



website. :

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : [jurnalmagister@gmail.com](mailto:jurnalmagister@gmail.com)

## Potensi Binjai Milenial Market Sebagai Peluang Wadah Memulai Bisnis Baru

Dita Ayu Susmita<sup>1</sup>; Zuhrial M. Nahwawi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Email :  
ditaayusmita@gmail.com<sup>1</sup>, zuhrial.nawawi@uinsu.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak.** Kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis baik atas hasil dari melakukan survei konsumen, tingkat persaingan, serta lokasi akan mendorong terciptanya ide terbaik dalam membuka dan mengembangkan usaha bisnis. Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa peka seseorang menangkap informasi akan potensi lingkungan sekitar dalam menjadikannya sebagai seorang wirausahawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian library research. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Binjai Milenial Market (BMM), sebagai pasar malam modern satu-satunya di Kota Binjai saat ini, jika ditilik dari lokasinya sangat berpotensi bagi para pebisnis untuk membuka atau mengembangkan usahanya di pasar malam modern ini. Lokasi yang kian eksis dan ramai dikunjungi pengunjung ini, akan memberikan keuntungan bagi pebisnisnya. Pebisnis baru bisa melakukan ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi) jika ingin membuka usaha di lokasi ini. Seperti membuka usaha angkringan, penerapan strategi pemasaran dan pelayanan yang berbeda dengan pesaing akan menjadikan bisnisnya sebagai primadona yang dicari-cari pengunjung saat berkunjung ke BMM.

**Kata Kunci :** Binjai Milenial Market; Potensi; Wirausahaan.

**Abstract.** The ability to identify good business opportunities based on the results of conducting consumer surveys, level of competition, and location will encourage the creation of the best ideas in opening and developing a business business. This study was conducted to see how sensitive a person is to capturing information about the potential of the surrounding environment in making him an entrepreneur. This research uses descriptive qualitative method with the type of library research. The results of the study reveal that Binjai Millennial Market (BMM), as the only modern night market in Binjai City at this time, if viewed from its location, has the potential for business people to open or develop their business in this modern night market. This location, which is increasingly existing and visited by visitors, will provide benefits for its businessmen. New business people can do ATM (Observe, Imitate and Modify) if they want to open a business in this location. Such as opening an angkringan business, implementing different marketing and service strategies from competitors will make the business a prima donna that visitors are looking for when visiting BMM.

**Key Words :** Binjai Milenial Market; Entrepreneurship; Potential.

## A. PENDAHULUAN

Kemudahan serta dukungan yang diberikan suatu lingkungan akan membantu seorang pengusaha memulai bisnisnya baik yang sifatnya baru maupun usaha wiralaba, dan sedikit banyak pastinya akan mempercepat berkembangnya usaha tersebut untuk terus unggul dan berhasil diminati ataupun dibutuhkan konsumennya. Mereka yang berani mengambil dan siap mengatasi resiko adalah defenisi pengusaha menurut Richard Cantillon (1755). Kemudian, Joseph Schumpeter (1911) mengartikan pengusaha sebagai sosok pencipta inovasi yang juga berperan sebagai mesin pertumbuhan sebuah negara. Hal ini sejalan dengan keadaan yang terjadi saat ini di Indonesia, ternyata jika ditilik dari sisi tenaga kerja UMKM (Usaha Mikro Kelas Menengah) yang juga adalah pengusaha dan atau seorang wirausaha, atas usahanya itu bisa menyerap sebesar 116.978.631 orang atau sebesar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Dan sebesar 57,24% total PDB di Indonesia merupakan bentuk kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara.

Kesempatan belajar baik dari orang tua, teman maupun melalui bangku sekolah bisnis adalah upaya yang bisa menunjang keberhasilan seorang pengusaha memahami teori dan praktikal berbisnis. Dan umumnya, seseorang yang tumbuh dilokasi yang didominasi oleh wirausahawan akan lebih besar kemungkinan menjadi pengusaha (Guiso 2016). Banyak literatur modern kini yang menawarkan cara menjadi wirausaha yang sukses yakni terutama indikator kepemilikan keterampilan/karakter unik dalam berwirausaha. Menurut teori klasik, menyatakan karakter seseorang akan berpengaruh dalam kompetensinya menciptakan inovasi, dan kesiapan dirinya bertanggung jawab pada resiko baik besar atau kecil yang mungkin timbul.

