

Implementasi *Structure Conduct Performance (SCP)* Di KJ Project Desa Gedung Ram

Dedi Kusnandang

Prodi Manajemen Retail S1, Institut Teknologi dan Bisnis Mesuji

dedi.kusnandang.itbm.2022@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi model *Structure Conduct Performance (SCP)* pada KJ Project sebagai usaha percetakan termuda di Desa Gedung Ram dalam menghadapi persaingan usaha. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik KJ Project, pemilik usaha percetakan pesaing, serta pelanggan masing-masing percetakan, dan didukung oleh dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar usaha percetakan di Desa Gedung Ram bersifat kompetitif dengan jumlah pelaku usaha yang relatif seimbang dan lokasi usaha yang saling berdekatan. Kondisi tersebut menciptakan persaingan terbuka dan memudahkan konsumen dalam membandingkan layanan. Dalam menghadapi struktur pasar tersebut, KJ Project menerapkan perilaku usaha yang adaptif melalui strategi harga yang kompetitif, variasi produk, pelayanan langsung oleh pemilik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Dari sisi kinerja, KJ Project menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang cukup baik, meskipun masih menghadapi keterbatasan efisiensi operasional akibat keterbatasan sumber daya.

Secara keseluruhan, implementasi model SCP pada KJ Project terlihat dari keterkaitan antara struktur pasar yang kompetitif, perilaku usaha yang adaptif, dan kinerja usaha yang terus berkembang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha percetakan skala kecil serta kontribusi akademis dalam pengembangan kajian ekonomi industri berbasis usaha lokal.

Kata kunci: *Structure Conduct Performance*, Struktur Pasar, Perilaku Usaha, Kinerja Usaha, Loyalitas Pelanggan, Usaha Percetakan

Abstract

This study aims to analyze the implementation of the *Structure Conduct Performance (SCP)* model at KJ Project, the youngest printing business in Gedung Ram Village, in facing business competition. The research approach used was descriptive qualitative with a case study method. Data were collected through field observations and in-depth interviews with the owner of KJ Project, competing printing business owners, and customers of each printing business, supported by documentation.

The results indicate that the printing market structure in Gedung Ram Village is competitive, with a relatively balanced number of business players and businesses located close to each other. This creates open competition and facilitates consumer comparisons of services. To address this market structure, KJ Project implements adaptive business behavior through competitive pricing strategies, product variety, direct service from the owner, and the use of social media as a promotional tool. In terms of performance, KJ Project demonstrates fairly good service quality and customer satisfaction, although it still faces operational efficiency constraints due to limited resources.

Overall, the implementation of the SCP model in the KJ Project is evident in the relationship between competitive market structure, adaptive business behavior, and continuously improving business performance. This research is expected to provide practical contributions for small-scale printing businesses and academic contributions to the development of economic studies of local business-based industries.

Keywords: *Structure Conduct Performance*, Market Structure, Business Behavior, Business Performance, Customer Loyalty, Printing Business.

Implementasi *Structure Conduct Performance (SCP)* Di KJ Project Desa Gedung Ram

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi saat ini semakin pesat dan ditandai dengan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha. Setiap perusahaan atau pelaku usaha dituntut untuk mampu bertahan dan berkembang dengan cara meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan posisi usahanya di pasar. Hal ini juga terjadi pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang percetakan, dimana banyaknya pelaku usaha dengan jenis layanan yang serupa membuat tingkat persaingan semakin tinggi.

Usaha percetakan merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai produk cetak seperti spanduk, undangan, brosur, kartu nama, dan berbagai kebutuhan promosi lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan, jumlah usaha percetakan juga semakin bertambah. Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku usaha percetakan harus mampu bersaing dengan kompetitor lainnya agar tetap dapat mempertahankan usahanya.

