STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS *HOME* INDUSTRI KERIPIK PISANG DESA ALENANGKA KEC. SINJAI SELATAN (STUDI TENTANG PANGSA PASAR DAN PERSAINGAN BISNIS SYARIAH)

Warnisanti, Salam

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Jln. Sultan Hasanuddin
Korespondensi Penulis. Email/Tlp : salamlhatief@gmail.com/ 085242021473

Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan tentang strategi pengembangan bisnis homeindustri keripik pisang ditinjau dari pangsa pasar dan strategi pengembangan bisnis homeindustri keripik pisang ditinjau dari persaingan bisnis syariah di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan naturalistik yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berdasarkan persepsi dan pemikiran orang secara individual, yang melibatkan pelaku bisnis dan pelaksana bisnis sebagai subjek. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi kemudian data yang terkumpul berupa kata-kata dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Dalam mengembangkan usaha home industrikeripik pisang tersebut yaitu dengan melakukan promosi untuk memperkenalkan produk yang diperjual belikan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Usaha keripik pisang dipasaran sudah banyak yang melakukan, agar usahanya tersebut tidak mengalami kejenuhan di pasar maka keripik yang dibuat dengan inovasi aneka rasa sehingga masyarakat tidak bosan untuk menikmati keripik pisang tersebut. Selainitukemasanatau bungkus keripik pisang dibuat menarik agar dari segi luar dapat menarik pembeli. (2) Kerja sama yang terjalin dalam membangun usaha home industri keripik pisang di Desa Alenangka tersebut jika ditinjau dari bisnis syariah sudah memenuhi aturan yang ada karena didalam kerjasama tersebut dijelaskan mengenai pembagian hasilnya dimana bagi hasil antara para pemilik modal berdasar pada jumlah modal yang ditanamkandan selama usaha home industri ini dijalankan belum pernah terjadi kesalahan dalam pembagian keuntungan.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Pangsa Pasar, Persaingan Bisnis

Abstract

This study describes the strategy of developing a banana chip home industry industry in terms of market share and the strategy of developing a banana chip home industry industry in terms of sharia business competition in Alenangka Village, South Sinjai District. This research belongs to the type of qualitative research and uses a naturalistic approach collected in this study is based on the perceptions and thoughts of people individually, which involves business people and business executives as subjects. Research data obtained through interviews and documentation and then the data collected in the form of words were analyzed with data reduction techniques, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study can be concluded that: (1) In developing a banana home industry industrikeripik that is by conducting a

promotion to introduce the product being traded aims so that consumers are interested in buying it. Banana chips business in the market has done a lot, so that the business does not experience saturation in the market, the chips are made with various flavor innovations so that people do not get bored to enjoy the banana chips. Besides packaging or banana chip packs made attractive so that from the outside can attract buyers. (2) Cooperation that is established in building a home business of banana chips industry in Alenangka Village if viewed from the Islamic business has fulfilled the existing rules because in the cooperation it is explained about the distribution of results where the profit sharing between the capital owners is based on the amount of capital invested and during This home industry business is run there has never been a mistake in profit sharing.

Keywords: Business Strategy, Market Share, Business Competition

1. Pendahuluan

Pengembangan industri pengolahan pangan di Indonesia yang didukung oleh sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal atau daerah. Saat ini di beberapa negara Asia banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal dan diolah secara tradisional. Dengan berkembangnya produk lokal tersebut, maka jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin banyak jumlahnya.¹

Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan merupakan salah satu daerah yang memproduksi keripik pisang. Keripik pisang di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan berasal dari pisang yang sudah dibuat tipis tanpa diiris terlebih dahulu. Ukuran keripik pisang yang diproduksi di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan bervariasi. Ada yang memproduksi dengan ukuran kira-kira panjangnya 7-9 cm dan lebarnya 6-8 cm dengan tebal 1-1,5 mm. Pengemasan keripik pisang dengan menggunakan plastik putih yang di eratkan dengan staples. Jumlah keripik pisang dalam setiap kemasan untuk masing-masing produsen berbeda dan berpatokan pada keseragaman jumlah biji tiap kemasannya. Produsen keripik pisang Desa Alenangka Kecamatan Sinjai menjual dengan tiga kemasan yang berbeda. Kemasan yang berisi 5 biji, kemasan yang berisi 8 biji, dan kemasan yang berisi 10 biji.²

