



Institut Agama Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

JURNAL EKONOMI BISNIS SYARIAH

STRATEGI KEBERHASILAN USAHA *HOME INDUSTRY* AYU BAKERY DI KECAMATAN KOLAKA

Riana Andayani¹, Moh. Abd. Azis².

¹Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

²Dosen Ilmu al Quran dan Tafsir IAI Al Mawaddah Warrahmah Kolaka
Jalan Pondok Pesantren No 10. Kel. Lamokato. Kolaka-Sulawesi Tenggara

Received 05 December 2020; Accepted 05 Desember 2020

Available Online

Abstract

Home Industry is a place to live that doubles as a business, both offices, trade in goods and services. Home Industry plays an important role for the economic growth of the community, one of which is the Ayu Bakery Home Industry which is located at Jalan. Andi Jemma, Kolaka sub-district, but in terms of marketing it is not yet comprehensive.

The formulation of the problem in this study is how the success strategy of Ayu Bakery's Home Industry Business in Kolaka District and the inhibiting factors of Ayu Bakery's Home Industry Strategy. The purpose of this study was to determine the Success Strategy of Ayu Bakery's Home Industry Business in Kolaka District and the inhibiting factors of Ayu Bakery's Home Industry Strategy. The research method used includes the type of qualitative research, which is the object of the Ayu Bakery Home Industry Business Success Strategy in Kolaka District. Data collection techniques include interviews, documentation and observation. And the research instrument used is an interview guide to the owner, employee, distributor, and consumer of Ayu Bakery as well as documentation in the form of interview sheets and documentation photos.

The results of this research are that the Ayu Bakery Home Industry Business Success Strategy in Kolaka District is to increase production capacity to meet market demand, maintain the quality of raw materials, maintain good relations with distributors by providing guarantees and feed back for consumers and distributors in terms of taste, size, and packaging, create a healthy competitiveness, and innovative product development and maintain prices.

Keywords: *Strategy, Business Success and Home Industry*

Pendahuluan

Sejarah kebangkitan industri modern dimulai pada tahun 1820-1830 atau yang biasa disebut dengan revolusi industri. Dengan demikian bisnis, konsep persaingan juga ikut berubah. Sementara pada periode sebelum 1990-an persaingan merupakan kegiatan pembuatan produk sebanyak banyaknya atau lebih dikenal dengan periode produksi massal, strategi kegiatan produksi lebih ditujukan ke arah internal perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh efisiensi produksi.¹

Zaman milenial seperti saat ini pengusaha diharapkan mampu menuangkan suatu ide kreatifitas dalam suatu produk yang akan dihasilkan. Karena saat ini banyak bisnis yang bermunculan dengan ciri khas masing-masing. Oleh karena itu pengusaha harus mempunyai strategi dalam mengatasi persaingan. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yang canggih dengan menggunakan alat komunikasi contohnya seperti sosial media yang sekarang ini dapat memperkenalkan produknya dengan sangat mudah, tanpa perlu mengeluarkan biaya promosi yang dapat menekan biaya produksi.

Home industry yaitu dengan memusatkan kegiatan produksi di rumah tempat tinggal, serta memperkerjakan beberapa karyawan. Saat ini banyak usaha-usaha kecil yang ada di kabupaten kolaka. Usaha tersebut sedikit demi sedikit dapat meningkatkan perekonomian masyarakat serta pengaruh dari lingkungan sekitar.

