

## **PERUBAHAN PENDAPATAN HARIAN PKL SELAMA RAMADHAN: STUDI KUALITATIF PADA LOKASI KONVENSIONAL DAN PASAR RAMADHAN DI KOTA PALU**

**Alya Aprilia<sup>1</sup>, Nur Nabila<sup>2</sup>, Rifka Fadila<sup>3</sup>, Meta Aulia<sup>4</sup>, Jamaluddin<sup>5</sup>, Rudy Usman<sup>6</sup>**  
**Universitas Tadulako**

e-mail: [alyaaprilia833@gmail.com](mailto:alyaaprilia833@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurnabilha29@gmail.com](mailto:nurnabilha29@gmail.com)<sup>2</sup>, [fadilarifka538@gmail.com](mailto:fadilarifka538@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[metaaulia740@gmail.com](mailto:metaaulia740@gmail.com)<sup>4</sup>, [jamaluddin.akuntad@gmail.com](mailto:jamaluddin.akuntad@gmail.com)<sup>5</sup>, [rudyusman77@gmail.com](mailto:rudyusman77@gmail.com)<sup>6</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan menganalisis perubahan pendapatan harian Pedagang Kaki Lima (PKL) selama bulan Ramadhan di Kota Palu, dengan perbandingan antara lokasi konvensional dan Pasar Ramadhan. Pendekatan kualitatif digunakan melalui wawancara semi-terstruktur dengan 20 informan PKL, observasi partisipatif selama Ramadhan 2023, serta analisis dokumen kebijakan pemerintah daerah. Hasil penelitian mengungkap dinamika signifikan: PKL di Pasar Ramadhan mencatat peningkatan pendapatan harian hingga 40-60% dari hari normal, didorong oleh permintaan tinggi akan takjil, makanan berbuka puasa, dan keramaian malam hari. Strategi adaptasi seperti diversifikasi produk halal, pemanfaatan media sosial, dan dukungan infrastruktur pemerintah berkontribusi positif. Sebaliknya, PKL di lokasi konvensional mengalami penurunan 20-30%, akibat berkurangnya aktivitas siang hari, persaingan ketat, dan biaya operasional tetap yang tinggi. Faktor eksternal seperti pola konsumsi masyarakat Ramadhan dan regulasi tata ruang pasar turut memengaruhi. Temuan ini menyoroti ketahanan ekonomi PKL terhadap musiman religius. Rekomendasi mencakup penguatan program pelatihan adaptasi, subsidi sewa lapak, dan integrasi PKL konvensional ke ekosistem Pasar Ramadhan untuk pemerataan pendapatan. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman dampak Ramadhan terhadap UMKM jalanan di wilayah urban Indonesia.

**Kata Kunci:** Pendapatan PKL, Ramadhan, Pasar Ramadhan, Kota Palu, Studi Kualitatif.

### **PENDAHULUAN**

Selama bulan Ramadhan, periode suci yang ditandai dengan peningkatan konsumsi makanan berbuka, takjil, serta aktivitas malam hari, terjadi perubahan signifikan pada pendapatan harian Pedagang Kaki Lima (PKL) di wilayah Pusat Jajanan Balaikota, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Data observasi awal mengindikasikan bahwa PKL yang tetap beroperasi di lokasi tetap mengalami penurunan laba penjualan sebesar 40% - 50% dibandingkan hari biasa. Penurunan ini tidak disebabkan oleh lesunya permintaan secara keseluruhan, melainkan persaingan ketat dengan Pasar Ramadhan sementara yang didirikan di lokasi strategis tepat di seberangnya. Akibatnya, banyak PKL mengeluhkan penurunan drastis volume transaksi, yang secara langsung memengaruhi pendapatan harian mereka serta keberlanjutan operasional usaha.

Sebaliknya, wawancara mendalam dengan sejumlah PKL yang memilih bergabung atau berpindah sementara ke Pasar Ramadhan mengungkapkan narasi keberhasilan yang kontras. Mereka melaporkan peningkatan pendapatan harian hingga 80% - 170 % dibandingkan hari biasa, didorong oleh lonjakan permintaan terhadap hidangan khas Ramadhan seperti manisan, es campur, kue basah, dan makanan siap saji. Penelitian ini berfokus pada dinamika laba PKL di Kota Palu selama Ramadhan, dengan tujuan menganalisis pola transformasi pendapatan, mengidentifikasi faktor pendorong penurunan dan peningkatan, serta menyusun rekomendasi strategi berkelanjutan.

Penelitian (Akmami et al., 2023) Judul: **PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA SELAMA BULAN RAMADAN DI KOTA PONTIANAK**. Berdasarkan analisis hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang kaki lima selama bulan Ramadan secara keseluruhan tidak mengalami peningkatan; sebaliknya, sebagian besar justru cenderung menurun. Data penelitian menunjukkan bahwa 62,5% responden pedagang kaki lima mengalami penurunan volume penjualan selama bulan suci

Ramadan. Sebanyak 25% pedagang kaki lima mempertahankan tingkat pendapatan yang stabil selama periode tersebut, sementara hanya 12,5% yang mencatat peningkatan pendapatan.

Untuk mendukung program dari pemerintah daerah selama Bulan Suci Ramadhan, diperlukan penyesuaian dan peninjauan lebih lanjut mengenai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dikonsumsi pada saat berbuka puasa seperti manisan, es campur, kue basah, dan makanan siap saji dari PKL, sehingga program dari pemerintah daerah bisa diterapkan oleh PKL. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pendapatan PKL yang tetap berjualan di lokasi konvensional dan PKL yang telah pindah ke Pasar Ramadhan. Penelitian ini relevan untuk mendukung kebijakan pemerintah daerah dalam pengelolaan ekonomi informal, peningkatan daya saing PKL, serta optimalisasi potensi bulan Ramadhan sebagai katalisator pertumbuhan usaha mikro di Kota Palu.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif sekaligus analitis. Aspek deskriptif dari penelitian kualitatif mencakup penggambaran dan penjelasan mengenai peristiwa, fenomena, serta situasi sosial yang menjadi objek penelitian. Sementara itu, aspek analitis mencakup interpretasi dan perbandingan data penelitian. (Marinu Waruwu, 2023).

Etnometodologi adalah paradigma penelitian kualitatif dalam ilmu sosial yang menyoroti kajian terhadap metode-metode praktis yang dipakai individu sehari-hari untuk membangun, mempertahankan, dan menafsirkan tatanan sosial dalam interaksi konkret. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi partisipan lewat praktik akuntabilitas, dengan fokus pada indeksikalitas (ketergantungan makna pada konteks) dan reflektivitas (saling merefleksikan).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan paradigma etnometodologi sebagai landasan utama untuk keseluruhan proses, mulai dari perencanaan hingga penulisan laporan. Pemilihan pendekatan ini sesuai untuk menggambarkan secara mendalam praktik interaksi harian, sehingga menghasilkan pemahaman autentik tentang pembentukan makna sosial oleh partisipan dalam situasi nyata. Secara terstruktur, paradigma tersebut mengarahkan analisis melalui prinsip indeksikalitas dan reflektivitas, di mana data primer berupa wawancara partisipan dan dokumentasi diuraikan secara berurutan guna mengungkap metode akuntabilitas yang mendasari tatanan sosial. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan etnometodologi untuk mengetahui bagaimana pendapatan PKL yang tetap berjualan di lokasi konvensional dan PKL yang telah pindah ke Pasar Ramadhan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Informan 1**

Pendapatan dihari biasa tidak menentu, kadang naik kadang turun, 300-400 ribu. Pendapatan bulan puasa malah justru turun ke 150-160, karna jualan nya bukan termasuk takjil dan karna ada pasar ramadhan di walikota.

