Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset
Volume. 3 Nomor. 4 Juli 2025
e-ISSN : 2988-5418; p-ISSN : 2988-6031, Hal. 263-271
DOI: https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i4.1990
Available online at: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati

Manajemen Usaha Rumahan Berbasis Instagram oleh Mahasiswa
(Studi Kasus Sistem Pre-Order pada Usaha 'Nyemilee')

[1*]Dina Aulia, [2]Febrianti Shakira, [3]Zainarti
[1,2,3] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia
Email: [1]dinayaaa21@gmail.com, [2]febrishakira93@gmail.com, [3]zainartimm60@gmail.com*

Korespondensi penulis: dinayaaa21@gmail.com

Abstract. *Nyemilee is a student-run homemade fruit salad business that uses a pre-order system and social media to align operations with academic schedules. This qualitative-descriptive study involved interviews, Instagram (@nyemilee.id) observation, and PO documentation. Findings show that PO enhances efficiency, Instagram acts as a digital storefront and customer service tool, while time and demand challenges are managed through scheduling and daily quotas.*

Keywords. *Business Management, Social Media, Pre-Order, Time Management*

Abstrak. Nyemilee adalah usaha salad buah rumahan milik mahasiswa yang menerapkan sistem pre-order dan media sosial untuk menyesuaikan usaha dengan jadwal kuliah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif melalui wawancara, observasi akun Instagram @nyemilee.id, dan dokumentasi PO. Hasilnya menunjukkan bahwa sistem PO membantu efisiensi waktu dan bahan, Instagram berfungsi sebagai etalase dan layanan pelanggan, serta tantangan waktu dan permintaan diatasi dengan penjadwalan dan kuota harian.

Kata kunci. Manajemen Usaha, Media Sosial, Pre-Order, Manajemen Waktu

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal ekonomi dan kewirausahaan. Keberadaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah membuka peluang besar bagi siapa saja untuk memulai usaha, bahkan tanpa harus memiliki toko fisik. Salah satu kelompok yang turut memanfaatkan peluang ini adalah mahasiswa. Di tengah tuntutan akademik dan keterbatasan modal, mahasiswa kini mulai tertarik terjun ke dunia bisnis kecil-kecilan sebagai bentuk aktualisasi diri, kemandirian ekonomi, hingga persiapan untuk masa depan.

Namun, realitas bahwa mahasiswa memiliki beban akademik yang cukup padat menjadikan keterlibatan mereka dalam dunia usaha tidak selalu mudah. Mereka harus pandai dalam membagi waktu antara kuliah, tugas, organisasi, dan kegiatan wirausaha. Maka dari itu, mahasiswa cenderung memilih usaha yang bersifat fleksibel dan tidak mengganggu aktivitas utama mereka sebagai pelajar. Usaha rumahan berbasis digital menjadi pilihan ideal karena tidak membutuhkan modal besar, dapat dikerjakan dari rumah, serta memungkinkan pengelolaan waktu yang lebih luwes. Salah satu strategi yang mendukung fleksibilitas ini

Received: Mei 17, 2025; Revised: Mei 31, 2025; Accepted: Juni 27, 2025; Online Available: Juni 30, 2025

adalah penggunaan sistem pre-order (PO), di mana proses produksi hanya dilakukan setelah ada pemesanan.

Salah satu contoh usaha yang menggunakan strategi tersebut adalah Nyemilee, sebuah usaha rumahan milik mahasiswa yang bergerak di bidang kuliner, khususnya penjualan camilan seperti donat, brownies, dan dimsum. Usaha ini tidak memiliki toko fisik, dan seluruh proses pemasaran serta pemesanan dilakukan melalui akun Instagram @nyemilee.id. Pemilik usaha membuka sistem PO secara berkala, tergantung pada jadwal kuliah dan kesibukan lainnya. Model usaha ini sangat relevan bagi mahasiswa yang ingin tetap produktif dan menghasilkan pendapatan, namun tetap tidak mengabaikan kewajibannya sebagai pelajar.