Roti merupakan salah satu makanan sumber karbohidrat selain dari nasi, jagung, umbi-umbian, sagu dan lain sebagainya yang mengandung karbohidrat. Akan tetapi di Asia khususnya Indonesia roti belum menjadi bahan pokok utama melainkan nasi yang menjadi makanan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan data rekapitulasi Industri Kecil, Menengah, dan Besar Cabang Industri Pangan di Kabupaten Kolaka, pada tahun 2016

Tabel 1.1 Rekapitulasi Industri Kecil, Menengah, dan Besar Cabang Industri Pangan di Kabupaten Kolaka, pada tahun 2016

No.	Uraian	Jumlah Unit / Usaha	Jumlah Tenaga Kerja/	Nilai Investasi (Rp.000)/	Jenis Produk Utama
01	Ind. Penghasil ikan	0	0	0	-
02	Ind. Pemanis BuahBuahan	0	0	0	-
03.	Ind. Minyak sawit mentah	1	0	0	-

¹ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot*, (Cet. XVII; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Kompas Building, 2013), hlm. 1

04.	Ind. Pelumatan buahbuahan	0	0	0	-
05.	Ind. Penggilingan padi	0	0	0	-
06.	Ind.pengupasan dan pembibitan kopi	2	7	150.000.000	Kopi bubuk
07.	Ind. Sirop	0	0	0	-
08.	Ind. Roti dan sejenisnya	3	17	107.899.700	Roti manis/tawar
09.	Ind. Gula merah	20	125	30.000.000	Gula merah/semut
10.	Ind. Es	1	9	255.000.000	Es batu
11	Ind. Tempe	9	41	125.000.000	Tempe/tahu
12	Ind. Mie	0	0	0	-
13	Ind. Kerupuk dsj.	4	17	19.000.000	Keripik pisang/ singkong
14	Ind. Jamu	0	0	0	-

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pasar Kabupaten Kolaka

Berdasarkan tabel di atas industri roti dan sejenisnya dengan jumlah unit usaha sebanyak 3, jumlah tenaga kerja sebanyak 13 orang, nilai investasi sebanyak 107899700 dan jenis produk utama yaitu roti manis atau tawar pada tahun 2016. Menandakan bahwa pada saat itu industri roti dan sejenisnya mulai berkembang.

Berdasarkan hasil observasi awal calon peneliti, Home Industry Ayu Bakery yang beralamatkan di Jl. Andi Jemma Kelurahan Lamokato, Kecamatan Kolaka, Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara. Pemilik dari home industry ini adalah sepasang suami istri yang membangun usaha ini dari nol sampai sekarang yang sedang mengalami perkembangan. Mereka adalah Bapak Bakti Rahim dan Ibu Indrawina. Dalam proses pembuatannya dibantu oleh beberapa karyawan yang didominasi oleh perempuan dengan target pemasarnya ialah kios-kios, pesanan, dan konsumen yang secara langsung datang di tempat pembuatan roti.

Ayu Bakery dalam proses pembuatan roti menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Proses pembuatan roti dikerjakan pada pagi hari dengan memilih bahan-bahan, pembuatan adonan roti, pembakaran roti, dan pengemasan roti. Sehingga menjadikan varian rasa yang berbeda-beda. Dalam

prosesnya diperlukan ketekunan dan kesabaran untuk menghasilkan roti yang baik khas Ayu Bakery. Sehingga menjadikan konsumen tertarik untuk membeli roti tersebut.

Usaha home industry Ayu Bakery dari bentuk pemasarannya yaitu dengan dijual ke retail eceran atau kios-kios. Home industry Ayu Bakery merupakan salah satu usaha roti yang bertahan dan berkembang di Kabupaten Kolaka. Yang menjadi pokok masalah jika dilihat dari survey saat ini produk roti tersebut tidak dipasarkan di pusat perbelanjaan utamanya di Kabupaten Kolaka seperti Top Swalayan, Alaska, dan MGM. Karena menurut Ayu Bakeri sistem yang digunakan oleh ketiga super market tersebut tidak sejalan dengan sistem yang mereka inginkan, padahal ini merupakan sebuah peluang yang besar bagi usaha roti tersebut dalam memperluas pemasaran.