Individu yang berkemauan dan berkemampuan dalam mengenali produk inovatif terdiferensiasi ataupun baru, menetapkan operasional produksi, merancang manajemen produk dan permodalan, kemudian memasarkan produknya merupakan sosok wirausaha (entrepreneur) dan serangkaian kegiatan yang akan dilakukan seorang wirausaha (Bahri, 2019). Kelebihan seorang wirausahaan yakni bertindak sebagai inovator yang jeli, cermat dalam melihat dan mengembangkan kesempatan yang ada hingga selanjutnya ia berhasil menciptakan ide bisnis yang bernilai tambah.

Penemuan dan inovasi yang melibatkan faktor kreatifitas di dalamnya bukanlah suatu hal yang terus-menerus dipaksakan kehadirannya oleh seorang pebisnis yang berupaya keras menghadirkan produk yang "baru ada". Identifikasi ide dari peluang bisnis yang ada juga bisa ia pertimbangkan untuk diperhatikan dalam membuat usaha baru, ia tidak bisa hanya memikirkan produk baru apa yang harus ia ciptakan. Namun, banyak peluang lain yang bisa membantunya dalam membuat ide dan memulai bisnis. Contohnya peluang lokasi usaha.

Sejak pertama kali dibuka, dipertengahan bulan November yakni 13 November 2021 dimasa kasus pandemi covid-19 masih belum menemui titik landai di Indonesia, Binjai Millenial Market (BMM) sebuah pasar malam modern di Jl. Tengku Amir Hamzah Simp. Kebun Lada (Lapangan Bola Asrama 121), Pahlawan, Binjai Utara sudah mencuri banyak perhatian masyarakat Binjai dan sekitarnya. Bahkan di hari pertama pembukaan, lokasi pasar malam berkonsep kuliner di ruang terbuka ini membludak dihadiri banyak masyarakat. Dengan tidak dipusingkan biaya tiket masuk dan jam opsional spot lokasi kulineran ini yang buka setiap hari sejak pukul 15.00-22.00 WIB, sudah pasti sangat fleksibel untuk disinggahi, ditambah lagi pada hari libur pekan tiba.

Pada pasar malam ini akan ditemui banyak penjual minuman kekinian dan makanan yang beragam mulai dari makanan berat sampai ringan. Dengan jangkauan harga jual mulai dari Rp.8.000 – Rp.100.000. Selain itu, beberapa penjual pakaian dan aksesoris juga ikut mengambil kesempatan membuka bisnisnya di pasar malam ini. Maka dari itu, jika demikian bisa ditarik kesimpulan mempertimbangkan peluang lokasi tempat memulai usaha/bisnis



juga tidak kalah pentingnya menjadi acuan dalam mengembangkan ide usaha yang ada. Bahkan dengan melakukan survei lokasi langsung memungkinkan pebisnis mencari celah usaha yang belum atau perlu dilakukan diversifikasi produk/pelayanan sehingga ia tertarik membuka usaha di lokasi tersebut karena dirasa dan diperkirakan akan menghasilkan keuntungan dan capaian keberhasilan bagi usahanya tersebut.

Atas dasar uraian di atas, maka peneliti melakukan observasi langsung pada Binjai Milenial Market. Kegiatan observasi ini juga termasuk pelatihan kewirausahaan yang akan memberikan imbal balik ilmu praktikal pembelajaran bidang kewirausahaan (*entrepreneurship*) terkait praktek memahami cara penumbuhan ide bisnis dan orientasinya, merancang solusi problematika saat merintis usaha, serta meningkatkan rasa kepercayaan diri memulai bisnis. Melalui penelitian observasi ini, diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam terutama membangun lebih baiknya orientasi bisnis seorang pebisnis yang nantinya juga akan berdampak pada kemampuannya menghasilkan ide dan kecermatannya mengidentifikasi peluang bisnis.

## **B. KAJIAN LITERATUR**

### **Peluang Bisnis**

Usahawan maupun pebisnis sukses saat ini senantiasa mengusahakan manajemen strategis dalam kegiatannya berbisnis untuk menyesuaikan, diadaptasikan dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal yang tidak stabil dan sering berubah dengan cepat. Faktor ini penting demi menghasilkan keunggulan kompetitif bagi usahanya dan hubungannya dengan penentuan pasar yang dipilihnya dengan sumber daya terbatas dan pemanfaatan peluang bisnisnya di masa depan.

Strategi manajemen diperlukan agar usaha yang dirintis dapat tumbuh berkelanjutan. Bisa memperkirakan keadaan dimasa depan bukanlah murni hasil analisis formal bisnis melalui serangkaian praktek peramalan, namun tercipta karena adanya perencanaan strategis. Dalam penciptaan peluang bisnis, antusiasme, kapabilitas dan kompetensi, sumber daya, komitmen dan manajemen permodalan adalah hal-hal urgensinya wajib dipenuhi seorang pebisnis. Aspek penting dalam menciptakan kesempatan berbisnis adalah kemampuan mengidentifikasi peluang yang ada seperti melihat dan bertindak pertama kalinya sebelum orang lain sadar akan peluang tersebut. Maka peluang bisnis diartikan sebagai segala hal yang diperoleh dari hasil intuisi, visi, invensi, wawasan, dan ide kreasi berkembang menjadi kemampuan melihat peluang. Berhasil atau gagalnya usaha tersebut, bergantung pada bagaimana individu itu mengeksekusi strategi, fokus usaha, waktu dan tempat, sumber daya yang belum bersesuaian dengan upaya pengeksploitasian kesempatan yang ia temui.

### **Orientasi Pengusaha**

Pandangan dasar atau orientasi pebisnis ialah kesiapannya untuk menemukan dan menarik peluang baru, mampu bertanggung jawab serta melakukan perubahan yang menguntungkan bagi usahanya. Atau bisa dikatakan orientasi pengusaha yakni inovasi, berani pada resiko serta proaktif (Miller, 1983). Pada perkembangan tahun selanjutnya, Lumpkin dan Dess (1996), upaya daya saing yang agresif dan kemampuan mandiri menambahkan atas defenisi orientasi pengusaha Miller sebelumnya.

Pemahaman orientasi pengusaha ini penting, contohnya identifikasi usaha pengusaha dalam pengalokasian sumber daya pada cakupan yang lebih luas untuk peningkatan aktivitas bisnisnya agar tumbuh dengan baik.



### **Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Bisnis**

Bisa dicapai melalui pelatihan berkelanjutan, sebab hasil beberapa penelitian ditemukan adanya keterkaitan karakter individu dengan kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis. Maka kemampuan ini disimpulkan membutuhkan waktu tidak singkat untuk proses pengembangannya agar dihasilkan kemampuan pengusaha yang dapat menghubungkan informasi yang ada dan cara efektif menginterpretasikan peluang bisnis. Dan semua itu bisa dicapai karena peranan penting karakter individu tersebut selama proses pengidentifikasian berlangsung. Karimi et al (2014), melakukan pengembangan akan model khusus dan tetap memberi pelatihan peningkatan kreativitas dan kemampuan individu akan pembangunan pola berpikir, menghasilkan ide bisnis dan kritisi permasalahan bisnis yang dihadapi.