Pendapatan dan pola pengeluaran konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Ketika pendapatan meningkat atau keinginan untuk membelanjakan uang juga bertambah, biasanya konsumen akan membeli lebih banyak barang dan jasa. Sebaliknya, jika pendapatan menurun atau konsumen memilih untuk lebih hemat, maka jumlah pembelian juga cenderung berkurang. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dan kemauan konsumen dalam mengeluarkan uang sangat berperan dalam menentukan seberapa besar permintaan terhadap suatu produk.

Selain itu, perubahan preferensi atau kebutuhan konsumen juga dapat memengaruhi pola belanja mereka. Misalnya, pada waktu-waktu tertentu seperti bulan Ramadhan, banyak konsumen lebih memprioritaskan pembelian makanan berbuka puasa seperti takjil atau

hidangan untuk iftar. Akibatnya, permintaan terhadap produk lain yang tidak berkaitan dengan kebutuhan tersebut dapat mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perubahan fokus konsumsi dapat menggeser permintaan pasar, sehingga pelaku usaha perlu memahami pola pengeluaran konsumen agar dapat menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan kebutuhan yang sedang meningkat.

### **Informan 2**

Pendapatan dihari biasa tidak menentu 400-600 tergantung cuaca, kalau dingin penjualannya turun. Pendapatan bulan puasa turun, karna orang-orang lebih banyak ke pasar Ramadhan, turun 60%, kira-kira 150-250.

Penelitian yang dilakukan pada 673 toko fisik menunjukkan bahwa kondisi cuaca memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penjualan harian. Cuaca dapat memengaruhi jumlah pembeli yang datang ke toko, namun arah pengaruhnya bisa berbeda-beda tergantung pada lokasi usaha dan jenis produk yang dijual. Dalam beberapa kasus, perubahan cuaca dapat menyebabkan penjualan berubah hingga sekitar 23% berdasarkan lokasi dan bahkan mencapai sekitar 40% tergantung pada jenis produk atau suasana tempat penjualan. Oleh karena itu, jika faktor cuaca tidak diperhitungkan dengan baik, maka perkiraan penjualan yang dibuat oleh pelaku usaha dapat menjadi kurang akurat, terutama saat terjadi cuaca yang sangat buruk atau justru sangat baik.

Kondisi tersebut juga terlihat pada pengalaman pedagang dalam aktivitas penjualan sehari-hari. Pada hari-hari biasa, pendapatan yang diperoleh tidak selalu tetap dan biasanya berkisar antara 400 hingga 600, tergantung pada keadaan cuaca. Ketika cuaca terasa dingin atau kurang mendukung, jumlah pembeli cenderung berkurang sehingga penjualan ikut menurun. Selain faktor cuaca, perubahan pola belanja masyarakat pada waktu tertentu juga memengaruhi pendapatan. Misalnya pada bulan puasa, penjualan dapat mengalami penurunan hingga sekitar 60% karena banyak orang lebih memilih berbelanja di pasar Ramadhan. Akibatnya, pendapatan yang biasanya lebih tinggi dapat turun menjadi sekitar 150 hingga 250. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor cuaca dan perubahan kebiasaan konsumen dapat memengaruhi tingkat penjualan yang diperoleh pedagang.

### **Informan 3**

Pendapatan di bulan puasa turun, karna bukan takjil. Pendapatan dihari biasa 500 dan bisa juga 700 kalo hari ramai seperti hari minggu. Bulan puasa paling banyak 300.

Penelitian yang dilakukan di Dhaka menunjukkan bahwa bulan Ramadhan merupakan salah satu momen yang sangat penting bagi para pedagang kaki lima untuk meningkatkan pendapatan mereka. Pada periode ini, pedagang yang menjual makanan olahan untuk berbuka puasa serta barang-barang yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan biasanya mengalami peningkatan penjualan yang cukup besar. Hal ini terjadi karena permintaan masyarakat terhadap makanan berbuka dan perlengkapan ibadah meningkat selama Ramadhan. Namun, keuntungan tersebut tidak dirasakan secara merata oleh semua pedagang. Penjual yang tidak menjual makanan untuk berbuka atau barang religius cenderung tidak mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, bahkan beberapa di antaranya justru mengalami penurunan.

Kondisi tersebut juga terlihat dari pengalaman pedagang yang tidak menjual takjil atau makanan khusus untuk berbuka. Pada hari-hari biasa, pendapatan yang diperoleh dapat mencapai sekitar 500 dan bahkan bisa meningkat hingga 700 ketika hari sedang ramai, seperti pada hari Minggu. Namun, ketika memasuki bulan puasa, pendapatan justru mengalami penurunan karena banyak pembeli lebih memilih membeli makanan berbuka di tempat lain atau di pasar Ramadhan. Akibatnya, pendapatan yang diperoleh selama bulan puasa biasanya hanya mencapai sekitar 300. Hal ini menunjukkan bahwa jenis produk yang dijual sangat memengaruhi tingkat pendapatan pedagang, terutama pada waktu-waktu tertentu seperti bulan Ramadhan.

Berdasarkan hasil observasi serta wawancara mendalam pada ketiga informan yaitu pedagang kaki lima yang ada di wilayah Pusat Jajanan Balaikota, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah, dapat dilihat bahwa para pedagang bukan hanya menyampaikan terkait angka pendapatan, tetapi juga para informan menggunakan istilah-istilah tertentu seperti "sibuk," "turun," dan juga "bukan takjil" untuk menafsirkan terkait perubahan kondisi ekonomi yang mereka alami selama bulan ramadan.

Berdasarkan konsep indeksikalitas menjelaskan bahwa makna suatu ujaran bergantung pada konteks sosial dan situasi di mana ujaran tersebut digunakan (Rahayuni et al., 2025). Dari hasil wawancara yang diucapkan informan memiliki arti khusus yang hanya dapat dipahami berdasarkan pengalaman mereka sebagai pedagang di lokasi tersebut, berdasarkan hal tersebut dapat dimaknai juga sebagai berikut:

Istilah "ramai" pada Informan 3 tidak hanya menjelaskan bahwa banyak orang datang berbelanja setiap harinya, tetapi merujuk pada kondisi tertentu seperti hari minggu yang dianggap mampu meningkatkan pendapatannya hingga 700 ribu. Istilah ini menunjukkan adanya hubungan antara keramaian pasar dengan peningkatan pembelian konsumen.

Kata "turun" yang digunakan seluruh informan bukan sekadar penurunan angka pendapatan, tetapi menggambarkan perubahan kondisi ekonomi akibat bulan ramadan, cuaca, dan juga perpindahan konsumen yang awalnya di pusat jajanan beralih ke pasar Ramadan.

Ungkapan "bukan takjil" menjadi penjelasan kontekstual bahwa jenis dagangan yang mereka jual tidak sesuai dengan kebutuhan utama masyarakat selama bulan ramadan. Dengan demikian, makna "bukan takjil" tidak hanya dapat dipahami secara harfiah, tetapi harus dapat dikaitkan dengan pola konsumsi atau keinginan masyarakat saat bulan puasa.

Selain itu juga, pada Informan 2, istilah "kalau dingin penjualannya turun" menunjukkan bahwa cuaca juga dapat dipahami sebagai penentu jumlah pembelinya. Makna "dingin" di sini bukan hanya terkait kondisi suhu, tetapi situasi pasar yang sepi.