Hasil Penelitian

A. Home Industry Ayu Bakery

Pasangan suami istri Bapak Bakti Hakim dan Ibu Indrawina adalah pendiri *Home Industry Ayu Bakery* dengan memproduksi roti pada tahun 2013. Dengan alamat Jalan Andi Jemma. Sebelum memproduksi roti pasangan suami istri ini awalnya membuka usaha warung makan akan tetapi mereka merasa bahwa usaha ini menyita banyak waktu sehingga, mereka beralih untuk memproduksi roti yang berawal dari pengembangan resep roti yang ada di bandara Kendari yaitu Roti Boy. Dengan keahlian yang ia dapat sejak menjadi TKI di Hongkong sebagai karyawan dari sebuah toko roti selama enam tahun lamanya, dan juga Ibu Indrawina mengatakan Roti Boy tersebut terlalu mahal untuk kalangan menengah kebawah. Pemilik tersebut mengatakan Kenapa tidak untuk menciptakan sesuatu yang enak dan murah yang dapat di jangkau oleh kalangan menengah kebawah.

Usaha ini pula tidak lepas dari campur tangan pemerintah yaitu DISPERINDAG (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) Kabupaten Kolaka dengan memberikan tempat produksi di SIKIM (Sentra Industri Kecil dan Menengah) yang berada di Jalan By. Pass No. 15 Kolaka yang bersebelahan dengan rumah sakit yang sekarang ini sedang tahap pembangunan. Ayu Bakery akan memusatkan produksi di SIKIM (Sentra Industri Kecil dan Menengah) ketika rumah sakit tersebut sudah beroperasi di Kolaka. Usaha ini juga telah terdaftar di dinas perindustrian dan perdagangan. serta telah mendapatkan izin kesehatan dari Dinas Kesehatan Kabupaten Kolaka. Dalam mengembangkan produknya Ayu Bakery juga menerima siswa-siswi dari sekolah menengah kejuruan (SMK) baik dari dalam maupun luar Kabupaten Kolaka untuk praktek kerja industri (PKL).

Home industry Ayu Bakery memproduksi roti pada hari senin sampai dengan sabtu pukul 08.00 pagi hingga 19.00 malam dengan memilih bahan yang berkualitas dan diolah untuk menjadikan berbagai roti aneka rasa. Dengan dibantu karyawan sebanyak 4 orang wanita mulai dari pengolahan bahan sampai di jual di tangan konsumen. Hasil dari usahanya di jual kepada kios-kios, orang yang memesan dan

Riana Andayani *at al*, Strategi Keberhasilan...

konsumen yang datang langsung ke tempat pembuatan roti. Manfaat didirikannya home industry Ayu Bakery ini yaitu selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yakni membantu masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan dan meningkatkan kreatifitas bagi masyarakat yang mempunyai keahlian memasak, serta membantu pemerintah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Adapun Visi dari *Home Industry Ayu Bakery* adalah menciptakan produk roti yang berkualitas, lezat dan bergizi dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen dan pemilik. Adapun Misi dari *Home Industry Ayu Bakery* adalah sebagai berikut: 1. Melakukan inovasi dalam produk roti dengan mengikuti perkembangan yang ada di masyarakat. 2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara mendidik tenaga kerja yang terampil. 3. Melakukan pelayanan terbaik untuk konsumen dengan menggunakan bahanbahan berkualitas dan terjamin serta menerima saran dan kritik .

B. Strategi Keberhasilan Usaha

Strategi keberhasilan usaha *Home Industry Ayu Bakery* di kecamatan kolaka merupakan strategi yang dilakukan Ayu Bakery baik dari segi produksi, pemasaran, sumber daya manusia, peluang, dan mengatasi persaingan. Strategi usaha yang dapat membuat usahanya dapat terus berkembang dan menciptakan produk yang berkualitas. Berdasarkan data yang di peroleh peneliti, berikut pemaparan strategi keberhasilan usaha *home industry ayu bakery* di kecamatan kolaka.

a. Produksi dan Sumber Daya Manusia *Home Industry Ayu Bakery*

Produksi adalah proses pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi dengan menerapkan perencanaan, pengendalian dan pengawasan. Produksi biasanya menggunakan alat tertentu sesuai dengan fungsi produk apa yang akan di buat. Setiap *home industry* memiliki produk yang berbeda-beda dan mempunyai ciri khas masing-masing serta mempunyai brand tersendiri.