Industri Keripik Pisang di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan umumnya merupakan industri rumah tangga yang sebagian besar tenaga kerjanya berasal dari dalam keluarga dan menggunakan modal sendiri. Industri keripik pisang di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan sudah ada secara turun temurun dan proses pembuatannya masih dilakukan secara tradisional. Walaupun usaha ini merupakan usaha yang menggunakan modalnya sendiri dan masih bersifat tradisional dalam proses pembuatan akan tetapi industri keripik Pisang di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan masih bias bertahan sampai saat ini ditengah persaingan dengan industri keripik pisang dari daerah lain. Kenyataan inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih

¹Nina Dian Nita, *Analisis Usaha Industri rumah tangga keripik tempe dikabupaten wonogiri*, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen>, di akses pada tanggal 19 agustus 2017

² Nurjannah Fatimah, Pemilik Home Industri Keripik Pisang Desa Alenangka, "Wawancara", pada Tanggal 16 Oktober 2017.

lanjut mengenai analisis usaha industri rumah tangga keripik pisang di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan.³. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- Bagaimanakah Strategi Pengembangan Bisnis *Home* Industri Keripik Pisang ditinjau dari Pangsa Pasar di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan?
- Bagaimanakah Strategi Pengembangan Bisnis *Home* Industri Keripik Pisang ditinjau dari Persaingan Bisnis Syariah di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan?

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun subjek penelitian adalah pelaku bisnis dan pelaksana bisnis *Home* Industri. Objek penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Bisnis *Home* Industri. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data dalam penelitian menggunakan metode siklus analisis data, yaitu sifat interaktif koleksi data atau pengumpulan data dengan analisis data (mengumpulkan data, reduksi data, display data, verifikasi data).

3. Hasil Dan Pembahasan

Desa Alenangka memiliki luas wilayah 8,70 km yang terdiri dari area persawahan yang memiliki luas 288,46 Ha, area perkebunan yang memiliki luas 535,71, dan area pemukiman penduduk dengan luas wilayah 4,22 Ha. Dengan wilayah administrasi terdiri dari empat Dusun yaitu;

- Dusun Lappacilama
- Dusun Joalampe
- Dusun Taruncue
- Dusun Anni'e

1. Jumlah Penduduk dan Mata pencaharian Masyarakat Desa Alenangka

Penduduk yang mendiami Desa Alenangka yang terdiri dari empat Dusun, dengan jumlah penduduk berdasarkan data kependudukan Tahun 2017 yang terdiri dari 3917 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga 1023 kk. Yang terdiri dari 1941 jumlah penduduk laki-laki dan 1976 jumlah penduduk perempuan. Mata pencaharian masyarakat Desa Alenangka yakni 85% adalah pertanian, selebihnya bersumber dari perkebunan, sektor industry rumah tangga, kuli bangunan, dan pegawai negeri sipil.

2. Sarana dan Fasilitas Umum

Adapun sarana fasilitas umum di Desa Alenangka Kec. Sinjai Selatan antara lain dapat dilihat pada tabel sebagai berikut;

Tabel 1
Data sarana dan prasarana Desa Alenangka

NO	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Kantor Desa	1 buah	Baik
2	SD	3 buah	Baik
3	SMA	1 buah	Baik

³ Ibid.

