16 Dus	Rp. 210.000	Rp. 3.360.000
	TOTAL			Rp. 11.750.000

KESIMPULAN

Persepsi pedagang UMKM telur gulung waru terhadap etika bisnis tercermin dari beberapa indikator, seperti kejujuran dalam proses menakar dan menimbang, menjual produk yang halal dan berkualitas, serta tidak menyembunyikan kecacatan pada produk yang dijual. Menurut pedagang UMKM telur gulung waru dalam berbisnis apapun yang paling utama adalah kejujuran. Pedagang UMKM menerapkan sifat jujur dimana akan mendatangkan kemashlahatan bagi diri sendiri dan orang lain dalam berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, and Ainul Hidayat. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal." *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1, no. 6 (2013): 12287.
- Bambang Setiyo Pambudi, "Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication/Media Social Instagram," *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 8, no. September (2018): 8.
- Darmawati. "Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam: Eksplorasi Prinsip Aplikasi." *Mazahib* 11, no. 1 (2013).
- Hakim, Miftahur Rahman, and Edy Purwanto. *Etika Bisnis Islam Pedagang Batik*. Pekalongan: NEM, 2020.
- Ihwanuddin, Nandang. *Etikan Bisnis Dalam Islam*. Bandung: Widina Bakti Persada, 2020.
- Irwan, Dia. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjay." Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, 2017.
- Mbak Has, Pedagang UMKM Telur Gulung di Waru, *wawancara* (Waru, 07 April 2025 Pukul 16.20 WIB).
- Silviah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Da Penelitian*

- Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022)
- Syahata, Huseini. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Hilda, konsumen, *wawancara* (Tanggal, 07 April 2025 Pukul 16.20 WIB).
- Driantoro, M. T. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Telur Gulung (Kasus: Jajanan Telur Gulung di Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Putri, N. M., Syaridwan, A., Ningrum, D. A., Putri, I. A., Putri, S. A., & Jumawan, J. (2023). ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN UMKM TELUR GULUNG. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(7), 2472-2479.
- Virgiany, M. F., Adha, R. A., Faujiyah, A. S., & Djuanda, G. (2024). Manajemen persediaan bahan baku pedagang telur gulung di Sukabumi dengan metode reorder point. *Penerbit Tahta Media*.