Home Industry Ayu Bakery di kelola oleh Ibu Indrawina selaku perencana, pengawas, dan pengendali produksi serta penanggung jawab. Berawal dari keinginan beliau menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain dan melihat peluang usaha roti di Kabupaten Kolaka yang masih sedikit pada waktu itu, dan juga bisa di terima dari kalangan apapun sehingga semua orang bisa menikmatinya.

Sumber daya manusia adalah suatu peran penting dalam kesuksesan suatu usaha. Tenaga kerja yang ada di *Home Industry Ayu Bakery* saat ini sebanyak 4 orang yang berasal dari kalangan wanita usia 17 tahun sampai usia 40 tahun keatas. Tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh pemilik yaitu bersamasama dalam menyelesaikan tugas mulai dari penakaran bahan, mengolah adonan roti sampai tahap pengemasan.

b. Pemasaran *Home Industry Ayu Bakery*

Tujuan promosi adalah memperkenalkan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menerapkan perencanaan, penerapan kontrol dalam menganalisis produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Harga dari produk *Home Industry Ayu Bakery* untuk 1 buah roti seharga Rp. 2000 sedangkan harga untuk grosir yaitu Rp. 1500 per buah. *Home Industry Ayu Bakery* melayani pengantaran ketika memesan diatas 50 buah roti. Untuk pembelian 30 buah roti akan mendapatkan bonus 1 buah roti. Hal ini berbeda dengan pesaing utama dari *Ayu Bakery* yaitu menjual rotinya dengan harga Rp. 1.700 berikut penuturan dari salah distributor *Ayu Bakery* yaitu ibu rika berikut penuturannya:

“*Ayu Bakery* memang paling murah dari segi harga karena untuk 1 buah harga roti *Ayu Bakery* yaitu Rp. 1500 per buah sedangkan untuk roti lain yang sejenis Rp. 1.700 per buah”.²

Pemasaran produk yang di lakukan *Home Industry Ayu Bakery* yaitu awal mula dengan cara menitipkan produk rotinya ke beberapa kios-kios atau retail eceran tanpa membeli roti tersebut, tetapi cara ini kurang bagus untuk diterapkan dalam usahanya karena banyaknya kios yang tidak mampu membayar hasil dari penjualan roti tersebut sehingga *Home Industry Ayu Bakery* ini mengalami kerugian.

Tetapi hal tersebut tidak mengurangi semangat dari Ibu Indrawina dalam membangun usanya, beliau bangkit dan memulai produksi dengan modal cukup. Pemilik dari *Home Industry Ayu Bakery* ini mempromosikan roti tersebut ke tetangga-tetangganya. Sehingga cara ini dinilai ampuh karena produksinya meningkat.

Sekarang ini *Home Industry Ayu Bakery* sudah mempunyai 250 distributor kios-kios atau retail eceran yang tersebar di kecamatan kolaka dan kecamatan latambaga. Adapun distributor di luar kabupaten kolaka yaitu kabupaten kolaka timur tepatnya di Kecamatan Rate-Rate mereka mengambil langsung roti tersebut di tempat *Ayu Bakery* produksi. Adapun di luar provinsi sulawesi tenggara biasanya mahasiswa yang kuliah di luar kota dan orang kantoran yang memesan roti untuk di bawa sebagai cemilan dan oleh-oleh. Berikut wawancara dengan Ibu Indrawina berikut penuturannya:

“dalam pemasaran roti ini saya sengaja memilih tempat yang strategis dan ramai seperti sekitaran kampus, rumah sakit, kantor dan tempat umum lainnya agar rotinya cepat laku dan habis terjual dalam hitungan hari saja”.³