Selain memberikan fleksibilitas dalam produksi, penggunaan media sosial Instagram juga memiliki keunggulan dalam hal pemasaran. Dengan konten visual yang menarik dan fitur-fitur seperti stories, reels, dan direct message (DM), pelaku usaha dapat membangun interaksi yang erat dengan pelanggan. Hal ini menjadi nilai tambah tersendiri bagi Nyemilee, yang mampu memanfaatkan kekuatan visual dan kedekatan personal untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Meski terlihat sederhana, menjalankan usaha rumahan sambil kuliah tetap memerlukan keterampilan manajemen yang baik, mulai dari pengaturan waktu, keuangan, hingga pelayanan pelanggan. Mahasiswa yang menjadi pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi tinggi serta perencanaan yang matang agar usaha tetap berjalan lancar. Dalam konteks inilah, penelitian ini menjadi penting untuk memahami lebih dalam bagaimana manajemen usaha diterapkan dalam kondisi nyata oleh mahasiswa dengan segala keterbatasan yang ada.

Studi ini akan menggali lebih dalam tentang strategi manajemen usaha yang diterapkan oleh pelaku usaha Nyemilee, termasuk bagaimana sistem PO dijalankan, bagaimana pemanfaatan Instagram dilakukan sebagai media pemasaran, serta bagaimana pelaku usaha mengatasi tantangan-tantangan yang muncul. Penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademik, tetapi juga memberikan inspirasi praktis bagi mahasiswa lain yang ingin memulai usaha serupa.

Melalui pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran nyata dan utuh mengenai dinamika manajemen usaha rumahan berbasis media sosial oleh mahasiswa. Dengan mengangkat pengalaman langsung pelaku usaha, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai kewirausahaan mahasiswa dan manajemen usaha kecil berbasis digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Usaha Rumahan

UKM adalah usaha yang dilakukan oleh masyarakat. Dan bisnis atau usaha ini hanya dikerjakan di rumah atau mencari lokasi di sekitar perumahan. Biasanya bisnis ini disebut dengan bisnis atau usaha rumahan. Dan sekarang usaha rumahan ini sudah memiliki berbagai jenis produk yang dihasilkan. Sehingga usaha yang dilakukan sendiri dirumah mampu menunjang kebutuhan rumah tangga. Karena dasar dari mendirikan usaha rumahan adalah untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Dengan hasil yang baik, maka usaha rumahan ini akhirnya menjadi usaha utama dalam memenuhi kebtuhan hidup. Bisnis ini hampir 50% dikerjakan di rumah dan hampir seluruhnya dalam kondisi usaha kecil dan tidak memiliki karyawan (Abdullah, 2016).

Manajemen usaha rumahan merupakan proses pengelolaan kegiatan usaha yang dilakukan dari rumah, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap semua aktivitas bisnis. Meskipun skala usahanya tergolong kecil, manajemen yang baik tetap menjadi kunci utama dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhan usaha.

Salah satu contoh usaha rumahan di bidang kuliner yang dijalankan oleh masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa, adalah usaha Nyemilee. Usaha ini bergerak dalam bidang makanan sehat dengan produk utama berupa salad buah. Nyemilee dikelola langsung oleh seorang mahasiswa aktif dan beroperasi dari rumah tanpa memiliki toko fisik. Aktivitas penjualan dan pemasarannya dilakukan secara daring melalui platform Instagram, dengan sistem pre-order sebagai metode utama dalam pengelolaan pesanan. Hal ini memungkinkan pemilik usaha untuk tetap menjalankan aktivitas kuliah sekaligus mengembangkan bisnisnya secara fleksibel. Meskipun dikerjakan secara mandiri dan dengan skala terbatas, Nyemilee mampu memenuhi kebutuhan pribadi serta memberikan tambahan pendapatan yang signifikan. Model usaha seperti ini mencerminkan potensi besar dari bisnis rumahan di era digital, terutama dalam menciptakan kemandirian ekonomi di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.

Media Sosial dalam Pemasaran

Pemasaran digital atau digital marketing merupakan hasil dari pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat di atasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen. Manfaat yang didapat dengan menngunakan digital marekting yaitu kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas,

murah dan efektif, dan dapat membangun nama brand. Sedangkan jenis dari digital marekting antara lain website, Search Engine Marketing (SEM) yaitu upaya untuk membuat website perusahaan mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari, social media marketing seperti instagram, facebook dan twitter, email marketing, dan video marketing.

Cara untuk melakukan digital marekting pertama, siapkan alat yang digunakan untuk melakukan pemasarannya (website, akun media sosial, identitas brand dan produk, unggahan blog, jejak online berupa review atau feedback dari pelanggan). Kedua, siapkan konten yang menarik perhatian dan shareable (foto, video, atau tulisan) sertra tentukan tujuan pemasaran dan target pasar yang disesuaikan dengan konten yang dibuat. Ketiga, mulai menggunggah dan selanjutnya evaluasi setiap unggahan di setiap social media yang dimiliki, seperti memberikan feedback kepada pelanggan. Langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah masuk dan bergabunglah dengan forum marketplace public (Tati et al., 2021).

Sistem Pre-Order (PO)

Pre-Order (PO) adalah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu sebelum produksi dimulai, dengan tenggang waktu tunggu (estimasi/perkiraan) sampai barang tersedia (Fadhil et al., 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian pre order adalah suatu perintah dalam pemesanan produk atau barang. Sedangkan pengertian pre order secara umum adalah transaksi jual beli yang dilakukan secara online serta adanya sebuah aktifitas pemesanan (Enceng et al., 2022). Pre order adalah sistem pembelian barang dengan cara memesan dan membayar terlebih dahulu diawal, tengah atau akhir, dengan masa tenggang waktu tunggu estimasi. Terjadinya jual beli secara pre order pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya, yaitu jual beli dapat terjadi dengan adanya kata sepakat. Dalam sistem pre order, biasanya memberikan batas pemesanan pada pembeli baik dari segi periode pemesanan atau kuota barang yang dapat dipesan (Andriansyah, 2022).

Manajemen Waktu Mahasiswa

Manajemen waktu adalah kemampuan dalam merencanakan, mengorganisir, dan mengatur waktu secara efektif untuk menyelesaikan tugas dalam jangka waktu tertentu (Savira et al., 2023) Manajemen waktu sebagai bentuk pengaturan diri dalam memanfaatkan waktu secara efisien melalui perencanaan, penjadwalan, dan pengontrolan waktu (Bela et al., 2023). Manajemen waktu mencakup penetapan tujuan, perencanaan aktivitas, serta pemantauan dan evaluasi penggunaan waktu (Siu Chian & Rostiana, 2024). Salah satu aspek penting dalam manajemen waktu adalah penetapan prioritas. Penetapan prioritas memungkinkan individu untuk menyelesaikan tugas-tugas yang lebih penting atau mendesak terlebih dahulu, sehingga

menghindari tumpang tindih kegiatan dan memaksimalkan hasil dalam waktu terbatas (Pertiwi, 2020).

Dengan memperhatikan berbagai pandangan tersebut, manajemen waktu dapat disimpulkan sebagai kemampuan dalam mengelola dan memanfaatkan waktu secara efektif melalui perencanaan, penjadwalan, pengorganisasian, serta pengendalian aktivitas. Tidak hanya berfokus pada pengaturan tugas harian, manajemen waktu juga mencakup bagaimana individu menetapkan tujuan, menyusun pioritas, serta membangun sikap positif terhadap waktu guna mencapai hasil yang optimal dalam batas waktu yang tersedia. Manajemen waktu dengan konsep self-regulated learning, yaitu pembelajaran yang dikendalikan oleh individu itu sendiri. Mereka mengemukakan tiga indikator utama dalam manajemen waktu yaitu: perencanaan jangka pendek (short-range planning); sikap terhadap waktu (time attitudes); dan perencanaan jangka panjang (long-range planning) (Athalia & Marwansyah, 2025).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha Nyemilee, observasi terhadap aktivitas usaha melalui akun Instagram @nyemilee.id, dan dokumentasi terhadap proses pre-order. Fokus penelitian adalah pada strategi manajemen usaha, pengelolaan waktu, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Nyemilee merupakan sebuah usaha kuliner rumahan yang dirintis oleh seorang mahasiswa aktif, dengan fokus pada penjualan salad buah. Usaha ini beroperasi secara daring melalui akun Instagram @nyemilee.id dan tidak memiliki toko fisik. Karena dikelola langsung oleh mahasiswa yang juga memiliki tanggung jawab akademik, sistem penjualan yang digunakan adalah sistem pre-order (PO). Pemilik hanya membuka pemesanan pada waktu tertentu yang telah direncanakan sebelumnya, agar bisa menyesuaikan dengan jadwal kuliah dan kegiatan lainnya.