Setelah berhasil mengidentifikasi peluang, maka selanjutnya menghadirkan ide bisnis dibantu melalui strategi pemasaran bauran (marketing mix) sebagai konsep pemasaran modern yang biasa digunakan pengusaha dalam mengejar maksimum profit. Strategi ini dikenal dengan marketing mix-4P yaitu :

1. **Product (Produk).** Diproduksi untuk selain memenuhi kebutuhan konsumen namun juga untuk keinginannya. Melalui produk, kita bisa menilai, menanggapi maupun memberi kesan terhadap produsennya (Kotler dan Gery, 2018:168). Hal ini sama saja dengan semakin baik kualitas suatu produk maka akan baik pula pandangan konsumen terhadap produsennya.
2. **Price (Harga).** Disesuaikan dengan pendapatan konsumen, harga bahan pokok serta keadaan ekonomi saat itu. Artinya agar tidak terbelah kemahalan atau terlalu murah, sehingga baik produsen dan konsumen tidak merasa dirugikan.
3. **Place (distribusi).** Bertujuan agar bisa memudahkan penyediaan kebutuhan/keinginan akan produk/jasa pada waktu dan tempat yang tepat.
4. **Promotion (promosi).** Kotler dalam Sunyoto (2015:45) mendefinisikannya sebagai suatu upaya dengan pula bantuan media yang ada untuk memberitahukan keberadaan keunggulan spesifikasi produk pada masyarakat. Media promosi yang dapat digunakan pada bisnis ini antara lain (1) Periklanan, (2) Promosi penjualan, (3) Publisitas dan hubungan masyarakat, dan (4) Pemasaran langsung. Penentuan media promosi yang akan digunakan didasarkan pada jenis dan bentuk produk itu sendiri..

### **C. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan langsung di lokasi penelitian yakni Binjai Milenial Market (BMM). Sumber data penelitian ini berupa data sekunder (library research) yang diperoleh dari literatur bacaan yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel/warta berita terkait peluang memulai ide bisnis baru dilokasi atau spot sarana yang disediakan pemerintah khususnya pemerintah daerah, yang menjanjikan perolehan keuntungan bagi pebisnisnya. Metode penelitian kualitatif berdasar kegiatan observasi ini mampu memberikan gambaran langsung terkait pola konsumsi, sikap konsumen akan suatu produk yang ditawarkan penjual di Binjai Milenial Market, baik melalui pengamatan maupun dengan pengadaan interaksi dengan pengunjung pasar malam modern tersebut.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penciptaan nilai melalui perubahan segala tantangan menjadi peluang kemudian bertransformasi menjadi wujud ide usaha dan akhirnya bermuara sebagai



pengendali usaha, akan mampu dilakukan oleh seorang wirausaha. Zimmerer (1996 : 82) menyatakan jika kreativitas yang sering muncul dalam bentuk ide akan menghasilkan produk dan jasa baru. Namun, ide tidak bisa dikatakan sebagai peluang jika wirausahaan tersebut tidak melakukan evaluasi dan pengamatan berkelanjutan. Hal-hal yang perlu menjadi pertimbangan dalam membuka usaha bisnis selain menetapkan jenis usaha, visi-misi usaha, melakukan survei juga tidak kalah pentingnya untuk dipertimbangkan. Baik itu survei perilaku konsumen, tingkat persaingan serta lokasi usaha.

Ardhilah (2012), menyatakan jika suatu hal yang dianggap sepele, *enteng* tidak bisa kita abaikan, karena bukan tidak memungkinkan hal atau ide itu membawa pada kesuksesan luar biasa. Untuk itu, penggalian ide melalui berbagai sumber seperti pengamatan kebutuhan konsumen, sebab peristiwa yang tengah berlangsung (momen bulan ramadhan, perayaan agama, perkembangan hal-hal yang menjadi *trending, booming*), bakat/keahlian dan keterampilan didukung kreativitas, dan yang utama yang paling sederhana yakni konsep ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) akan sangat membantu memunculkan ide bisnis. Memang benar kita tidak boleh mengesampingkan perilah apakah produk yang kita produksi akan mampu memberikan imbas baik pada konsumen nantinya. Maka kita berupaya agar menyederhanakan pola pikir atas ide yang muncul. Namun, kita boleh berasumsi bebas akan produk yang akan kita ciptakan, tetapi pasarlah yang akan merespon dan menentukan apakah asumsi kita benar atau keliru. Solusinya, kita bisa membuat produk tersebut dalam kuantitas kecil terlebih dahulu. Dan nantinya, seiring berjalan waktu kita akan temukan evaluasi di sana-sini dan akhirnya menemukan produksi ide produk dan pelayanan yang tepat sasaran.

Kemudian, langkah selanjutnya yakni *follow-up* yang akan sangat membantu mengembangkan ide yang telah ditetapkan. Ide bisnis yang muncul dikumpulkan dan dicatat atau dibuat daftar, kemudian dipilih mana yang paling berpotensi memunculkan profit. Setelah itu, melakukan survei target pasar baik melalui pengamatan langsung, observasi sosial media, diskusi langsung dengan calon konsumen, atau memberi sampel produk dengan percuma untuk melihat respon konsumen.

Menentukan lokasi usaha menjadi pertimbangan yang wajib direncanakan sebaik mungkin selain merencanakan permodalan usaha. Sebab lokasi usaha yang strategis bagi bisnis luring tentu akan sangat berdampak pada keberhasilan usahanya, akan mempengaruhi pendapatan penghasilan dari keberlangsungan usaha yang diharapkan bagi pebisnis mampu menyumbang profit yang optimal. Dan untuk menghadapi persaingan yang erat hubungannya dengan mekanisme pasar, percepatan dan ketepatan sampainya produk akan memberikan nilai tambah. Maka keunikan yang berasal dari kreativitas, kapabilitas kualitas, pemanfaatan teknologi dan cakupan pemasaran akan menjadi pembeda dalam wujud produk dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing.

Adanya *Binjai Milenial Market* sebagai pasar malam modern, yang menawarkan lokasi kulineran dan *spot foto instagramable*, hiburan seperti *live acoustic, live music*, sampai *games* serta perlombaan pencarian bakat, tak lupa pula berbagai wahana pasar malam juga disediakan bagi anak-anak sampai orang



dewasa, dengan harga tiket yang sangat terjangkau. Tempat ini memang akan menjadi tempat tongkrongan terapan di Binjai. Mengingat di Binjai memang belum banyak ada tempat-tempat *hang out* seperti ini. Maka dari itu, sarana yang disediakan pemerintah daerah Binjai ini akan terus eksis untuk ke depannya.

Sejalan dengan ini, ramainya pengunjung yang mengunjungi Binjai Milenial Market menunjukkan lokasi ini cocok bagi pebisnis untuk menyewa tempat berbisnis di pasar malam modern tersebut. Dengan sebelumnya melakukan survei perilaku konsumennya dan jenis produk yang diperdagangkan disana. Memilih membuka *outlet* yang belum ada di lokasi tersebut akan besar sekali kemungkinannya diminati para pengunjung. Sebagai contoh, hasil pengamatan peneliti bahwa wirausahawan baru bisa membuka usaha angkringan disana. Hal ini tidak lain dikarenakan penjual atau pebisnis kuliner dalam hal makanan lebih sedikit tersedia dibanding pebisnis yang menjual minuman. Selain itu, pasar malam modern ini juga menyediakan tempat berbincang dengan konsep *lesehan* atau duduk bersama dilantai, selain menyediakan meja dan bangku. Maka untuk membukan usaha angkringan diperkirakan akan benar-benar berpotensi laris dengan catatan harga atas jenis-jenis makanan yang disediakan di angkringan tersebut terjangkau atau menyesuaikan standar harga dengan pedagang lainnya yang ada di *Binjai Milenial Market*.

Jika hendak membuka usaha selain usaha kuliner di lokasi ini, seperti pakaian atau aksesoris tampaknya belum banyak pengunjung yang berminat mampir ke *outlet* tersebut. Dan memang nyatanya belum banyak pula yang membuka usaha tersebut di pasar malam modern ini. Namun, bukan berarti usaha ini tidak akan bisa berkembang di Binjai Milenial Market. Hanya saja perlu dilakukannya strategi pemasaran yang bisa lebih banyak menarik simpati pengunjung untuk membeli produk tersebut. Sepengamatan penulis, belum banyaknya pengunjung yang tertarik datang ke Binjai Milenial Market untuk membeli produk pakaian atau aksesoris, dikarenakan cara pemasaran penjual yang kurang menarik. Juga belum ada produk pakaian atau aksesoris tersebut yang memang dibutuhkan konsumen pasar malam modern itu.