² Wawancara dengan Ibu Rika Pada Tanggal 18 Desember 2019 di Kios Aminah

³ Ibu Indrawina. *op.cit*

Pemasaran roti Ayu *Bakery* belum sampai ke *super market* Kabupaten Kolaka karena adanya perbedaan sistem pembayaran yang tidak sejalan dengan Ayu *Bakery* seperti yang ada distributor kios-kios atau retail eceran. Berikut penuturannya:

“manajer Top Swalayan mengatakan kepada saya untuk memasukan produk roti, untuk dijual ke Top Swalayan. Namun, hasil penjualan roti tersebut hanya bisa diambil 3 hari sekali sedangkan hasil penjualan roti tersebut saya pakai setiap harinya untuk modal, kebutuhan makan, dan membayar gaji karyawan. Jadi, sampai sekarang saya belum pasarkan roti saya ke Top Swalayan, Alaska atau MGM”⁴

Home Industry Ayu *Bakery* sampai saat ini belum memasarkan rotinya di *super market* Kabupaten Kolaka karena adanya perbedaan pembayaran. Ibu Indrawina mengatakan bahwa belum tentu dalam jangka waktu 3 hari itu rotinya akan laku semua. Akan tetapi, ketika menjual roti tersebut di kios-kios orang-orang menengah ke bawah banyak yang membeli. Serta perputaran modal setiap harinya di pakai untuk kebutuhan rumah tangga *Home Industry* Ayu *Bakery* baik dari segi bahan-bahan, gaji karyawan, makanan dan pengeluaran lainnya.

c. Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Distributor

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di laksanakan oleh peneliti mengenai kepuasan konsumen terhadap produk Ayu *Bakery* bahwa konsumen puas dengan rasanya karena cita rasa dari Ayu *Bakery* berbeda dengan roti-roti lain khususnya roti mocca dan hampir setiap harinya laku terjual di kios-kios, serta hubungan yang terjalin antara pemilik, konsumen dan distributor terjalin dengan baik. Pemilik juga menerima saran dan kritik dari distributor dan konsumen mengenai rasa, ukuran, dan tingkat pembakaran yang diinginkan. Misalnya roti yang terlalu manis atau pelanggan yang ingin rotinya sedikit hangus agar aromanya lebih wangi.

Adapun dari segi pelayanan berdasarkan hasil penelitian dengan kios-kios yang mengambil roti dari Ayu *Bakery* cukup puas dengan pelayanan yang diberikan. Hanya saja terkadang ketika memesan roti menggunakan telepon mereka harus cepat menelpon pemilik roti karena distributor khawatir tidak kebagian roti. Berikut wawancara dari salah satu distributor Ayu *Bakery* yaitu arviani berikut penuturannya:

“pelayanannya sudah baik, hanya saja ketika banyak yang memesan kadang tidak kebagian. Rotinya diantar ke kios saya kadang juga saya mengambil langsung di tempatnya tapi keseringannya diantarkan”⁵

⁴ dengan Ibu Indrawina. *op.cit*

⁵ Hasil wawancara dengan Avriani di Mesjid Raya Tanggal 13 Januari 2020 ⁷¹ ibu indrawina. *op.cit*

Distributor puas dengan pelayanan Ayu *Bakery* karena ketika roti tersebut sudah lewat dari 4 hari atau sudah berjamur bisa dikembalikan dengan roti yang baru tanpa harus membayar. Hal ini dilakukan agar roti yang dikonsumsi masih dalam keadaan. Pemilik Ayu *Bakery* tidak takut mengalami kerugian karena mereka yakin produknya dapat terjual habis setiap harinya.