5	TK	3 buah	Baik
6	Masjid	14 buah	Baik
7	Mushallah	2 buah	Baik
8	Pustu	2 buah	Baik
9	Pos Kamling	6 buah	Baik

Sumber Data; Dokumentasi Desa Alenangka⁴

3. Profil Usaha *Home* Industri Keripik Pisang

Usaha *Home* Industri Keripik Pisang adalah perusahaan rumahan atau *home* industri yang memproduksi, mendistribusikan, menawarkan produk berupa keripik pisang. Usaha *Home* Industri Keripik Pisang berupaya mengembangkan produk pisang yang jika dijual secara mentahan harganya tidak begitu tinggi menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi. Produk utama Usaha *Home* Industri Keripik Pisang adalah keripik yang berasal dari pisang. Usaha *Home* Industri dirintis oleh seorang wanita yang bernama Nurjannah Fatimah pada tahun 2014 di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan. Dengan semangat juang yang tinggi usaha ini dapat berkembang pesat dalam kurun waktu empat tahun dan berhasil memasarkan barang kepasar, ketoko-toko, minimarket, kantin sekolah dan tempat lain. Usaha ini merekrut karyawan sebanyak 10 orang.

Adapun jenis produk Usaha *Home* Industri yang telah digeluti selama empat tahun adalah keripik pisang bumbu balado, keripik pisang tanpa bumbu dan keripik pisang asin

A. Strategi Pengembangan Bisnis *Home* Industri Keripik Pisang di Tinjau dari Pangsa Pasar di Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan

Strategi Pengembangan Bisnis *Home* industri merupakan keseluruhan usaha termasuk perencanaan, cara, teknik, media, dan taktik yang digunakan dalam mengembangkan bisnis sehingga tujuan usaha atau bisnis dapat tercapai. Keripik pisang telah banyak ditemui dipasaran, toko-toko, minimarket dan lain-lain. Agar usaha tersebut tidak mengalami kejenuhan dipasaran, maka keripik dibuat dengan inovasi aneka rasa sehingga masyarakat tidak bosan untuk menikmati keripik pisang tersebut. Dalam pembuatan keripik pisang, alat yang digunakan masih terbilang manual dan masih sangat sederhana dikarenakan karena keterbatasan modal untuk usaha, selain itu alat-alat yang digunakan mudah diperoleh dipasar dan harganya terjangkau sehingga bisa mempermudah pembuatan keripik pisang.

Dengan menggunakan alat yang masih manual atau masih sangat sederhana, sehingga hal tersebut menggunakan waktu yang lama untuk pembuatan keripik pisang. Padahal sekarang, alat-alat teknologi sudah mulai berkembang dan canggih untuk membuat aneka kripik pisang yang bisa secara cepat dengan waktu yang relatif singkat. Selain itu, kemasan atau bungkus keripik pisang dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik minat pembeli. Karena, variasi produk yang dilakukan oleh produsen juga sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat. Begitu pula yang dilakukan oleh Pemilik Usaha

⁴Sumber Data: Desa Alenangka, Kecamatan Sinjai Selatan. "Dokumenntas", diambil Pada Tanggal 16 Oktober 2017.

keripik pisang yang ada di Desa Alenangka. Usaha ini menciptakan suatu produk dengan variasi yang menarik untuk mengembangkan usahanya dan tetap bertahan dipasaran.

Nurjannah Fatimah mengungkapkan bahwa :

Jumlah produksi yang dihasilkan setiap hari sebanyak 300 kemasan lengkap dengan variasi kemasan produk yang menarik dengan aneka rasa yang berbeda-beda.⁵

Usaha Keripik Pisang di Desa Alenangka, memang hanya menggunakan satu variasi produk yaitu dengan kemasan. Namun, kemasan ini didesain semenarik mungkin agar dapat menarik minat pembeli.