Sementara itu, dalam konsep reflektivitas menunjukkan bagaimana individu menjelaskan dan memahami realitas sosial melalui pengalaman mereka sendiri (Waskito et al., 2024). Informan tidak hanya menyampaikan fakta yang mereka alami, tetapi juga menafsirkan terkait penyebab perubahan pendapatannya, seperti:

Informan 1 menjelaskan bahwa pendapatan bulan puasa turun dikarenakan adanya pasar ramadan di halaman kantor walikota yang di adakan setiap tahunnya saat bulan ramadan dan dagangan yang mereka jual bukan termasuk takjil. Penjelasan ini menunjukkan terkait bagaimana informan memahami realitas penurunan pendapatan sebagai akibat perubahan pusat keramaian dan preferensi konsumen.

Informan 2 yang merefleksikan bahwa cuaca dingin menyebabkan pembeli berkurang, sehingga penjualan menurun. Artinya, pengalaman sehari-hari ini membentuk pemahaman bahwa kondisi alam juga dapat memengaruhi aktivitas ekonomi.

Informan 3 memaknai ramadan sebagai periode yang menguntungkan hanya bagi pedagang tertentu. Pernyataan "bukan takjil" menjadi bentuk refleksi bahwa keberhasilan usaha mereka pada saat bulan puasa sangat bergantung pada jenis barang yang dijual.

Terakhir, pada konsep akuntabilitas menjelaskan terkait bagaimana seseorang membuat tindakannya dapat dipahami dan masuk akal bagi orang lain (Ukamah et al., 2020). Dalam wawancara mendalam ini, para informan berusaha untuk menjelaskan terkait kondisi pendapatan yang mereka alami melalui praktik kesehariannya seperti bagaimana mereka menghitung dan membandingkan, sebagai berikut:

Dalam praktik menghitungnya, para informan selalu menyebutkan angka pendapatan sehari-hari mereka untuk memperkuat penjelasan terkait perubahan pendapatan mereka yang benar-benar terjadi.

Informan 1 menghitung pendapatan saat hari biasa sekitar 300–400 ribu dan pada saat bulan puasa menurun menjadi 150–160 ribu.

Informan 2 menyebut penjualannya turun sekitar 60% saat bulan ramadan.

Informan 3 membandingkan pendapatan hari biasa sekitar 500–700 ribu dan saat bulan puasa sekitar 300 ribu.

Pada praktik membandingkan, para informan melakukan perbandingan terkait perubahan pendapatan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal tertentu, seperti pada saat hari biasa dibandingkan dengan bulan puasa, hari ramai dibandingkan dengan hari sepi, dan juga terkait kondisi cuaca normal dibandingkan dengan cuaca dingin pada saat berjualan.

Terakhir, dalam menjelaskan praktik sehari-harinya, para pedagang tidak hanya menyebutkan angka, tetapi juga memberikan alasan mereka terkait mengapa pendapatan mereka menurun seperti adanya pasar ramadan, dagangan yang mereka jual bukan takjil melainkan jajanan, dan juga kalau dagangannya sudah dingin maka penjualannya turun.

## KESIMPULAN

Pendapatan pedagang kaki lima dihari biasa tidak menentu tetapi berkisar antara Rp200.000 sampai dengan Rp600.000. Pendapatan yang tidak menentu ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor cuaca. Apabila sedang hujan maka pengunjung akan berkurang yang berdampak pada pendapatan pedagang kaki lima. Lonjakan pendapatan harian pedagang kaki lima terjadi pada hari minggu. Pada hari tersebut ramai pengunjung yang datang.

Pendapatan pedagang kaki lima pada bulan Ramadhan mengalami penurunan sekitar 60% dari pendapatan dihari biasa. Adanya pasar Ramadhan yang diadakan menyebabkan kebanyakan pengunjung lebih memilih untuk berbelanja disana. Jualan pedagang kaki lima juga menjadi acuan pengunjung untuk membeli jualan atau tidak. Jualan pedagang kaki lima yang termasuk dalam kategori takjil yang banyak di incar masyarakat pada saat bulan Ramadhan, mengalami kenaikan pendapatan sebesar 20%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmami, H., Munifah, A. F., Syarmiati, S., Julia, E., & Muttaqin, I. M. (2023). Pendapatan dan kesejahteraan pedagang kaki lima selama bulan Ramadhan di Kecamatan Pontianak Kota. *Jurnal Masyarakat dan Desa*, 3(1), 41–54. <https://doi.org/10.47431/jmd.v3i1.307>
- Akuntansi, J. (2020). Neraca berbasis SAK-ETAP pada UMKM. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 194–203.
- DA Fawzi. (2023). Syofyan Syafri Harahap, analisis kritis atas laporan keuangan. 1, 1–21.
- David, D. H., & Busaini, B. (2025). Analisis keberkahan bulan Ramadhan bagi pedagang dalam meningkatkan kesejahteraan (Studi kasus pedagang sembako di Pasar Mandalika Kota Mataram). *Jurnal Konstanta*, 4(1), 19–30. <https://doi.org/10.29303/konstanta.v4i1.1850>
- Fitri S Kasim, & Selviyana R Manan. (2022). Strategi pemerintah dalam penertiban dan penataan pedagang kaki lima di Pasar Susumbolan Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2213–2228. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.325>
- Jenuri, & Apriyanti, S. (2023). Analisis perilaku konsumtif umat Islam dalam pembelian takjil di bulan Ramadhan menurut perspektif ekonomi Islam. *Al-Mizan*, 7(2), 1–14.
- Kartika, A. F. (2020). Fenomena label halal: Is it awareness or branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 87–95. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.915>
- Keuangan, L., Sumber, B., Desa, R., Kecamatan, J., & Kabupaten Madiun, J. (2022). Analisis penerapan SAK ETAP terhadap penyajian laporan keuangan.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409–420. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>
- Marinu Waruwu. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 2896–2910. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Muki, A. Y. (2025). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(9),

- 2816–2845. <https://doi.org/10.59141/cerdika.v5i9.2716>
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan sederhana bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680. <https://doi.org/10.47679/ib.2022287>
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode pengumpulan data kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 13074–13086.
- Rezhi, K., Yulifar, L., & Najib, M. (2023). Memahami langkah-langkah dalam penelitian etnografi dan etnometodologi. *Jurnal Artefak*, 10(2), 271–276. <http://dx.doi.org/>
- Sataruddin, Suprianto, & Daeng, A. (2020). Analisis kualitatif keberadaan pedagang kaki lima. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 168–179.
- Trivaika, E., Senubekti, M. A., & Belakang, L. (2022). Perancangan aplikasi pengelola keuangan pribadi berbasis Android. *Jurnal Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40.
- Undari Sulung, M. M. (2024). *Jurnal Edu Research Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)*. *Jurnal Edu Research: Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Wahyudi, I., Nawawi, Z. M., & Syarvina, W. (2023). Analisis dampak bulan Ramadhan dalam peningkatan pendapatan usaha mikro di Kelurahan Harjosari Kecamatan Medan Amplas. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 4, 1187–1195.
- Wibawa, H. W., Ali, H. M., & Paryanti, A. B. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 650–660.
- Zulfialdi, M. F., & Sulhan, M. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Rahayuni, N. K. S., Pastika, I. W., Netra, I. M., & Artawa, K. (2025). Indeksikalitas Teks Tuturan Politik Pilpres 2024 Natalius Pigai di Media Sosial X. 5(1), 189–193.
- Ukamah, S., Program, M., Universitas, P., Sidoarjo, M., & Gresik, U. M. (2020). Mengungkap Makna Biaya Haul Nyai Ageng Putri Ayu Kukusan ( Studi Etnometodologi ). 3(2), 131–142.
- Waskito, I., Jumaidi, L. T., Fikri, M. A., Mataram, U., & Barat, N. T. (2024). Menyibak Problematika Badan Usaha Milik Desa : Studi Etnometodologi. 22(1), 33–45.