d. Faktor Penghambat Strategi *Home Industry Ayu Bakery*

Terkadang dalam suatu usaha mempunyai masalah yang berbeda-beda dan tidak semua usaha yang dirintis akan selalu berjalan mulus tanpa hambatan. Biasanya faktor yang menghambat suatu perusahaan adalah barang yang tidak laku, kelangkaan bahan baku, tenaga kerja yang kurang terampil, adanya kesalahan pencatatan keuangan dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti faktor yang menghambat strategi *Home Industry Ayu Bakery* adalah dari segi produksinya, pemasaran dan tenaga kerja. Produksi akan terhambat apabila terjadi pemadaman listrik yang ada di kabupaten kolaka sehingga menyebabkan produksi akan terhenti sampai listrik kembali aktif. Jika pemadaman listrik yang terjadi terus menerus maka produksi yang dilakukan untuk sementara harus terhenti. Ketika adonan di proses secara manual, cara ini sangat susah untuk diterapkan pada usaha yang permintaan konsumennya tinggi. Sehingga tenaga terkuras habis, berbeda dengan menggunakan mesin *mixer* yang dapat mempermudah pekerjaan.

Selain itu, pemadaman listrik akan berdampak bagi distributor yang tidak dapat berjualan. Faktor penghambat produksi lainnya adalah ketika keterlambatan bahan baku. Ketersediaan bahan baku harus selalu di cek sehingga produksi roti bisa berjalan dengan baik

Faktor lain penghambat strategi *Home Industry Ayu Bakery* ialah dari segi pemasaran yang belum menyeluruh di pusat perbelanjaan yang ada di kabupaten kolaka. Pemasaran Ayu *Bakery* selama ini hanya memprioritaskan kios yang ada di kolaka. Tetapi hal ini tidak membuat Ayu bakery terpuruk karena selama ini kios-kios yang didistribusikan sebanyak 250 kios hanya saja, perlu penanganan agar jangkauan pemasaran yang lebih meluas.

Faktor lain dari yang menghambatan *Home Industry Ayu Bakery* dari segi tenaga kerja yang kurang. Hal ini akan mengeluarkan tenaga yang ekstra dalam tahap produksi. Saat ini ayu bakeri hanya memiliki 4 orang karyawan. Ke empat karyawan tersebut tugasnya semua sama tidak adanya pembagian tugas secara khusus seperti bagian keuangan, produksi ataupun pemasaran sehingga hal ini menghambat Ayu *Bakery* dari segi sistem tugas tenaga kerja yang berperan secara menyeluruh.

Kekuatan dari Home Industry Ayu Bakery yaitu Brand merek yang sudah di kenal, kualitas bahan baku, hampir menguasai kios di kabupaten kolaka, varian rasa yang beragam, harga murah, selalu berinovatif, dan keuangan yang stabil

Riana Andayani *at al*, Strategi Keberhasilan...

Kelemahan, dari Home Industry Ayu Bakery yaitu Tidak mempunyai cantuman label rasa dalam roti, Tidak mencantumkan label kadaluarsa, Tidak mencantumkan label merek, tidak adanya label halal, Adanya bahan baku barang substitusi, dan kurangnya tenaga kerja.

Peluang, dari Home Industry Ayu Bakery yaitu produksi yang besar, perkembangan teknologi, membuka cabang, pertumbuhan penduduk, adanya bantuan dari pemerintah, dan pertumbuhan ekonomi.