Salad buah yang dijual oleh Nyemilee terdiri dari berbagai pilihan buah segar, ditambah dengan saus yogurt atau mayones yang khas buatan sendiri. Produk ini menyasar kalangan anak muda, mahasiswa, dan pekerja yang menginginkan camilan sehat, segar, dan praktis. Penggunaan kemasan menarik dan higienis juga menjadi nilai tambah dari produk yang ditawarkan.

Strategi Manajemen Berbasis Media Sosial

Media sosial saat ini menjadi alat penting dalam strategi manajemen usaha rumahan, terutama dalam aspek pemasaran, pelayanan pelanggan, dan komunikasi yang efisien. Pada usaha Nyemilee, strategi berbasis media sosial dijalankan sepenuhnya melalui platform Instagram, tanpa menggunakan toko fisik atau aplikasi pemesanan khusus. Instagram digunakan sebagai etalase digital sekaligus sarana utama interaksi dengan konsumen.

Pemilik usaha aktif memanfaatkan fitur Instagram Story untuk membagikan informasi jadwal pre-order, menampilkan produk salad buah yang ditawarkan, serta memberikan pengumuman penting kepada pelanggan. Cerita-cerita yang diunggah biasanya menampilkan visual produk, stok PO yang tersedia, hingga ucapan terima kasih atas pesanan yang masuk. Selain itu, fitur highlight digunakan untuk mengarsipkan informasi penting seperti daftar menu, testimoni pelanggan, dan prosedur pemesanan, agar mudah diakses oleh pengunjung baru.

Melalui pendekatan ini, Nyemilee berhasil menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan, menjaga loyalitas mereka, dan tetap eksis di tengah keterbatasan waktu dan sumber daya. Strategi ini juga memungkinkan pemilik untuk tetap mengelola usaha secara fleksibel, tanpa harus mengganggu aktivitas utama sebagai mahasiswa. Penggunaan media sosial secara sederhana namun konsisten ini menjadi bukti bahwa manajemen digital dapat diterapkan secara efektif bahkan dalam skala usaha rumahan.

Manajemen dan Efektivitas Sistem Pre-Order

Dalam konteks usaha rumahan kuliner seperti Nyemilee, penerapan manajemen yang efektif sangat diperlukan untuk mengatur waktu, tenaga, dan sumber daya yang terbatas.

1. Perencanaan Usaha

Perencanaan menjadi tahap awal yang penting untuk menentukan arah dan tujuan usaha. Dalam usaha Nyemilee, perencanaan mencakup pemilihan produk yang diminati pasar (salad buah), penentuan harga jual yang kompetitif, strategi pemasaran melalui Instagram, dan sistem penjualan berbasis pre-order yang disesuaikan dengan waktu luang pemilik usaha. Perencanaan juga mencakup perhitungan kebutuhan bahan baku dan estimasi jumlah pesanan yang akan diterima dalam setiap periode PO.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian dalam usaha rumahan melibatkan pembagian tugas, meskipun dikerjakan secara mandiri. Pemilik usaha perlu mengatur jadwal harian atau mingguan untuk produksi, promosi, dan distribusi produk. Dalam kasus Nyemilee, kegiatan pengemasan dan persiapan bahan sering dibantu oleh anggota keluarga, sehingga diperlukan pembagian tugas yang jelas agar proses kerja berjalan efisien.

3. Pelaksanaan Operasional

Tahap pelaksanaan mencakup semua kegiatan rutin dalam menjalankan usaha, mulai dari belanja bahan baku, pembuatan produk, pengemasan, hingga pengiriman kepada konsumen. Untuk usaha seperti Nyemilee, yang hanya membuka PO pada hari-hari tertentu, operasional dilakukan secara intens dalam satu hari, sehingga dibutuhkan kesiapan dan kedisiplinan agar produk yang dikirim tetap segar dan tepat waktu.

Sistem pre-order (PO) merupakan metode penjualan di mana pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu sebelum produk dibuat. Dalam usaha Nyemilee, sistem ini digunakan untuk menyesuaikan waktu produksi dengan jadwal kuliah pemilik usaha yang merupakan seorang mahasiswa. Aktivitas PO dimulai dengan pengumuman jadwal pemesanan melalui Instagram Story, disertai dengan informasi harga, varian produk, dan batas waktu pemesanan. Setelah jumlah pesanan terkumpul, pemilik akan mempersiapkan bahan baku, melakukan produksi sesuai jumlah pesanan, mengemas produk, dan mengatur pengiriman ke pelanggan. Sistem ini membantu menghindari pemborosan bahan, menjaga kesegaran produk salad buah, dan memudahkan pengelolaan waktu serta sumber daya secara lebih efisien.

Kendala dan Solusi

Dalam mengelola usaha rumahan berbasis Instagram seperti Nyemilee, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha, terutama karena peran ganda sebagai mahasiswa aktif. Beberapa kendala utama dan solusi yang diterapkan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keterbatasan Waktu

Sebagai seorang mahasiswa, pemilik usaha harus membagi waktu antara kegiatan akademik dan aktivitas bisnis. Pada masa-masa sibuk seperti ujian tengah semester atau akhir semester, keterbatasan waktu menjadi hambatan yang signifikan. Untuk menjaga kualitas studi, pemilik biasanya menghentikan sementara sistem pre-order (PO) selama periode tersebut. Solusi yang dilakukan adalah dengan menginformasikan jadwal PO secara terbuka dan jauh-jauh hari melalui Instagram Story. Hal ini memberikan kejelasan kepada pelanggan sekaligus membantu pemilik untuk mengatur jadwal dengan lebih baik tanpa mengorbankan fokus pada akademik.

2. Variasi Jumlah Pesanan

Permintaan pasar terhadap produk Nyemilee tidak selalu stabil. Terkadang, jumlah pesanan dapat melonjak tajam, terutama ketika sedang ada promosi atau setelah testimoni pelanggan tersebar luas di media sosial. Lonjakan pesanan ini berpotensi mengganggu kapasitas produksi dan memengaruhi kualitas produk jika tidak dikelola dengan baik. Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha menerapkan sistem pembatasan kuota PO harian. Strategi ini

bertujuan agar produksi tetap berjalan dengan kapasitas yang realistis dan kualitas produk tetap terjaga.

Melalui pengelolaan yang fleksibel dan responsif terhadap kendala yang muncul, Nyemilee dapat terus beroperasi dengan stabil, meskipun dijalankan secara mandiri dan dalam keterbatasan sumber daya. Pemanfaatan media sosial yang tepat dan komunikasi yang terbuka menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan keberlangsungan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha rumahan "Nyemilee" yang dijalankan oleh seorang mahasiswa menunjukkan strategi manajemen usaha yang efektif melalui pemanfaatan sistem pre-order (PO) dan media sosial, khususnya Instagram. Sistem PO memberikan fleksibilitas dalam penyesuaian produksi dengan jadwal perkuliahan, sehingga pemilik usaha dapat tetap fokus pada kegiatan akademiknya tanpa mengabaikan kewajiban terhadap pelanggan. Instagram digunakan secara optimal sebagai sarana promosi, etalase produk, dan media komunikasi langsung dengan konsumen, yang sekaligus membangun loyalitas dan hubungan emosional dengan pelanggan. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan waktu dan fluktuasi permintaan konsumen, namun hal tersebut mampu diatasi dengan perencanaan PO yang matang, pembatasan jumlah pesanan harian, dan pengaturan waktu yang disiplin. Dengan demikian, manajemen waktu, perencanaan produksi, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci keberhasilan usaha rumahan yang dijalankan oleh mahasiswa secara mandiri.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, disarankan agar mahasiswa yang menjalankan usaha rumahan mulai mengadopsi sistem pre-order dan platform digital secara strategis untuk mengelola keterbatasan waktu dan sumber daya.

DAFTAR REFERENSI

Andriansyah. (2022). Praktik jual beli online dengan sistem pre order ditinjau dari fiqh muamalah: Studi kasus pada Izza Shop Taman Asri Kecamatan Baradatu Kabupaten Way Kanan. Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2(2), 73–92. https://doi.org/10.25077/falah.v2i2.318

Asnita, D., & Mudrika, S. (2025). Hit and run: A phenomenological study of manufacturer experience in e-commerce transactions with the pre-order system from a fiqh muamalah perspective. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, *12*(1), 174–197. https://doi.org/10.15575/am.v12i1.40958

Bela, A., Thohiroh, S., Efendi, Y. R., & Rahman, S. (2023). Prokrastinasi akademik dan manajemen waktu terhadap stres akademik pada mahasiswa di masa pandemi: Review literatur. Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa), 4(1), 37–48. https://doi.org/10.38156/psikowipa.v4i1.59

Dewi, A. A., & Marwansyah. (2025). Pengaruh manajemen waktu terhadap tingkat stres: Studi pada mahasiswa berwirausaha di Kota Bandung. Jurnal Disrupsi Bisnis, 8(3), 341–351. https://doi.org/10.32493/drb.v8i3.48996

Elviona, J., Putri, N. O., Mala Sari, Y., & Erliant, D. (2025). Analysis of the effect of time management on students' academic procrastination: Case study STIA Lancang Kuning Dumai. *Global Education Journal*, *3*(2), 327–334. https://doi.org/10.59525/gej.v3i2.737 medicare.renaciptamandiri.orgjournal.civiliza.org+1researchgate.net+1

Hilmi, M. F., & Tawakal, H. A. (2021). Perancangan dan pengembangan sistem pembelian pre order berbasis website untuk transaksi jual beli produk cabai. Jurnal Informatika Terpadu, 7(2), 108–117. https://doi.org/10.54914/jit.v7i2.382

Izzan, A., Widaningsih, S., & Syaripudin, E. I. (2022). Praktik jual beli dengan sistem pre order perspektif hukum ekonomi syari'ah (Studi kasus di Toko Online HelloByl_Aesthetic). Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY), 1(1), 1–7. https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.163

Nursa'adah, S., Issroviatiningrum, R., & Abdurrouf, M. (2025). The relationship between time management and academic procrastination in students of the Faculty of Nursing, Sultan Agung Islamic University, Semarang. *Journal of Pedagogy and Education Science*, *4*(1), 51–62. https://doi.org/10.56741/jpes.v4i01.822 researchgate.net

Pertiwi, G. A. (2020). Pengaruh stres akademik dan manajemen waktu terhadap prokrastinasi akademik. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 8(4), 738–749. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5578

Rahmi, M. (2021). Pelatihan manajemen usaha dalam meningkatkan usaha UMKM kuliner. Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan, 1(1), 5–14. https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/view/29

Savira, Y., Marhayuni, E., Widodo, S., & Lestari, S. M. P. (2023). Hubungan manajemen waktu dengan stres akademik pada mahasiswa kedokteran Universitas Malahayati angkatan 2020. Jurnal Medika Malahayati, 7(2), 627–634. https://doi.org/10.33024/jmm.v7i2.10120

Siu Chian, L., & Rostiana. (2024). Hubungan manajemen waktu dengan keseimbangan kehidupan kerja pada mahasiswa yang bekerja. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 8(1), 100–105. (Catatan: DOI tidak lengkap – mohon dicek kembali jika tersedia.)

Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiharto, S. (2016). Analisa SWOT pada bisnis rumahan, studi kasus pada bisnis laundry kiloan. BBM (Buletin Bisnis & Manajemen), 2(2). https://journal.uyr.ac.id/index.php/BBM/article/view/23