KJ Project merupakan salah satu usaha percetakan yang berada di Desa Gedung Ram yang bergerak dalam bidang jasa percetakan dan desain grafis. Dalam menjalankan usahanya, KJ Project menghadapi berbagai bentuk persaingan dari usaha percetakan lain yang menawarkan produk dan layanan yang serupa. Persaingan tersebut dapat dilihat dari aspek harga, kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang dapat menggambarkan bagaimana kondisi persaingan yang terjadi serta bagaimana posisi usaha tersebut dalam menghadapi kompetitor yang ada.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan dalam suatu industri adalah melalui model *Structure-Conduct-Performance (SCP)*. Model ini menjelaskan hubungan antara struktur pasar (*structure*), perilaku perusahaan dalam pasar (*conduct*), dan kinerja perusahaan (*performance*). Struktur pasar menggambarkan kondisi pasar yang berkaitan dengan jumlah pelaku usaha, tingkat konsentrasi pasar, serta hambatan masuk pasar. *Conduct* berkaitan dengan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan seperti strategi harga, promosi, maupun inovasi produk. Sementara itu, *performance* menggambarkan hasil atau kinerja usaha yang dicapai sebagai dampak dari struktur dan perilaku pasar tersebut.

Melalui pendekatan SCP, analisis terhadap suatu usaha dapat dilakukan secara lebih komprehensif karena tidak hanya melihat kondisi pasar, tetapi juga perilaku pelaku usaha serta dampaknya terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, model ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana suatu usaha mampu bertahan dan bersaing dalam suatu industri.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi persaingan usaha percetakan KJ Project di Desa Gedung Ram dengan menggunakan pendekatan *Structure-Conduct-Performance (SCP)*. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai struktur pasar yang terjadi, strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, serta bagaimana kinerja usaha yang dihasilkan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan bagi pelaku usaha percetakan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing usahanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai kondisi persaingan usaha percetakan KJ Project di Desa Gedung Ram melalui analisis *Structure-Conduct-Performance (SCP)*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai kondisi pasar, perilaku pelaku usaha, serta kinerja usaha dalam menghadapi persaingan.

Lokasi penelitian dilakukan pada usaha percetakan KJ Project yang berada di Desa Gedung Ram. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive atau sengaja, dengan pertimbangan bahwa usaha tersebut merupakan salah satu usaha percetakan yang beroperasi di wilayah tersebut dan menghadapi persaingan dengan usaha percetakan lainnya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik usaha melalui wawancara dan observasi mengenai kondisi usaha, strategi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, serta kinerja usaha yang dicapai. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas usaha percetakan KJ Project. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi usaha yang dilakukan. Dokumentasi dilakukan dengan

Implementasi *Structure Conduct Performance (SCP)* Di KJ Project Desa Gedung Ram

mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structure-Conduct-Performance (SCP)*. Analisis struktur pasar (*structure*) dilakukan dengan melihat kondisi pasar seperti jumlah pelaku usaha dan tingkat persaingan yang terjadi. Analisis perilaku pasar (*conduct*) dilakukan dengan mengkaji strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, seperti strategi harga, promosi, dan pelayanan. Sedangkan analisis kinerja usaha (*performance*) dilakukan dengan melihat hasil atau kinerja usaha yang dicapai oleh KJ Project dalam menjalankan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar (*Structure*)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha percetakan KJ Project di Desa Gedung Ram, diketahui bahwa terdapat beberapa pelaku usaha yang bergerak pada bidang jasa percetakan. Keberadaan beberapa usaha percetakan tersebut menunjukkan adanya tingkat persaingan yang cukup tinggi dalam memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk-produk percetakan seperti spanduk, undangan, kartu nama, brosur, dan berbagai kebutuhan promosi lainnya.

Struktur pasar pada usaha percetakan di wilayah tersebut cenderung mengarah pada **persaingan monopolistik**. Hal ini ditandai dengan adanya beberapa pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis, namun masing-masing memiliki perbedaan dalam hal desain, kualitas hasil cetakan, pelayanan kepada konsumen, serta strategi pemasaran yang diterapkan.

Selain itu, hambatan masuk pasar pada usaha percetakan relatif tidak terlalu tinggi. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan bagi pelaku usaha baru untuk membuka usaha percetakan dengan memanfaatkan teknologi percetakan digital yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin meningkat.

Perilaku Pasar (*Conduct*)

Perilaku pasar menggambarkan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan yang terjadi di pasar. Berdasarkan hasil penelitian, KJ Project menerapkan beberapa strategi untuk mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan usaha percetakan lainnya.

Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan harga yang kompetitif kepada konsumen. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaing serta kemampuan daya beli konsumen di wilayah tersebut.

Selain strategi harga, KJ Project juga berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Pelayanan yang cepat, ramah, serta kemampuan dalam menyesuaikan kebutuhan desain konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat pelanggan.

Dalam hal promosi, KJ Project juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan produk dan jasa percetakan kepada masyarakat. Melalui media sosial, informasi mengenai produk dan layanan yang tersedia dapat lebih mudah diketahui oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Kinerja Usaha (*Performance*)

Kinerja usaha merupakan hasil yang diperoleh dari penerapan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Berdasarkan hasil penelitian, usaha percetakan KJ Project mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan dengan usaha percetakan lainnya yang berada di wilayah yang sama.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan yang tetap menggunakan jasa percetakan tersebut serta kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, strategi pelayanan yang baik serta harga yang kompetitif memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Dengan menerapkan strategi yang tepat serta menjaga kualitas produk dan pelayanan, KJ Project mampu bersaing dengan usaha percetakan lainnya serta mempertahankan eksistensi usahanya di pasar.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar usaha percetakan di Desa Gedung Ram menunjukkan adanya persaingan antar pelaku usaha yang bergerak pada bidang yang sama. Kondisi tersebut menyebabkan setiap pelaku usaha harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan usahanya.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, KJ Project menerapkan berbagai strategi seperti memberikan harga yang kompetitif, menjaga kualitas hasil cetakan, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar.

Penerapan strategi tersebut memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha, sehingga KJ Project mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya serta bersaing dengan usaha percetakan lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Bagi pelaku usaha percetakan, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu

Implementasi *Structure Conduct Performance (SCP)* Di KJ Project Desa Gedung Ram

mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai sarana promosi juga perlu terus dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dan pengembangan usaha pada sektor percetakan sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih luas bagi perkembangan usaha kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariadi, B. Y., Mazwan, M. Z., Amir, N. O. & Shodiq, W. M., 2023. *Agribisnis Kentang Di Malang Raya: Pendekatan Konsep Structure Conduct Performance*. Malang: Zahra Publisher.
- Armata, T. et al., 2023. Upaya Strategi Digital Marketing Dalam Memperluas Target Pasar Sektor Umkm (Studi Kasus Cv Rempang Printing Batam). *MADANI : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), pp. 3-4.
- Arnaz, E. P., Aurora, S. A. & Ardiana, A. F., 2022. *Indikator Kesejahteraan Rakyat 2022*. Mesuji: BPS Kabupaten Mesuji.
- Budiarno, Udayana, I. B. N. & Lukitaningsih, A., 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(2), pp. 227-228.
- Daniati, T., 2025. Analisis statistik kinerja usaha tempat photocopy Naka Express Tembilahan. *Journal of Statistics Demography and Engineering (ALPHA)*, 1(1), pp. 63-70.
- Dewi, O. I., Supeni, R. E. & Rozi, A. F., 2021. Analisis Structure Conduct Performance (Scp) Pada Industri Tempe Di Kecamatan Grujagan Bondowoso. *SKRIPSI Prodi Manajemen-FEB, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia*, pp. 3-4.
- Djuarni, W., 2023. Strategi Produk Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), pp. 38-39.
- Dwiputra, M. F. A., 2021. Analisis Structure-Conduct-Performance (SCP) dan Efisiensi Internal Pada Industri Air Minum dan Mineral Dalam Kemasan di Indonesia. *Skripsi*, p. 10.
- Fauzi, A., 2022. Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), p. 18.
- Handayani, F., Hafiz, A. P. & Ramli, F., 2023. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Wirausaha Unggulan Jambi Di Kota Jambi. *Journal of Student Research JSR*, 1(6), pp. 30-46.
- Hariandja, E. S., 2025. *Pemasaran Strategik*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Hasan, H., 2022. Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *JURASIK (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)*, 2(1), pp. 23-24.
- Hasibuan, 2023. Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi. *GABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), pp. 9-10.
- Husran, H. L. et al., 2025. *Pemasaran dan Strategik (Teori dan Implementasi)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Irona, V. D. & Triyani, M., 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *JIM : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), pp. 175-176.

