



Pentingnya Sarana Prasarana Transportasi dalam Menghadapi Pasar Modern : Kasus PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo

Moch Yudha Syaifuddin¹, Diah Ayu Sanggarwati²

Email : yudha.syaifuddin@gmail.com, diah.ayusanggarwati@stiemandhika.ac.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Indonesia

ABSTRAK

Transportasi merupakan unsur terpenting dalam perkembangan suatu perusahaan, dimana transportasi menjadi salah satu dasar pembangunan ekonomi dan perkembangan perusahaan serta pertumbuhan industrialisasi. Dimana perkembangan transportasi akan mendorong kegiatan perekonomian dan pembangunan perusahaan di tengah persaingan bisnis dan pasar modern saat ini. Transportasi merupakan hal yang sangat penting dan menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan yang memproduksi makanan seperti PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan bahan pustaka seperti buku, jurnal, karya ilmiah, dan lain sebagainya, membuat catatan untuk memudahkan ringkasan hasil penelitian. Data yang diperoleh dikumpulkan, dianalisis, dan dievaluasi untuk menarik kesimpulan tentang Pentingnya sarana prasarana transportasi dalam menghadapi pasar modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persiapan dan ketersediaan sarana prasana transportasi didalam perusahaan memberikan pengaruh terhadap ketepatan dalam pengiriman barang di tengah persaingan bisnis dan pasar modern saat ini.

Kata Kunci: Transportasi, Ketepatan Waktu Pengiriman, Pasar Modern, Pertumbuhan Ekonomi, Persaingan Bisnis.

ABSTRACT

Transportation is the most important element in the development of a company, where transportation is one of the basics of economic development and company development as well as the growth of industrialization. Where the development of transportation will encourage economic activities and company development amidst today's modern business and market competition. Transportation is essential and is the spearhead for a company that produces food, such as PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo. This research uses a library method, namely by collecting library materials such as books, journals, scientific papers, etc., and making notes to make it easier to summarize research results. The data obtained was collected, analyzed, and evaluated to conclude the importance of the availability of transportation infrastructure in facing the modern market. The research results show that the company's preparation and availability of transportation infrastructure influences the accuracy of delivering goods amidst today's modern business and market competition.

Keywords: *Transportation, on-time delivery, Modern Market, Economic Growth, Business Competition*

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memproduksi mie dalam jumlah besar. Hal ini terbukti dengan banyaknya industri yang bergerak di bidang produksi pasta, seperti PT. Surya Pratista Hutama. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, sebagian besar masyarakat cenderung menginginkan segala sesuatunya mudah dan cepat, termasuk penyediaan makanan. Makanan yang enak artinya mudah didapat, proses memasaknya cepat, harganya murah, rasanya enak atau digemari, bisa disimpan lama, dan bisa memberi konsumen nilai gizi yang lengkap. Salah satu makanan yang dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah mie. PT. Surya Pratista Hutama merupakan salah satu industri utama penghasil mie kering yang beroperasi di Jawa Timur. Kapasitas produksi mie kering PT. Surya Pratista Hutama sebesar 75.000 ton per dua tahun (Sugianto et al., 2017). Di era industrialisasi saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk dapat melakukan evolusi progresif untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Pendapatan suatu perusahaan merupakan simbol atas identitas maju, berkembang dan tertinggalnya suatu perusahaan (Ahmad, 2022). Persaingan dalam pasar modern menjadi realita yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang makanan. Transportasi merupakan unsur terpenting dalam perkembangan suatu perusahaan, dimana transportasi menjadi salah satu dasar pembangunan ekonomi dan perkembangan perusahaan serta pertumbuhan industrialisasi (Ahmad, 2022). Dimana perkembangan transportasi akan mendorong kegiatan perekonomian dan pembangunan perusahaan di tengah persaingan bisnis dan pasar modern saat ini. Transportasi merupakan hal yang sangat penting dan menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan yang memproduksi makanan seperti PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo.

Pasar modern atau modern market mempunyai kedudukan yang sangat vital bagi suatu perusahaan. Pasar modern menjadi perantara antara produsen, distributor (agen), dan konsumen. Dimana ketika mekanisme pasar berfungsi dengan baik, dinamika aktivitas ekonomi suatu perusahaan dapat menghasilkan kesejahteraan bersama. Pasar modern merupakan pasar yang didirikan oleh pemerintah, swasta atau koperasi dalam bentuk pusat perbelanjaan, hypermarket, supermarket, department store, pusat perbelanjaan, minimarket, dan lain-lain, yang dikelola secara modern dan dikelola oleh manajemen secara bertanggung jawab serta menyediakan layanan belanja dengan prioritas yang ada, modal yang kuat, dan harga yang jelas (Toni, 2020). Menurut (Wibowo et al., 2022) pasar modern merupakan tempat dimana masyarakat dapat membeli barang dengan nyaman dan bersih, serta dapat menawarkan barang dengan harga yang wajar sehingga tidak terjadi tawar-menawar.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Sarana Prasarana Transportasi

Sarana merupakan barang atau benda bergerak yang dapat digunakan sebagai alat untuk melaksanakan tugas dan fungsi suatu unit kerja untuk melakukan perjalanan (konsumen jasa transportasi). Prasarana adalah barang atau perlengkapan yang mendukung atau mampu menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi suatu unit kerja. Jalan dan jembatan merupakan prasarana transportasi darat yang mencakup seluruh bagian jalan, termasuk bangunan penunjang dan perlengkapan keperluan transportasi (Kristiano et al., 2019). Jalan merupakan infrastruktur pendukung transportasi yang sangat penting dan merupakan sarana transportasi yang menghubungkan daerah- daerah, jalan dapat artikan sebagai suatu ruang yang menjadi tempat berlangsungnya pergerakan transportasi.

Transportasi merupakan basis pembangunan ekonomi, pengembangan bisnis, dan industrialisasi. Adanya transportasi menimbulkan pembagian kerja dan tenaga kerja menurut pengetahuan khusus, tergantung adat istiadat dan budaya suatu perusahaan. Sarana dan prasarana transportasi akan sangat mempengaruhi berbagai macam kegiatan perusahaan terutama pada saat pengiriman barang. Dengan adanya sarana dan prasarana transportasi, supplier akan lebih mudah mengirimkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, seperti Indogrosir, Lion Superindo, Lotte, Indomart, Hypermart, dan Ranch Market. Sarana dan prasarana transportasi memiliki manfaat jangka panjang jika di rawat dan di perhatikan keamanannya dengan baik.

2.2 Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut (Eviani & Hidayat, 2021) ketepatan waktu adalah kemampuan supplier untuk mengirimkan tepat waktu meskipun dalam jumlah kecil. Hal ini menilai jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi, dan kemampuan pengiriman tepat waktu. Sedangkan menurut Handoko dalam (Eviani & Hidayat, 2021) ketepatan waktu merupakan lamanya waktu sejak pelanggan memesan suatu produk sampai produk tiba di depan pintu pelanggan. Perkiraan waktu kedatangan biasanya menjadi kriteria pelanggan menilai baik atau tidaknya pelayanan tersebut. Ada tiga aspek ketepatan waktu pengiriman, yaitu:

- a. Ketepatan pelayanan pengiriman produk,
- b. Ketepatan harga,
- c. Ketepatan penentuan waktu.

2.3 Pengertian Pasar Modern

Menurut Perpres Nomor 112 Tahun 2007, Pasar adalah pasar tempat diperjualbelikannya barang-barang dengan banyak penjual, baik yang disebut mall, pasar tradisional, toko, mall, plaza, pusat niaga, dan lain-lain mengacu pada kawasan. Pasar modern adalah pasar yang dikuasai oleh manajemen modern, umumnya terdapat di perkotaan, dan berfungsi untuk menyediakan barang dan jasa berkualitas kepada konsumen (biasanya saya adalah kalangan menengah ke atas) (Dakhoir, 2018). Pasar modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri terpadu yang menjual berbagai produk baik dalam bentuk eceran maupun grosir dan mencakup toko modern seperti minimarket, supermarket, department store, dan hypermarket. Minimarket adalah suatu usaha atau usaha yang luas usahanya kurang dari 400 meter persegi yang menjual kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan (Dakhoir, 2018).

2.4 Pengertian Pertumbuhan Ekonomi

Perkembangan perusahaan makanan dan minuman di Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan perekonomian. Perekonomian dan pertumbuhan ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi bagaimana masyarakat menyikapi daya beli. Reaksi daya beli dalam hal ini tercermin pada tingkat inflasi negara tersebut, dan mempunyai dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kondisi bisnis perusahaan (Anugrah et al., 2020). Pertumbuhan ekonomi adalah proses dimana situasi perekonomian suatu negara terus berubah menuju perbaikan dalam jangka waktu tertentu. Perubahan pertumbuhan ekonomi terjadi ketika tingkat aktivitas perekonomian lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya (Yunianto, 2021). Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan kondisi bisnis yang mendukung kemungkinan besar akan berdampak positif terhadap profitabilitas suatu perusahaan.