Selain dengan menggunakan variasi produk untuk mengembangkan bisnisnya, Usaha Keripik Pisang ini juga menggunakan kategori produk. Kategori produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan sesuatu keinginan/semua kebutuhan. Seperti halnya yang ada pada usaha keripik pisang di Desa Alenangka, mengkategorikan produk dengan kategori harga. Ada harga Rp. 1.000/ kemasan dan ada harga Rp. 5.000/ kemasan.⁶ Dalam penjualan atau pemasaran produk kemasan dengan harga seribu rupiah dijual dtoko-toko dan kantin sekolah. Hal ini untuk menyeimbangi para pembeli kalangan anak sekolah. Proses pendistribusian produk merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan atau utilitas bentuk, tempat, waktu, kepemilikan dan perlanar arus saluran pemasaran (*Marketing Chanel Flow*) secara fisik dan nonfisik.

Hasil wawancara dengan ibu Syamsiah selaku karyawan Usaha Keripik Pisang mengatakan bahwa dalam pendistribusian produk kami terjun langsung kelapangan mengantar atau membawa keripik pisang ketoko-toko, minimarket, kantin sekolah dll.⁷

Selain dengan melakukan penjualan dikantin sekolah dan toko-toko, dalam mengembangkan usahanya juga melakukan promosi. Promosi mencakup semua kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Ada empat variabel yang dapat digunakan untuk mempromosikan keripik pisang yakni :

1. Periklanan (*advertising*)

Dengan periklanan citra keripik pisang dapat dibangun dalam jangka panjang, mengingat periklanan sangat luas jangkauannya. Cara ini dapat dilakukan dimedia cetak dan elektronik.

2. Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam penjualan diperlukan tenaga penjual yang handal untuk meyakinkan calon pembeli mengenai karakteristik keripik pisang yang ditawarkan. Sistim ini akan tercipta suatu interaksi langsung antara pembeli dan penjual, sehingga

⁵Nurjannah Fatimah, Pemilik *Home* Industri Keripik Pisang Desa Alenangka, “*Wawancara*”, pada Tanggal 16 Oktober 2017.

⁶*Ibid.*

⁷Syamsiah, Karyawan Usaha Keripik Pisang Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Utara, “*Wawancara*”, pada Tanggal 18 Oktober 2017.

penjual akan segera mengetahui reaksi pembeli mengenai keripik pisang tersebut.

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Sistim promosi ini memiliki sifat yang komunikatif dan dapat menciptakan tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat sehingga keripik pisang keripik pisang yang dipromosikan dapat dibeli konsumen pada saat itu juga. Contoh kegiatan promosi penjualan: pameran, demonstrasi, pertunjukan dan peragaan.

4. Publisitas (*publicity*)

Sistim ini dapat menimbulkan kepercayaan yang tinggi karena memberikan pesan dalam bentuk berita dengan demikian keripik pisang yang ditawarkan dapat diketahui oleh orang banyak mengenai karakteristik dari produk tersebut, tergantung kepintaran bagian humas membuat suatu peristiwa yang pantas untuk dipublikasikan.⁸

Cara lain yang efektif adalah melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) di mana satu orang memberikan penjelasan kepada orang lain karena merasa mendapatkan manfaat yang baik dari produk atau jasa yang digunakan.⁹ Promosi ini sangat efektif karena biasanya orang lebih percaya kepada apa yang dikatakan oleh saudara ataupun teman-teman yang sudah merasakan terlebih dahulu.

Aktifitas promosi apapun dalam sebuah usaha tidak bisa berjalan efektif jika secara internal tidak memperhatikan faktor kualitas sebuah perusahaan. Dengan demikian kualitas produk yang baik, ditambahkan komunikasi yang mengena, maka aktifitas perusahaan bisa berjalan dengan baik. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah hal penting yang mempengaruhi konsumen mereka. Konsumen memperlihatkan bagaimana sebaiknya perusahaan bersaing di pasar.

Kita telah memperhatikan strategi produk seperti penetapan merek, pengemasan, pemberian label, dan layanan untuk produk individual. Tetapi strategi produk juga menuntut pembangunan lini produk. Lini produk adalah kelompok produk yang berhubungan erat karena fungsinya serupa, dipasarkan lewat jenis toko yang sama, atau masuk dalam kisaran yang sudah ada.

Kalau pelaku bisnis usaha keripik pisang menambah jenis, pelaku bisnis juga menambahkan beberapa biaya naik: biaya rancangan dan rekayasa, biaya sediaan, biaya mengubah mesin dipabrik, biaya pemrosesan pesanan, biaya transportasi, dan biaya promosi untuk memperkenalkan jenis baru.

B. Strategi Pengembangan Bisnis *Home* Industri Kripik Pisang di Tinjau dari Persaingan Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan strategi pengembangan bisnis *home* industri keripik pisang yang ditinjau dari persaingan bisnis syariah yaitu:

Untuk memulai sebuah usaha, tentunya banyak hal yang harus dipertimbangkan. Salah satunya adalah pihak-pihak yang ingin diajak bekerjasama dalam menjalankan usaha tersebut, karena dalam mengelola sebuah usaha membutuhkan jasa atau tenaga dari orang lain untuk membantu pengerjaan usaha tersebut. Dalam pengembangan usaha

⁸Syamsiah, Karyawan Usaha Keripik Pisang Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Utara, "Wawancara", pada Tanggal 18 Oktober 2017.

⁹Darmiati, Karyawan Usaha *Home* Industri Keripik Pisang Desa Alenangka Kecamatan Sinjai Selatan, "Wawancara", pada Tanggal 18 Oktober 2017.

tersebut banyak pihak-pihak yang terlibat didalamnya, dan beberapa diantara mereka ada yang menanamkan modal usaha agar usaha yang dijalankan dapat berkembang pesat. Bentuk kerjasama yang dijalankan oleh para penanam modal dalam membangun usaha *home* industri tersebut ialah dengan melakukan perkonsian modal dan membentuk sebuah kelompok usaha yaitu usaha keripik pisang dimana pembagian keuntungannya berdasarkan banyaknya modal dimasukkan dalam usaha *home* industri keripik pisang tersebut dan juga berdasarkan hasil penjualan yang diterima. Sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Nurjannah Fatimah bahwa

hubungan yang kerjasama yang dilakukan dengan bentuk kelompok dan pembagian keuntungannya dibagi sesuai dengan jumlah modal dan penjualan yang diperoleh.¹⁰ Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha *home* industri ini didirikan oleh beberapa pihak dengan cara menggabungkan uang yang dimilikinya untuk dijadikan sebagai modal usaha dan pembagiannya berdasarkan banyaknya modal yang ditanamkan dalam usaha tersebut dan juga berdasar pada hasil penjualan yang diterima. Jika ditinjau dari persaingan bisnis syariah, dapat dikatakan bahwa dalam lingkup bisnis, seseorang tidak akan bisa mengembangkan bisnisnya tanpa bantuan orang lain. Dalam dunia bisnis, seseorang harus memiliki jiwa kejujuran dan keadilan. Kejujuran merupakan salah syarat dalam menjalin hubungan kerjasama, karena dengan kejujuran akan mengikis kecurigaan dan persengketaan sehingga kerjasama dapat berjalan dalam jangka panjang dan saling menguntungkan satu sama lain. Kerjasama dapat dilakukan oleh siapa saja, demi mencari keuntungan bersama dalam berbisnis. Akan tetapi, dalam melakukan bisnis harus memakai cara yang baik dengan tidak mengkhianati satu sama lain, karena itu akan memicu gagalnya dalam menjalankan bisnis dan pengkhianatan kerjasama dalam berbisnis hanya akan menjauhkan seseorang dari rahmat dan berkah Allah SWT. Berdasarkan hubungan kerja sama yang terjalin dalam membangun usaha *home* industri keripik pisang di Desa Alenangka tersebut jika ditinjau dari bisnis syariah sudah memenuhi aturan yang ada karena didalam kerjasama tersebut dijelaskan mengenai pembagian hasilnya dimana bagi hasil antara para pemilik modal berdasar pada jumlah modal yang ditanamkan dan selama usaha *home* industri ini dijalankan belum pernah terjadi kesalahan dalam pembagian keuntungan. Sebagaimana yang telah Allah tegaskan dalam firmanNya QS. Al-Maidah (5): 2

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.¹¹

Ayat ini menjadi prinsip dasar dalam peran manusia sebagai makhluk social yang memperbolehkan untuk kerjasama baik secara formal (organisasi) maupun non formal hanya untuk tujuan saling menolong dalam:

- a. Mengerjakan kebajikan demi kebajikan, kebaikan demi kebaikan, dan
- b. Potensi untuk meningkatkan takwa.