Implementasi *Structure Conduct Performance (SCP)* Di KJ Project Desa Gedung Ram

- Jaya, W. K., 2023. *Ekonomi Industri Edisi Revisi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota Ikapi dan Appti.
- Makbul, M., 2021. Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. *Makalah*, pp. 9-10.
- Mala, C. M. F., 2022. *Kekuatan Pasar dan Kinerja Keuangan pada Perbankan Syariah Indonesia dan Malaysia Periode 2010-2019*. Majalengka: CV. Kampungku.
- Malkan, B. & Supiandi, G., 2024. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Ud. Difiy Printing (Studi Penelitian Umkm Percetakan Di Katen Margoyoso Pati). *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), p. 3170–3184.
- Mardikaningsih, R. & Darmawan, D., 2023. Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif. *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), p. 372.
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A. & Aloyna, S., 2021. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen*, 7(1), pp. 51- 52.
- Nirawati, L. et al., 2022. Profitabilitas Dalam Perusahaan. *Journal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), pp. 61-62.
- Purnama, N. I., Ramadhan, A. & Kurniawan, R., 2021. The Influence Of Price, Promotion And Product Quality On Samsung Smartphone Purchase Decisions In Umsu Students. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 2(1), p. 523.
- Putra, R., 2021. Strategi Promosi Pasar Van Der Capellen. *Skripsi*, pp. 6-15.
- Rahayu, S., 2023. Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), p. 111.
- Ramadhani, A., Iyan, R. Y. & Aqualdo, N., 2021. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Ud. Difiy Printing (Studi Penelitian Umkm Percetakan Di Katen Margoyoso Pati). *JOM FEB*, 8(1), pp. 3-4.
- Ramadhini, A. N. et al., 2024. Strategi Penjualan Produk Sepeda Motor Yamaha Melalui Analisis Structure, Conduct and Performance (SCP). *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), p. 130.
- Rinandi, Y., Budiartiningsih, R. & Iyan, R. Y., 2021. Analisis Structure, Conduct, Performance (Scp) Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Kerupuk Sagu Dikecamatan Kuantan Tengah. *Merasa Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(3), pp. 2-4.
- Romdona, S., 2025. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi & Politik*, 3(2), pp. 5-6.
- Santoso, G. E. M., 2023. Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(8), pp. 2-3.
- Sasongko, S. R., 2021. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), pp. 106-107.
- Soliha, M. F. et al., 2025. Konsentrasi Industri Berdasarkan SCP (Structure- Conduct- Performance). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), pp. 75-78.
- Sopiati, G. D. d. P., 2024. Pengumpulan Data Penelitian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), pp. 1-2.
- Susanto, 2024. Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah

Tinjauan Pustaka). *JIM : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), pp. 8-9.

Syamsiyah, K. N. et al., 2021. Analisis Structure Conduct Performance (Scp) Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, pp. 2-3.

Tariana, I. W. A., Setiawati, L. E. & Rianita, N. M., 2023. Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Pada Percetakan Mandala Digital Printing. *Jurnal Artha Satya Dharma* /, 16(1), pp. 3-5.

Winarto, R. N., 2021. Analisis Persaingan Harga Pada Perantara (Broker) Pasar Percetakan Di DKI Jakarta Satu Pendekatan Kualitatif. *Skripsi Fakultas Bisnis Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, p. 3.

Wiratmuko, 2023. Implementasi Competitive Strength, Competitive Area, Competitive Result dalam Peningkatan Daya Saing dan Pemasaran Jasa Pendidikan Islam. *IRSYADUNA: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 3(2), pp. 252-253.

Yudianto, A. & Munawarah, 2022. Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Pada Sasirangan E-Comel Desa Telaga Sari Kota Amuntai. *Inovatif*, 4(1), pp. 6-7.