2.5 Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis dapat disebabkan oleh beberapa faktor, tidak hanya dari seseorang yang menjalankan usaha pada industri yang sama. Misalnya, ketidakmampuan pelaku ekonomi yang ada untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan bisnis ini merupakan suatu risiko yang harus dihadapi oleh setiap dunia usaha (Apriyanti, 2020). Semua pengusaha mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam mengelola bisnis perusahaannya, semuanya ditujukan untuk mencapai kesuksesan atau tujuan yang diinginkan. Salah satunya adalah memiliki rasa percaya diri yang kuat dan selalu berpikir strategis untuk bersaing dalam bisnis. Seperti yang dikatakan Eileen Rachman, kita perlu berpikir, tetapi kita perlu melakukan sesuatu, dan kita tidak perlu menunggu sampai hasil pemikiran kita benar-benar sempurna. Lakukan sesuatu, dengarkan intuisi dan ikuti kata hati. Menurut Eileen Rachman, 2016: 13 dalam (Apriyanti, 2020), agar bisnis tetap berjalan lancar maka harus memperhatikan:

- a. Kepuasan Pelanggan
- b. Pertumbuhan
- c. Pengurangan biaya
- d. Inovasi dan fitur terkini dari merek
- e. Observasi cepat untuk tindakan yang efektif
- f. Kualitas produk yang dihasilkan

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber penelitian. Metodologi Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Dalam metode deskriptif analitis, data yang dihasilkan disusun, diinterpretasikan, dan dianalisis guna menghasilkan suatu kajian ilmiah yang komprehensif yang dapat memberikan informasi untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan menjelaskan fenomena yang diteliti (Bado, 2022).

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Peran Transportasi Dalam Mengadapi Pasar Modern

Transportasi merupakan penggerak kegiatan perekonomian perusahaan pada bagian sistem logistic (Ahmad, 2022). Peran penting transportasi menjadi kunci utama keberhasilan setiap rantai logistik. Transportasi sangat penting karena lokasi produksi produk, penyimpanan bahan baku, dan lokasi pembeli berbeda-beda. Kegiatan pengiriman barang mengacu pada kegiatan pengelolaan dan pendistribusian barang yang dibeli oleh konsumen serta pengiriman ke tempat tujuan. Transportasi memegang peranan penting dalam proses pendistribusian barang di tengah perkembangan pasar modern, Tanpa transportasi proses distribusi produk akan

semakin sulit atau bisa menjadi terhambat.

PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo bekerjasama dengan pasar modern seperti Indogrosir, Indomart, Lion Superindo, Lotte, Hypermart, dan Ranch Market untuk memenuhi kebutuhan toko. Disadari atau tidak bahwa pergerakan dan perpindahan barang terus berpidah setiap hari, yang berarti pasokan logistik juga terus bergerak setiap harinya. Dalam proses pemenuhan kebutuhan customer membutuhkan peran penting transportasi yang memadai, apabila barang tidak dapat dikirim dengan lancar karena transportasi yang tidak memadai, sistem logistik akan menjadi tidak efisien dan tidak dapat memenuhi kebutuhan customer dengan tepat waktu. Oleh karena itu, menjaga transportasi yang memadai dengan didukung pembangunan dan pembenahan infrastruktur dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kemudahan distribusi barang. Karena dari seluruh kegiatan logistik, yakni transportasi, penyimpanan, ekspor impor, dan pengemasan, hampir 50% hal tersebut merupakan peran penting dari transportasi logistik.

4.2 Mengatasi Resiko Terkena Service Level

Service Level merupakan kontrak tertulis antara supplier dan customer yang menjelaskan tentang layanan yang akan diberikan, seperti ketepatan dalam pengiriman barang dan jumlah barang yang diminta oleh customer, dimana pihak supplier akan bertanggung jawab untuk memenuhi standar tersebut (Pangestu et al., 2021). Penting untuk diperhatikan bahwa suatu bisnis, bukan hanya seorang manajer yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan tingkat layanan yang diberikan kepada customer dalam mendukung proses pengiriman barang. Service level mengintegrasikan proses perbaikan berkelanjutan untuk memastikan bahwa setiap perubahan dalam kebutuhan customer dapat terpenuhi, hal ini menjamin keselarasan layanan yang berkelanjutan dengan perusahaan yang harus terus berkembang.

Untuk mengatasi resiko terkena service level, PT Surya Pratista Hutama memberikan komitmen tingkat layanan kepada customer dalam kontrak untuk menunjukkan tingkat kepercayaan, kinerja, ketersediaan, keamanan, dan daya tanggap dalam upaya menciptakan rasa yakin bahwa barang yang di order akan terpenuhi sesuai dengan perjanjian dan harapan customer. Ketika perusahaan kesulitan atau tidak bisa memenuhi permintaan customer dapat menimbulkan risiko finansial dan berpengaruh pada kepuasan customer.

4.3 Mengatasi Resiko Lost Opportunit

Risiko bermakna opportunity dapat dinyatakan dalam bentuk opportunity loss yaitu keadaan kerugian yang disebabkan oleh hilangnya peluang keuntungan di masa depan karena pengabaian waktu atau momen tertentu (Arifin et al., 2021). Peluang yang hilang adalah sesuatu yang harus dihadapi oleh setiap pemilik bisnis dari waktu ke waktu. Sebagai pemilik bisnis, kita mengetahui cara menangani biaya tetap seperti sewa dan peralatan dan bahkan beberapa pengeluaran variabel seperti gaji, utilitas, material, dan sejenisnya. Seperti halnya penjualan pada modern market, kehilangan kesempatan jual atau lost opportunity adalah hal yang sangat di hindari karena sangat berdampak terhadap penghasilan atau omset yang didapat dan service level dari supplier terhadap principal, hal ini berkaitan juga dengan tersedianya kendaraan dan stok barang yang selalu ada dalam setiap kebutuhan, sehingga kebutuhan supplier kepada customer akan terpenuhi secara menyeluruh dan ketepatan waktu pengiriman barang yang sudah ditentukan oleh pihak supplier. Maka dari itu, hal yang harus dilakukan agar tidak terjadi loss opportunity dalam penjualan adalah tersedianya kendaraan yang cukup forecast barang setiap minggu atau bulan, ketepatan waktu pengiriman, dan terpenuhinya kebutuhan setiap supplier secara utuh.

4.4 Meningkatkan Target Penjualan Pasar Modern

Pada saat ini PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo bekerjasama dengan pasar modern seperti Indogrosir, Indomart, Lion Superindo, Lotte, Hypermart, dan Ranch Market untuk memenuhi kebutuhan toko. Namun berkaitan dengan bisnis di Pasar Modern, setiap perusahaan harus tau bagaimana cara agar bisa meningkatkan sebuah target pasar. Meningkatkan target pasar bisa dikatakan memperbesar bisnis, karena jika target pasarnya bertambah. Tentu saja permintaan akan meningkat dan jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk tenaga produksi dan kendaraan pengiriman, yang tentunya berdampak pada peningkatan pendapatan. Apalagi di era modern saat ini.

Ada beberapa cara untuk meningkatkan target pasar di era modern ini, yaitu;

a. Menambahkan Produk Dan Layanan Baru

Langkah pertama kedengarannya sederhana, dengan menambahkan produk atau layanan baru. Namun, dibutuhkan banyak upaya untuk serius menerapkan strategi ini. PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo perlu mengetahui produk dan jasa apa yang diinginkan konsumen. Selain itu, apakah konsumen merasa puas. PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo juga perlu melakukan riset pasar untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar dan seberapa besar kebutuhannya. Menjual Produk dan Layanan Pada Pelanggan yang Sudah Ada dengan Peningkatan Jumlah Langkah selanjutnya memerlukan analisis segmentasi pasar untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang paling banyak membeli. Hal ini memungkinkan PT Surya

Pratista Hutama Sidoarjo untuk meningkatkan jumlah penjualan ke konsumen yang sudah ada. Kemudian fokus pada strategi penjualan dan pemasaran yang terfokus pada segmen tersebut. Meskipun strategi ini juga terkesan sederhana, namun sangat sulit diterapkan tanpa analisis segmentasi pasar yang tepat.

b. Memperluas Pasar ke Daerah Baru

Langkah selanjutnya adalah mencari pelanggan baru yang berpotensial. Riset lapangan diperlukan untuk memastikan produk yang dijual dapat diterima oleh pelanggan baru. Pada langkah ini, PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo akan melakukan riset pasar untuk menentukan wilayah mana yang akan menjadi target pasar. Setelah berhasil menawarkan potensi besar, langkah selanjutnya yaitu memilih lokasi yang strategis untuk menjual produk sedekat mungkin dengan pelanggan baru.

c. Targetkan Pasar Serta Pelanggan Baru

Pelaku bisnis biasanya memasarkan produknya berdasarkan demografi tertentu, seperti usia, lokasi, dan jenis kelamin, serta psikografis, seperti aktivitas, minat, dan nilai-nilai tertentu. Namun hal ini saja tidak akan menambah jumlah pelanggan baru. Pasti ada pelanggan baru lainnya yang bisa menggunakan produk dari PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo. Oleh karena itu, PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo mencoba untuk menggunakan media yang tepat pada waktu yang tepat untuk mempromosikan atau memasarkan produk, seperti melalui media social. Hal ini merupakan cara untuk meningkatkan target pemasaran yang modern.

d. Masuk Pada Sistem Penjualan Baru

Strategi terakhir adalah strategi yang mengharuskan memasuki dunia bisnis baru yaitu pemasaran online. Terdapat banyak bukti bahwa ketika usaha kecil memanfaatkan teknologi dan sistem pemasaran online dengan baik, mereka akan berkembang. Dengan media dan strategi pemasaran online yang baik, PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo dapat meningkatkan penjualan tanpa dibatasi oleh waktu dan ruang. Kemudian mencoba sistem pengiriman baru menggunakan armada atau jasa pengiriman produk sendiri, hal ini memungkinkan untuk meningkatkan target pemasaran di era modern.

5. Kesimpulan Dan Saran

Artikel ini menggarisbawahi bahwa pentingnya sarana prasarana transportasi dalam menghadapi pasar modern dengan menggunakan studi kasus dari PT Surya Pratista Hutama Sidoarjo. Tersedianya kendaraan yang memadai memungkinkan perusahaan untuk mengatasi resiko terkena service level dan lost opportunity. Dalam menghadapi era yang semakin modern, setiap perusahaan harus bisa meningkatkan target pasar, karena ini menjadi kunci dalam kesuksesan sebuah perusahaan.

6. Daftar Pustaka

- Ahmad, F. Salam. (2022). Dampak Pembangunan Jalan Tol Trans Jawa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Jawa Tengah: Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 11(1), 1–18. <Https://Doi.Org/10.29244/Jekp.11.1.2022.1-18>
- Anugrah, K., Simanjorang, R. C., Hutabarat, A. R. H., Pakpahan, R. J., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 442. <Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V4i2.269>
- Apriyanti, M. E. (2020). Percaya Diri Dan Berpikir Strategis Untuk Menghadapi Ketatnya Persaingan Bisnis. *Jurnal USAHA*, 1(2), 26–40. <Https://Doi.Org/10.30998/Juuk.V1i2.482>
- Arifin, R., Sutrisno, A., & Punuhsingon, C. (2021). Analisis Cost – Benefit Injeksi Naoh Pada Basin Cooling Tower Pltp Unit 5 Dan 6 Di Area Geothermal Lahendong. 8, 113–124.
- Bado, D. B. (2022). Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah.
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah Dan Pasar Tradisional Dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31. <Https://Doi.Org/10.23971/Jsam.V14i1.783>
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi).
- Kristiano, R., Supriatna, U., & Suryana. (2019). Perkembangan Sarana Dan Prasarana Transportasi Dalam Hubungannya Dengan Tingkat Perekonomian Masyarakat Di Desa Kolang Kecamatan Kuwus Barat, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara. 19(2).
- Pangestu, D. D., Sumartono, B., & Bhirawa, W. T. (2021). Analisis Peramalan Permintaan Produk Kipas Angin Dengan Metode Arima (Autoregressive Integrated Moving Average) Untuk Menentukan Persediaan Safety Stock Dan Service Level Pada Pt. Catur Sukses Internasional. 15–24.
- Sugianto, M., Sukmono, T., Gelam, J. R., & Sidoarjo, C. (2017). Optimasi Perencanaan Pengendalian Bahan Baku Produksi Mie Dengan Metode Silver Meal.
- Toni, A. (2020). Eksistensi Pasar Tradisional Dalam....

Moch Yudha Syaifuddin | Pentingnya Sarana Prasarana Transportasi dalam Menghadapi Pasar

<Https://Ejournal.Kopertais4.Or.Id/Mataraman/Index.Php/Washatiya/Issue/Vi ew/15>, 160–184.

Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65.

<Https://Doi.Org/10.23917/Benefit.V7i1.16057>

Yunianto, D. (2021). Analisis Pertumbuhan Dan Kepadatan Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Forum Ekonomi*, 23(4), 688–699. <Https://Doi.Org/10.30872/Jfor.V23>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).