Sebaliknya dilarang berkoalisi untuk melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dilarang kerjasama dalam menciderai orang lain, melakukan penipuan baik sendiri maupun berjamaah misalnya korupsi.

¹⁰Nurjanna Fatimah, Pemilik Usaha *Home* Industri Keripik Pisang Desa Alenangka kecamatan Sinjai Selatan, "Wawancara", pada Tanggal 16 Oktober 2017.

¹¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2004), h. 106.

4. Kesimpulan

1. Dalam mengembangkan usaha *home* industri keripik pisang tersebut yaitu dengan melakukan promosi untuk memperkenalkan produk yang diperjual belikan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Usaha keripik pisang dipasaran sudah banyak yang melakukan, agar usahanya tersebut tidak mengalami kejenuhan di pasar maka keripik yang dibuat dengan inovasi aneka rasa sehingga masyarakat tidak bosan untuk menikmati keripik pisang tersebut. Selain itu kemasan atau bungkus keripik pisang dibuat menarik agar dari segi luar dapat menarik pembeli.
2. Kerja sama yang terjalin dalam membangun usaha *home* industri keripik pisang di Desa Alenangka tersebut jika ditinjau dari bisnis syariah sudah memenuhi aturan yang ada karena didalam kerjasama tersebut dijelaskan mengenai pembagian hasilnya dimana bagi hasil antara para pemilik modal berdasar pada jumlah modal yang ditanamkan dan selama usaha *home* industri ini dijalankan belum pernah terjadi kesalahan dalam pembagian keuntungan.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran*, Cet. IV. Jakarta: PT Raja grafindo persada, 2015.
- Agung, Lestari Putri, “*Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Pakaian Muslim*”, (Jawa Barat: Institut Pertanian Bogor,) data dikutip dari <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/>, Di Akses pada tanggal 18 2017.
- Anwar, Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, Ed. II. Cet. II. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2010.
- Budi, Prasadja Tan Rio, *Kunci Sukses Memasarkan Jasa Pariwisata*, Cet. I; Jakarta: Penerbit Erlangga. 2010.
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Dian, Nita Nina, *Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Tempe di Kabupaten Wonogiri*, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen>, di akses pada tanggal 19 agustus 2017.
- Emzir, *Analisis Data Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Faizal, Noor Henry, *Ekonomi Publik*, Cet. I; Padang: Akademia Permata, 2013.
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Cet. 4; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Hakim, Lukman, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Cet. I. Surakarta: Erlangga, 2012
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Cet. I; Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta: Penerbit Sahifa, 2014.
- Mintarja, Kristya, *Sukses Berbisnis Sebelum Menikah*, PT. Gelora Aksara Pratama. 2013.

Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 1, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Tama, Putri Rara , “ *Strategi Pengembangan Rumah Tempe Indonesia*”, (Jawa Barat: Institut Pertanian Bogor) <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream>, Diakses pada tanggal 19 Agustus 2017.

Umam, Khaerul, *Pasar Modal Syariah: Praktik Pasar Modal Syariah*, Cet. I. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.

Umar, Husein, *Pangsa Pasar*, (2000), <http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2009-1-00289-MN%20Bab%202.pdf>. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2017.

Vernon, Mark , *Bisnis the Key Concepts*, Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.

Yonita, Marhari Oci , *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, Cet. I; Jakarta: Al Maghfirah, 2012.