Ancaman, Home Industry Ayu Bakery yaitu pemadaman listrik, cuaca, bahan baku yang langka, penipuan, banyaknya usaha sejenis, dan adanya usaha baru.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tersebut, mengemukakan bahwa Strategi Keberhasilan Usaha *Home Industry Ayu Bakery* terdapat beberapa poin diantaranya Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar, mempertahankan kualitas bahan baku, menjaga hubungan baik dengan distributor dengan memberikan garansi serta *feed back* bagi konsumen dan distributor dalam segi rasa, ukuran, dan kemasan, menciptakan daya saing yang sehat, dan pengembangan produk yang inovatif dan mempertahankan harga.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Boedi & Beni Ahmad. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Adesy, Fordebi. 2017. *Ekonomi Dan Bisnis Islamseri Konsep Dan Aplikasi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ali, Ahmad Masykuri & Yoyok Soesatyo. 2014. “*Analisis Peilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengrajin Songkok Di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik*”.
- Alma, Buchari. 2017. *Kewirausahaan*. Bandung: CV.Alfabet.
- _____ 2017. *Pengantar Bisnis*. Bandung: CV.Alfabet.
- Ananda, Riski. 2016. “Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang)”. *Jurnal JPM FISIP*. Vol. III No. 2.
- Ardian, Reka Purnama. 2014. *Komunikasi Bisnis*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar. Arraniri, Iqbal. 2014. *Manajemen Strategi*. Sukabumi: Al Fath Zumar.
- Asrof, Qodiatul Ramadoni dan Endang Silaningsih. 2017. “Strategi Keberhasilan Usaha Dengan Pendekatan Motivasi Usaha Serta Kemampuan Usaha Pada Industri Mikro, Kecil, Dan Menengah (IMKM) Makanan Ringan Di Kota Serang”. *Jurnal Ilmiah*, Vol. III. Nomor 1.

Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2020) 3 (2), 399-409

Bangsawan, Satria. 2015. *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil Kasus Industri Pengolahan Makanan Dan Ritel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Eko, Danu Agustinova. 2017. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis

Fauzia, Sarah Audina. 2017. “Strategi Keberhasilan Home Industri Sepatu Dalam Memberdayakan Masyarakat (Studi Kasus Home Industri Sepatu Bapak Haryono Di RT 02 Kemayoran Jakarta Pusat)”.

Imam, Sentot Wahjono, 2011. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Johan, Suwinto. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kementerian Agama RI, 2016. *Mushaf Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah* Banjarsari Solo: Penerbit Abyan

Kurniawan, Miftakhurrizal dan Novi Haryati. 2017. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak”. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Volume 6 No 2.

Kotler, Philip. Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Luh, Ni Henny Andayani. 2014. *Manajemen pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Malik, Tahir. 2017. *Manajemen Sumbe Daya Manusia Berbasis Kinerja*, Makassar: Kretakupa Print

Mangkuprawira, Sjafrri. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.

Mawardi, Kholid M. 2017. “Analisis Swot Pada Umkm Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 43 No.1, 2017

Muhammad, Suwarsono. 2008. *Manajemen Strategik Konsep Dan Kasus*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Pencetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Munandar, Dadang. 2016. *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Munaroh Munijatih, et.al., 2016. *Kewirausahaan Untuk Program Strata I*. Yogyakarta: LP3M UMY.

Prapti, Endah Lestari. 2011. *Strategik Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu Prastika,

Mahfudl dan Arief Sadjarto. 2017. “Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Industri Kreatif Sarang Lebah Salatiga”, Volume 6 No 2.

Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Shabastian, Mariza Dan Hatane Samuel. 2013 “Pengaruh Strategi Harga Dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty Di Tator Café Surabaya Town Square”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1.

Riana Andayani *at al*, Strategi Keberhasilan...

Shihab, Quraish M.. 2009. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati

Sinaga, Dearlina. 2016. *Kewirausahaan; Pedoman Untuk Kalangan Praktisi Dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Sulistiyowati, Eny Dan Nining Sofiati Lestari. 2016. "Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kota Yogyakarta", *Jurnal Maksipreneur*, Vol. VI, No. 1.

Rambe, Irpah. 2018 "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi".

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Kompas Building.

Rozalindah. 2017. *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta

Srihadiastuti, Rida dan Deden Syarif Hidayatullah. 2018. "Analisis Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausahabaru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis". *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. VI. Nomor. 1.

Tanjung, Hendri & Abrista Devi, 2013. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. CV. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan (Cet. I; Bandung: Citra Umbara, 2016

Vidyatmoko, Dyan & A. Husni Yasin Rosadi. 2015. "Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha Di Industri Pangan". *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 14 Nomor. 1.

Zainal, Yusuf Abidin, 2015. *Manajemen Komunikasi filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia