

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JURNAL BELI BERAS
CV. RAHMA 35 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

**THE ROLE OF TRUST IN THE JOURNAL TRANSACTION OF RICE
PURCHASE AT CV. RAHMA 35, SIDENRENG RAPPANG REGENCY**

Astrini Padapi¹ Nursyamsih¹ Dhiva Aulia¹ Muh. Qisand Alif¹

¹Prodi Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhamamdiyah Sidenreng Rappang

*Corresponding author's email: astrinipadapi24@gmail.com

ABSTRACT

Premium rice "PB Rahma 35," which is processed hygienically and in accordance with Islamic business principles, is the flagship product of CV. Rahma 35, a rice milling company located in Sidrap, South Sulawesi. However, the company's dependence on a single supplier, intense competition, and lack of transaction transparency make it difficult to gain the trust of suppliers and customers. This study recommends methods to enhance production, digital marketing, and direct sales while identifying supply chain management issues such as communication with suppliers and product quality perception. Interview results indicate that timely payments and support services like transportation and fertilizer assistance are crucial for building partner trust. These findings assist CV. Rahma 35 in improving its competitiveness and business procedures. The objectives of this community service activity are: to improve communication and transparency between CV. Rahma 35 and its business partners, use guidance and training to strengthen fair and sustainable partnership structures, and establish a feedback system to evaluate and enhance partner trust. Conducted from March to May 2025, the CV. Rahma 35 Management Team actively participated in: Program planning through FGD (Focus Group Discussion) and evaluating the results of the community service program together with the team. Through strategic efforts such as conducting focused group discussions (FGD), strengthening the partnership system, and providing complaint services via WhatsApp, CV Rahma's community service program has successfully increased client trust.

Keywords: Business trust; farmer partnerships; milling; empowerment; MSMEs

ABSTRAK

Beras premium "PB Rahma 35," yang diolah secara higienis dan sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis Islam, merupakan produk unggulan CV. Rahma 35, sebuah perusahaan penggilingan beras yang berlokasi di Sidrap, Sulawesi Selatan. Namun, ketergantungan perusahaan pada satu pemasok, persaingan yang ketat, dan kurangnya transparansi transaksi membuat sulit untuk mendapatkan kepercayaan dari pemasok dan pelanggan. Studi ini merekomendasikan metode untuk meningkatkan produksi, pemasaran digital, dan penjualan langsung sambil mengidentifikasi masalah manajemen rantai pasok seperti komunikasi dengan pemasok dan persepsi kualitas produk. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pembayaran tepat waktu dan layanan pendukung seperti transportasi dan bantuan pupuk sangat penting untuk membangun kepercayaan mitra. Hasil ini membantu CV. Rahma 35 dalam meningkatkan daya saing dan prosedur bisnisnya. Adapun kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: meningkatkan komunikasi dan transparansi antara CV. Rahma 35 dan mitra bisnisnya, menggunakan bimbingan dan pelatihan untuk memperkuat struktur kemitraan yang adil dan berkelanjutan serta membangun sistem umpan balik untuk mengevaluasi dan meningkatkan kepercayaan mitra. Dilaksanakan pada bulan Maret- Mei 2025, Tim Manajemen CV. Rahma 35 terlibat aktif dalam: Perencanaan program melalui FGD (Focus Group Discussion) dan Evaluasi hasil pengabdian bersama tim. Melalui sejumlah upaya strategis, seperti mengadakan diskusi kelompok terfokus (FGD), memperkuat sistem kemitraan, dan menyediakan layanan pengaduan melalui WhatsApp, program layanan masyarakat CV Rahma telah berhasil meningkatkan kepercayaan klien.

Keywords: Kepercayaan bisnis; kemitraan petani; penggilingan; pemberdayaan; UMKM.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

CV. Rahma 35 adalah perusahaan penggilingan beras yang berlokasi di Desa Lautang Benteng, Kecamatan Mari Tengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap), Sulawesi Selatan. Perusahaan ini terkenal dengan merek beras premiumnya, "PB Rahma 35," yang diolah secara higienis tanpa menggunakan bahan kimia tambahan dengan teknologi modern. Beras ini memiliki masa simpan enam bulan dan kualitas yang sangat baik. Selain itu, dalam seluruh aktivitasnya, CV. Rahma 35 menerapkan konsep etika bisnis Islam, termasuk integritas, keandalan, dan tanggung jawab sosial. Untuk memenuhi permintaan konsumen baik secara lokal maupun internasional, perusahaan bekerja sama dengan petani lokal dan pedagang beras, memainkan peran penting dalam rantai pasok beras di wilayah tersebut.

Beras merupakan pangan pokok yang memiliki peran strategis bagi masyarakat dan perekonomian Indonesia, khususnya Kabupaten Sidrap. Selain sebagai kegiatan ekonomi utama, perdagangan beras juga melibatkan hubungan sosial antara pelanggan dan perusahaan yang didasarkan pada kepercayaan. Namun, CV. Rahma 35 mengalami kesulitan dalam memperoleh dan mempertahankan kepercayaan pelanggan dan pemasok. Ketergantungan yang tinggi pada satu pemasok, persaingan yang ketat di pasar, dan kurangnya transparansi informasi merupakan beberapa tantangan yang dihadapi. Selain itu, transaksi yang tidak jelas, seperti pembayaran terlambat atau perubahan harga, dapat merusak kepercayaan antara mitra bisnis.

Sebuah studi tentang CV. Rahma 35, perusahaan penggilingan beras yang berlokasi di Sidenreng Rappang, Indonesia, mengidentifikasi sejumlah masalah dalam manajemen rantai pasok. Perusahaan ini menghadapi masalah dalam komunikasi dengan pemasok, persepsi kualitas produk, dan ketergantungan pada satu pemasok. Strategi seperti meningkatkan prosedur produksi, meningkatkan kepuasan konsumen, dan meningkatkan volume penjualan melalui promosi media sosial dan e-commerce disarankan sebagai cara untuk mengatasi masalah-masalah ini [1]. Perusahaan ini menggunakan dua saluran distribusi: pedagang dan penjualan langsung kepada pelanggan di luar provinsi [2]. Untuk meningkatkan efektivitas rantai pasok, studi ini menyoroti pentingnya komunikasi dan kepercayaan dalam hubungan dengan pemasok [3]. Di pasar beras yang kompetitif, meningkatkan volume penjualan memerlukan pemeliharaan kualitas produk dan penerapan teknik pemasaran yang baik [4].

Hasil ini memberikan CV. Rahma 35 informasi tentang cara meningkatkan praktik bisnis dan posisi kompetitifnya. Berdasarkan informasi kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara dengan mitra CV. Rahma 35, tingkat kepercayaan mereka terhadap bisnis ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketepatan pembayaran dan dukungan fasilitas (seperti bantuan pupuk dan transportasi).

Tujuan Pelaksanaan Pengabdian

Adapun kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan komunikasi dan transparansi antara CV. Rahma 35 dan mitra bisnisnya, terutama petani padi dan pedagang, merupakan tujuan utama dari proyek layanan masyarakat ini.
2. Menggunakan bimbingan dan pelatihan untuk memperkuat struktur kemitraan yang adil dan berkelanjutan.
3. Membangun sistem umpan balik untuk mengevaluasi dan meningkatkan kepercayaan mitra.

Perubahan Sosial yang Diharapkan

Sejumlah perubahan sosial diperkirakan akan terjadi sebagai hasil dari proyek layanan masyarakat ini, termasuk:

1. Peningkatan Kepercayaan: Mitra bisnis akan merasa lebih nyaman dan percaya pada CV. Rahma 35, yang pada akhirnya akan meningkatkan stabilitas distribusi dan pasokan beras.
2. Penguatan Ekonomi Lokal: Hubungan yang lebih adil dan terbuka akan meningkatkan kesejahteraan petani dan pedagang beras.
3. Peningkatan Kesadaran Konsumen: Seiring dengan semakin banyaknya orang yang mengetahui dan mempercayai produk beras CV. Rahma 35, penjualan dan loyalitas merek akan meningkat.

Sudah lama diketahui bahwa membangun kepercayaan dalam transaksi komersial sangat penting untuk menciptakan kemitraan yang berkelanjutan. Mustafa[5] mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan pelanggan terhadap karakteristik dan perilaku penyedia layanan di masa depan. Membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen memerlukan produk dan layanan berkualitas tinggi, menurut berbagai penelitian. Kebahagiaan dan loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk dan layanan, menurut berbagai penelitian [6]. Selain itu, kepercayaan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi minat pembelian ulang secara online. Kepercayaan dan minat pembelian ulang dipengaruhi secara positif oleh nilai yang dirasakan dan ulasan pelanggan online [7]. Ide-ide ini dapat digunakan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis dalam konteks CV. Rahma 35. Oleh karena itu, diharapkan proyek layanan masyarakat ini dapat memberikan solusi praktis untuk masalah yang dihadapi CV. Rahma 35, serta mendukung pertumbuhan ekonomi regional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Sidrap.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Tahapan Penyelesaian Masalah Mitra

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis untuk menyelesaikan permasalahan mitra (CV. Rahma 35) dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan dengan pemasok, petani, dan konsumen. Tahapan tersebut meliputi:

1. Identifikasi Masalah yakni melalui observasi dan wawancara mendalam dengan mitra dan pemasok.
2. Perencanaan Solusi yakni merancang strategi peningkatan transparansi, komunikasi, dan sistem kemitraan.
3. Implementasi Program yakni pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan sosialisasi.
4. Evaluasi dan Umpan Balik yakni dampak program dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

Subjek, Lokasi, dan Keterlibatan Mitra

Subjek Pengabdian adalah manajemen CV. Rahma 35, petani pemasok, pedagang beras, dan konsumen lokal. Lokasi Pengabdian dilaksanakan di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap), Sulawesi Selatan, khususnya di Kelurahan Lautang Benteng, Kecamatan Mari tengngae. Dilaksanakan pada bulan Maret- Mei 2025, Tim Manajemen CV. Rahma 35 terlibat aktif dalam:

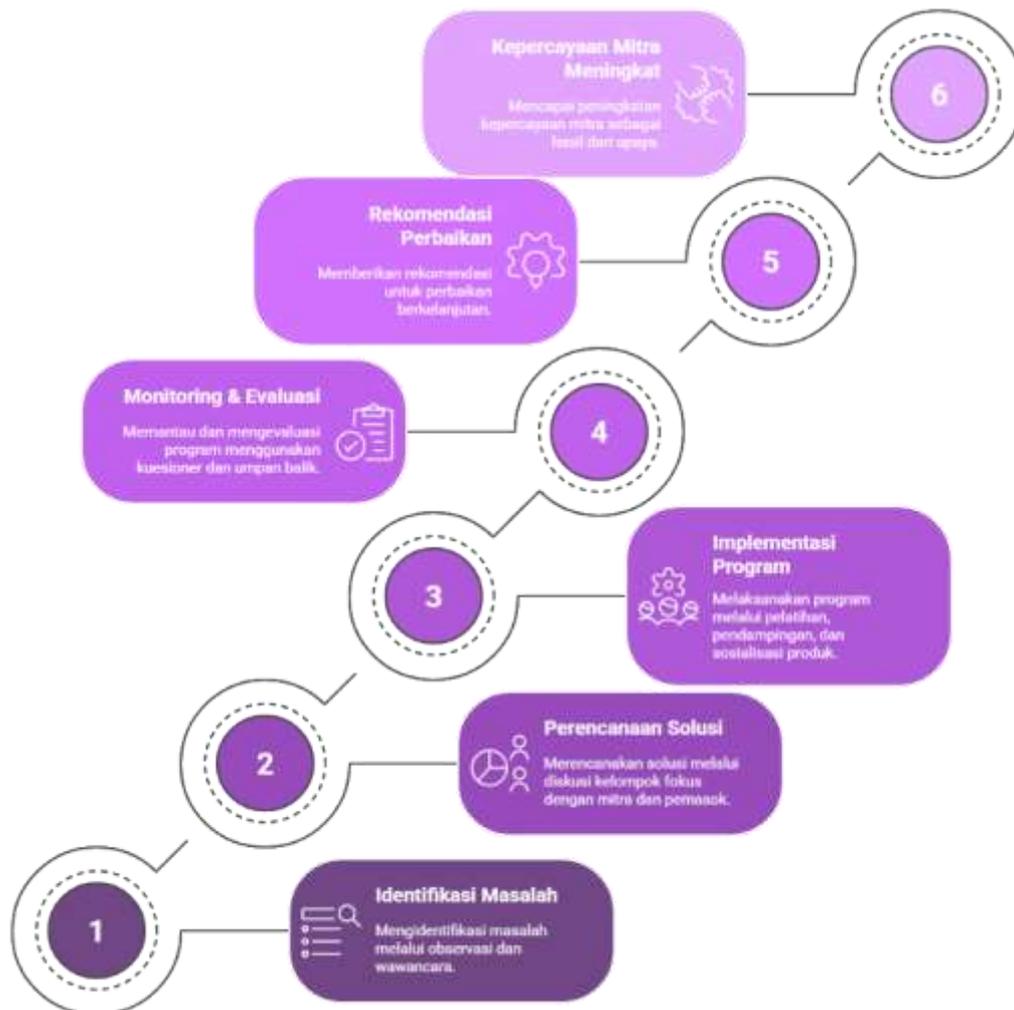
- Perencanaan program melalui FGD (Focus Group Discussion).
- Evaluasi hasil pengabdian bersama tim.

Strategi Pemberdayaan

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan pengabdian meliputi:

1. Pendekatan Partisipatif

- Melibatkan mitra dan pemasok dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan.
- Menggunakan Focus Group Discussion (FGD) untuk menggali kebutuhan dan solusi dari pemasok dan petani.



Gambar 1. Proses Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian ini CV. Rahma 35 melakukan beberapa kegiatan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Kegiatan CV. Rahma dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan

No.	Tujuan Pengabdian	Output	Outcome
1	Meningkatkan transparansi & komunikasi	Terbentuknya forum FGD antara CV. Rahma 35, petani, dan pedagang	Adanya panduan komunikasi terbuka untuk mitra
2	Pemasok melaporkan peningkatan kepuasan (85% responden survei menyatakan komunikasi lebih jelas)	Memperkuat sistem kemitraan	Penyusunan perjanjian kemitraan tertulis
3	Membangun mekanisme umpan balik	Aplikasi pengaduan via WhatsApp, Rapat evaluasi bulanan	Mitra lebih aktif memberikan masukan (70% partisipasi dalam

			survei kepuasan)
--	--	--	------------------

Sumber: Data Primer, 2025.

Meningkatkan Transparansi dan Komunikasi

Dalam peningkatan transparansi dan komunikasi, mitra akan melakukan prosedur pembayaran transparan, terbuka, dan tepat waktu, mitra merasa lebih nyaman dan aman. Penundaan pembayaran atau ketidakpastian dapat menimbulkan kekhawatiran dan bahkan mendorong mitra untuk mencari alternatif lain. Meskipun keterlambatan atau ketidakjelasan dalam pembayaran dapat menimbulkan kekhawatiran dan bahkan mendorong mitra untuk mencari kolaborasi lain, metode pembayaran yang transparan, terbuka, dan tepat waktu memberikan rasa aman dan nyaman bagi mitra saat bekerja sama. Menurut survei, dua elemen utama yang meningkatkan kepercayaan mitra adalah transparansi pembayaran dan dukungan fasilitas (seperti bantuan pupuk). Hasil ini sejalan dengan penelitian Kuswanto [8], yang menyoroti pentingnya kedua elemen tersebut dalam membangun kemitraan yang berkelanjutan antara bisnis dan mitra mereka. Selain itu, konsistensi pembayaran memiliki dampak besar terhadap loyalitas vendor dan klien; misalnya, peningkatan satu unit dalam konsistensi pembayaran dapat meningkatkan loyalitas mitra sebesar 762 unit, menyoroti pentingnya konsistensi dan kejelasan dalam pembayaran untuk mempertahankan loyalitas mitra bisnis.

Metode pembayaran memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas vendor, menurut Awatara [9]. Pengaruhnya dimediasi melalui kepercayaan dan kepuasan; metode pembayaran yang fleksibel dan andal meningkatkan kepuasan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas. Di sisi lain, harga yang kompetitif, insentif (seperti diskon atau promosi), keuntungan dari pembayaran tepat waktu (seperti diskon atau bonus), dan kualitas produk semuanya memiliki dampak besar terhadap loyalitas dealer. Loyalitas dealer sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor termasuk harga, cashback, manfaat pembayaran tepat waktu, dan kualitas produk [10]. Menariknya, relevansi mungkin memiliki dampak sebaliknya dari konsistensi, yang meningkatkan loyalitas sebesar 0,231 unit untuk setiap peningkatan satu unit dalam relevansi [8]. Hasil ini menyoroti betapa rumitnya loyalitas dan betapa krusialnya sejumlah elemen dalam mempertahankan kemitraan bisnis yang kokoh.

Memperkuat Sistem Kemitraan

Menurut wawancara dengan mitra, bantuan perusahaan dalam bentuk fasilitas produksi, termasuk benih premium, pupuk, dan mesin canggih, telah secara signifikan meningkatkan hasil pertanian, baik dari segi jumlah maupun kualitas. Selain itu, mereka merasa lebih mampu mengelola perusahaan mereka secara efektif dan berkelanjutan berkat perspektif baru tentang teknologi, praktik pertanian, dan manajemen bisnis yang mereka peroleh melalui pelatihan teknis yang diterima. Dukungan yang konsisten menciptakan hubungan jangka panjang yang meningkatkan loyalitas dan kepercayaan, mengurangi risiko kegagalan, dan membuka peluang untuk kerja sama di masa depan. Peningkatan produktivitas, motivasi untuk terus berkembang, dan pengembangan sinergi bisnis yang menguntungkan antara perusahaan dan mitranya yang membentuk ekosistem bisnis yang kokoh adalah beberapa dampak positifnya. Dukungan perusahaan dalam bentuk fasilitas produksi, termasuk benih berkualitas tinggi, pupuk, dan peralatan canggih, telah secara signifikan meningkatkan produksi pertanian baik dari segi kuantitas maupun kualitas, menurut wawancara dengan mitra. Selain itu, mitra menyatakan bahwa informasi baru tentang teknologi, metode bertani, dan manajemen perusahaan yang diperoleh melalui pelatihan teknis telah meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola perusahaan secara efisien dan berkelanjutan. Selain menciptakan ikatan yang kokoh yang meningkatkan kepercayaan dan loyalitas, dukungan yang berkelanjutan ini mengurangi risiko kegagalan dan membuka peluang untuk kerja sama di masa depan. Peningkatan produktivitas, motivasi untuk terus berkembang, dan pengembangan sinergi

bisnis yang menguntungkan antara organisasi dan mitranya merupakan beberapa dampak positif yang pada akhirnya menghasilkan lingkungan bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Sebuah studi terbaru menyoroti dampak positif lingkungan pertanian terhadap produktivitas dan mata pencaharian petani. Pelatihan inisiatif dalam teknik pertanian organik, seperti komposisi dan kelanjutan praktik, telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani [11]. Teknologi pertanian modern dan sistem manajemen bisnis telah meningkatkan efisiensi produksi dan akses pasar bagi usaha lokal [12].

Membangun Mekanisme Umpan Balik

Beberapa petani mengatakan, “Setelah menggunakan benih berkualitas tinggi dari program ini, hasil panen kami meningkat sebesar 30%.” Dukungan berupa fasilitas produksi, seperti benih premium dan peralatan canggih, telah secara signifikan meningkatkan produktivitas mereka. Seorang peserta menyatakan, “Pelatihan ini telah memperluas pemahaman kami tentang praktik pertanian yang lebih efisien,” menunjukkan bahwa instruksi teknis dianggap sangat berharga, terutama dalam penerapan teknologi pertanian modern. “Dukungan yang konsisten memberi kami keyakinan untuk terus berkembang bersama,” kata para responden, menyoroti pentingnya kemitraan jangka panjang. Seorang responden menyimpulkan, “Program ini tidak hanya membantu bisnis kami tetapi juga memperkuat komunitas pertanian,” menunjukkan bahwa mitra secara umum telah memperoleh manfaat dari peningkatan kesejahteraan dan jaringan bisnis yang lebih kuat.

Kerjasama antara usaha pertanian dan petani telah meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani. Sebagai hasil dari program pengembangan berbasis pertanian, Desa Tanete telah mengalami peningkatan signifikan dalam produktivitas dan pendapatan petani. Program penyuluhan pertanian berbasis agribisnis yang berpusat di Desa Tanete sedang dilaksanakan di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. Tiga pilar utama dari pendekatan komprehensif dan partisipatif program ini adalah [1] meningkatkan produktivitas, [2] memperbaiki manajemen pertanian, dan [3] merancang rencana pemasaran. Program ini memberikan petani Desa Tanete alat yang mereka butuhkan untuk mendiversifikasi lini produk mereka, menerapkan teknik pertanian adaptif, dan mengadopsi teknologi pertanian terbaru. Hasil evaluasi menunjukkan sejumlah manfaat yang signifikan, seperti peningkatan hasil panen, kenaikan pendapatan petani, dan peningkatan ketahanan terhadap fluktuasi pasar dan perubahan iklim. Inisiatif ini diperkuat oleh dukungan strategis dari lembaga keuangan dan pemerintah daerah, yang mendorong sinergi dalam pertumbuhan ekonomi lokal [13]. Secara ringkas, petani mendapatkan manfaat dari hubungan ini berupa peningkatan produktivitas, akses ke teknologi, dan bantuan pemasaran.

Implikasi Praktis

Inisiatif ini telah memicu reaksi berantai yang melampaui ekspektasi awal. Bagi mitra bisnis (CV. Rahma 35), transformasi sistem kemitraan tidak hanya meningkatkan efisiensi rantai pasok beras, tetapi juga membangun kerangka kerja kolaboratif yang adaptif yang merespons kebutuhan dinamika pasar. Di tingkat akademik, model pembinaan yang dikembangkan menawarkan kerangka teoritis baru untuk memberdayakan UMKM agribisnis, khususnya dalam hal mengintegrasikan prinsip ketahanan rantai pasok dengan pendekatan partisipatif berbasis komunitas. Temuan operasional dari program ini telah menghasilkan setidaknya tiga modul pelatihan yang kini diadopsi oleh universitas mitra untuk kursus kewirausahaan sosial.

Dari sudut pandang kebijakan, kesuksesan program ini memberikan data konkret kepada pemerintah daerah tentang seberapa efektif rencana triple helix (akademisi-bisnis-pemerintah) dalam mendorong pertumbuhan agribisnis. Selain menjadi model kemitraan inklusif yang

dapat diterapkan pada komoditas lain, implementasinya sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) 8 (pekerjaan layak) dan 12 (konsumsi bertanggung jawab). Secara strategis, strategi ini telah memperkuat posisi Kabupaten Sidenreng Rappang sebagai pusat inovasi agribisnis berbasis komunitas di Sulawesi Selatan dengan menginspirasi kegiatan replikasi di tiga kabupaten tetangga melalui program pengembangan kapasitas yang melibatkan 120 UMKM.

Inisiatif layanan masyarakat ini telah memberikan dampak yang signifikan bagi mitra, akademisi, dan pemerintah. Program ini telah berhasil menciptakan sistem kemitraan yang lebih responsif dan terstruktur untuk CV. Rahma 35, yang sesuai dengan kebutuhan pemasok, sehingga meningkatkan efisiensi rantai pasok beras. Dari perspektif akademis, model layanan masyarakat yang diterapkan dapat menjadi contoh yang dapat direplikasi bagi UMKM agribisnis lainnya, dengan penyesuaian sesuai konteks lokal, sehingga memperluas manfaat inisiatif serupa. Sementara itu, dari sudut pandang pemerintah. Akibatnya, selain memberikan solusi bermanfaat bagi mitra, program ini membantu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan berfungsi sebagai model untuk menciptakan model kemitraan inklusif di industri agribisnis. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya mencapai tujuan awal tetapi juga memberikan dampak berkelanjutan bagi mitra dan masyarakat.

KESIMPULAN

Melalui sejumlah upaya strategis, seperti mengadakan diskusi kelompok terfokus (FGD), memperkuat sistem kemitraan, dan menyediakan layanan pengaduan melalui WhatsApp, program layanan masyarakat CV Rahma telah berhasil meningkatkan kepercayaan klien. Perjanjian kerja sama yang lebih kuat, respons yang lebih cepat terhadap masukan pelanggan, dan komunikasi yang lebih transparan merupakan hasil dari inisiatif ini. Inisiatif ini tidak hanya memberikan solusi bermanfaat bagi mitra, tetapi juga membantu mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dan menjadi contoh kolaborasi inklusif yang dapat diikuti oleh industri pertanian. Oleh karena itu, selain berhasil mencapai tujuan aslinya, proyek layanan masyarakat ini memiliki dampak jangka panjang bagi mitra korporat dan komunitas yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Mursalat, N. Y. Putri, M. C. Qayyum, dan A. Ario, "Strategi Penerapan Manajemen Produksi dalam Industri Beras CV. Rahma 35 di Kabupaten Sidenreng Rappang," *Musamus J. Agribus.*, vol. 6, no. 2, pp. 55–65, 2023.
- [2] M. C. Qayyum, A. Mursalat, dan I. Haryono, "Identifikasi Pola Distribusi Guna Mendukung Rantai Pasok Beras di Kabupaten Sidenreng Rappang (Studi Kasus CV. Rahma 35)," *Perbal J. Pertan. Berkelanjutan*, vol. 12, no. 3, pp. 304–317, 2024.
- [3] R. Alfianto, S. T. Rahardjo, dan A. Kusumawardhani, "Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Pemasok dengan Perusahaan terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Empirik pada Pemasok Bahan Baku di PT Jamu Jago)," *Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro*, 2015.
- [4] R. Handayati dan I. Susanti, "Penerapan Strategi Kekuatan dan Peluang Usaha dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Beras Medium: (Studi Kasus Penggilingan Padi UD. Lancar)," *Media Mahardika*, vol. 17, no. 3, pp. 436–443, 2019.
- [5] M. I. Eid, "Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia," *J. Electron. Commer. Res.*, vol. 12, no. 1, pp. 78–92, 2011.
- [6] A. M. Naufal, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Penumpang PO. Haryanto Semarang)," *Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, 2023.

- [7] N. L. D. Yolandari dan N. M. W. Kusumadewi, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang secara Online melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Situs Online Berrybenka.com)," Skripsi, Universitas Udayana, 2018.
- [8] V. Kuswanto, "Meningkatkan Kinerja Sistem ERP Modul Penjualan dengan Strategi Customer Relationship Management," *Akselerator: J. Sains Terap. dan Teknol.*, vol. 3, no. 1, pp. 43–52, 2022.
- [9] I. G. A. G. U. Awatara, N. L. P. Indiani, dan N. M. Wahyuni, "The Role of Satisfaction and Trust in Mediating the Relationship Between Payment Method and Vendor Loyalty (Study on Construction Company PT. Wijaya Karya)," *Int. J. Environ. Sustain. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 5, pp. 1183–1196, 2024.
- [10] H. Tirta, "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Matic pada Dealer Jaya Terang 2 di Kabupaten Situbondo dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening," Skripsi, Universitas Abdurrahman Saleh Situbondo, 2024.
- [11] R. Aisuwarya, A. D. Kartika, S. Silvia, dan M. R. Helmi, "Pelatihan Pembuatan Media Tanam Organik serta Strategi Pemasaran Digital untuk Kemandirian Mitra Organik Jaya di Kabupaten Padang Pariaman," *J. Hilirisasi Ipteks*, vol. 6, no. 3, pp. 253–261, 2023.
- [12] B. B. Albar dan A. A. Amsal, "Perancangan dan Implementasi Sistem Manajemen Bisnis dan Produksi Bukik Gompong dengan Pendekatan Multi Aspek untuk Standar Ritel Nasional," *J. Hilirisasi Ipteks*, vol. 7, no. 3, pp. 311–320, 2024.
- [13] S. Sumartan, A. Salida, H. Haeril, S. Suriadi, H. D. Daming, dan U. Usman, "Pengembangan Kesejahteraan Petani melalui Program Penyuluhan Pertanian Berbasis Agribisnis di Desa Tanete, Kabupaten Sidenreng Rappang," *J. Abdi Insa*, vol. 11, no. 4, pp. 2553–2563, 2024.