Membuka usaha di Binjai Milenial Market dengan berkorban menyewa tempat bisnis, juga dengan mempertimbangkan ramainya pengunjung yang mengunjungi lokasi ini, tidak ada salahnya untuk dicoba. Sebab telah melakukan observasi langsung ke lokasi hingga memunculkan ide berbisnis di lokasi ini. Kemudian juga mempertimbangkan analisis SWOT yang merupakan dasar rancangan strategi segala kegiatan baik usaha bisnis maupun bukan. Analisis ini merupakan bentuk pengujian ide bisnis yang kita tetapkan. *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), serta *Threats* (Ancaman), SWOT ini penting sebagai dasar pengambilan keputusan atas produk dan memberikan gambaran apa-apa saja situasi yang akan dihadapi pebisnis sehingga mampu meramalkan dan merancang solusi sedini mungkin. SWOT akan sangat membantu suatu ide bisnis bisa dilakukan dalam jangka pendek atau jangka panjang.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Melakukan penyesuaian dan menjalankan model bisnis dengan mengutamakan inovasi penting untuk para wirausahawan sebab beberapa alasan diantaranya : Pertama, inovasi hasil ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi) ini bisa jadi merupakan sumber penghasilan yang kurang dan belum dimanfaatkan beberapa pengusaha ataupun kompetitor, namun ternyata sangat dibutuhkan dimasa depan. Kedua, dengan adanya pembeda khas (baik dari segi pelayanan, kualitas produk) yang sulit ditiru pesaing karena benar-benar dirancang secara berkelanjutan sehingga sulit untuk meniru keseluruhan sistem operasional bisnis tersebut. Ketiga, bukan berarti karena sudah terdiferensiasi dengan produk yang ada, pengusaha lalai dan tidak mengantisipasi pesaing melakukannya di lokasi berbeda. Binjai Millenial Market menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan bagi pebisnis terutama sekitaran Kota Binjai, sebab mempertimbangkan survei lokasi pasar malam modern ini sangat berpotensi menghasilkan profit bagi wirausahawan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albra, Wahyuddin. dkk. (2019). *Usaha Kecil & Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, Keterampilan*. Medan : Madenatera Qualified Publisher.
- Atmaja, Hanung Eka. Dian Marlina Verawati. (2021). *Peluang Bisnis di Era Covid-19, JAB (Jurnal Akuntansi dan Bisnis) Vol. 6 No. 2*
- Cahyadi, Risky. (2022, 16 Januari). *Binjai Millenial Market, Tempat Tongkrongan Favorit di Tengah Kota Menikmati Liburan Akhir Pekan*. <https://medan.tribunnews.com.cdn.ampproject.org/v/s/medan.tribunnews.com/amp/2022/01/16/binjai-millenial-market-tempat-tongkrongan-favorit-di-tengah-kota-menikmati-liburan-akhir-pekan>
- Kusuma, Indra Lila. Tita Nur Fitria. Maya Widyana Dewi. (2021). *Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19, Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.3 No.2*.
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). *Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. *The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). *Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. *Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Nasib, Ismiriati. Eka Sudarmaji. (2017). *Model Bisnis Kanvas: Alat Untuk Mengidentifikasi Peluang Bisnis Baru Bagi Pengusaha UKM, 1<sup>st</sup> National Conference on Business and Entrepreneurship "Building Business and Entrepreneurial Platform"*.



- Setiawan, E. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kuris Jne Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat. Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Vol. 1 No.2*
- Setiawan, Elfa. Mohammad Farhan Alwi. *Analisis Strategi Bisnis Pada Angkringan Bocah Jajan (BOJAN) Di Kota Jakarta Utara*
- Sitepu, Fitri. Yohana Situmorang. (2022, 05 April). *Binjai Millenial Market, Pasar Malam Modern dengan Keseruannya*. <https://suarausu.or.id/binjai-millennial-market-pasar-malam-modern-dengan-keseruannya>
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).