

ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA KECIL PISANG KEJU “H.KADAP” BANJARMASIN

Arbayanti¹, Rahmi Widianti², Sri Bulkia³

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk Mengetahui strategi bisnis Usaha kecil Pisang Keju “H. Kadap” Di Banjarmasin dalam Mengembangkan bisnis usahanya, (2) Untuk Mengetahui apa saja Kendala yang dihadapi pada Usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin dalam Mengembangkan bisnis Usahanya. Hasil penelitian yang dilakukanselama 3 bulan dari bulan Februari s/d April pada usaha Pisang Keju menunjukkan: H. Kadap Banjarmasin. mengalami kendala seperti (1) Proses pembuatan pisang keju ini memakan waktu yang cukup lama. Sedangkan dalam hal pembelian bahan baku tidak mengalami kendala apapun. Dengan kondisi ini membuat produksi pisang keju memakan waktu yang cukup lama sehingga dalam penjualan pun tidak lancar karena menunggu proses penggorengan pisang, sehingga pembeli menunggu(2) Kompor gas susah dihidupkan pada saat pergantian tabung. Dengan kondisi ini karena saluran gas tersumbat dan mengakibatkan kerusakan akibat kotor (sisa minyak dan air sewaktu memasak) tidak dibersihkan, sehingga menghambat pelaksanaan produksi dalam penggorengan. Peneliti menyarankan kepada usaha pisang Keju “H.Kadap” Banjarmasin untuk (1) Kualitas dari Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin harus dipertahankan dan diberikan kotak saran agar pelanggan dapat memeberikan kritikan apa saja yang kurang dari usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini. Dan sebaiknya lebih meningkatkan lagi promosinya supaya lebih dikenal oleh masyarakat khususnya banjarmasin sekitar, (2) Alangkah baiknya pegawai perempuan yang muslim menggunakan hijab agar terlihat lebih rapi dan sopan lagi.

Kata kunci : Analisis, Strategi, Bisnis

ABSTRACT

This study aims to: (1) To find out the business strategy of "H. Banana Cheese Small Business" Kadap "In Banjarmasin in Developing its business, (2) To find out what are the obstacles faced in the Cheese Banana Business" H. Kadap "Banjarmasin Develops its business. The results of the study that researchers obtained during 3 months from February to April on the Banana Cheese business: H. Kadap Banjarmasin. experiencing problems such as (1) The process of making this banana cheese takes quite a long time. Whereas in terms of purchasing raw materials, there were no problems. This condition makes the production of banana cheese take a long time so that the sale is not smooth because it waits for the banana frying process, so the buyer waits (2) The gas stove is difficult to turn on when changing the tube. With this condition because the gas channel is blocked and caused damage due to dirty (the remaining oil and water during cooking) is not cleaned, thus hampering the implementation of production in the frying pan. The researcher recommends the Banjarmasin H. Kadap Cheese business to (1) The Quality of the "H. Cheese Banana" Kadap "Banjarmasin must be defended and given a suggestion box so that customers can give criticism what is lacking from the Banana Cheese business" H. Kadap "Banjarmasin. And it should further increase its promotion so that it

is better known by the community, especially the surrounding banjolitan, (2) It would be nice for female Muslim employees to use the hijab so that it looks neater and more polite.

Keywords: Analysis, Strategy, Business

PENDAHULUAN

Bagi seorang pengusaha suatu usaha dimulai karena adanya suatu peluang (*opportunity*) bisnis yang keterkaitan pada keuntungan yang diharapkan dari usaha tersebut. Begitu juga yang dialami oleh Bapak MURJANI, seorang pengusaha yang mendirikan usahanya, dan usaha ini dikelola oleh keluarga istri dan anak mereka. Pisang Keju "H. Kadap" merupakan sebuah usaha yang menjual makanan/jajanan yang berupa pisang. Usaha ini berdiri sejak 2008 sekitar 12 tahun yang lalu. Tempat penjual pertama di Veteran (pertigaan kuripan) yang dirikan oleh Bapak MURJANI sebelum didirikan usaha ini terlebih dahulu pernah menggunakan gerobak sampai akhirnya membuka kios, seiring berjalannya waktu usaha ini makin berkembang hingga membuka banyak cabang, sekarang Pisang Keju "H. Kadap" sudah dikenal banyak masyarakat sekitar khususnya Banjarmasin karena memiliki 7 macam rasa dengan rasa coklat dan keju yang banyak dibandingkan dengan yang lain dan dengan harga yang terjangkau, Pisang Keju "H. Kadap" bisa dibilang sangat sukses, terlihat dari banyaknya pegawai yang dia pekerjakan.

Sebelum membangun usaha ini beliau sempat jadi supir taksi selama 20 tahun dimana nama "H. Kadap" terinspirasi dari teman beliau yang berkulit hitam (Gelap/kadap) kata kadap pun berasal dari bahasa daerah yaitu bahasa BANJAR jadi beliau menamai usaha tersebut Pisang Keju "H. Kadap" supaya tahu usaha ini dari Banjarmasin.

Kesuksesan yang kini di capai oleh Bapak MURJANI, istri dan anak mereka tidak semudah membalik telapak tangan, mereka banyak melewati liku-liku yang tajam, hingga bisa mencapai penjualan saat ini. Saat ini usahanya sudah memiliki cabang misalnya, di Banjarbaru didirikan pada tahun 2012, pada akhir tahun 2014 di jalan Cempaka Raya Kayu Tangi cabang Bapak Murjani mengaplikasikan usahanya sama dengan Pisang Keju "H. Kadap" di jalan Veteran (Pertigaan Kuripan), Handil Bakti, Sungai Lulut, di jalan A.Yani Km 08 Kertak Hanyar, dan Komplek HKS N permai Blok IIA pertengahan tahun 2015. Responya pun sama dengan cabang yang di jalan veteran pertigaan kuripan, sehingga meningkatkan omset pendapatan pada usaha Pisang Keju "H. Kadap".

Dari latar belakang masalah maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategis bisnis usaha kecil Pisang Keju "H. Kadap" dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi Pisang Keju "H. Kadap" sehingga Pisang Keju "H. Kadap" bisa berkembang sampai saat ini, maka penulis tertarik dan menjadikan penelitian yang hasilnya dituangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berbentuk SKRIPSI dengan Judul ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA KECIL PISANG KEJU "H. KADAP" BANJARMASIN.

METODE PENELITIAN

1). Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), data yang di jadikan rujukan dalam penelitian ini berupa fakta-fakta yang ada di lapangan. Peneliti dalam hal ini terjun langsung ke lapangan untuk melakukan penggalan data kepada para pihak yang di anggap penulis dapat memberikan data-data yang berkaitan dengan gambaran pengembangan usaha pisang Keju "H. Kadap" di Banjarmasin.

2). Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk penyusunan skripsi adalah pada Usaha Pisang Keju "H. Kadap" Banjarmasin yang berlokasi di Jl. Veteran RT 21, Sungai Bilu, Kec. Banjarmasin Timur (pertigaan jalan kuripan).

3). Unit Penelitian

Unit penelitian yang digunakan dalam usaha bisnis yang dijadikan sebagai unit analisis dalam penelitian di Pisang Keju "H. Kadap" Banjarmasin. Adapun alasan dipilihnya Pisang Keju "H. Kadap" di Banjarmasin sebagai unit analisis adalah karena penulis memiliki kemudahan akses untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk menyusun skripsi.

HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian yang penulis teliti, bapak Murjani membuat perencanaan secara terus menerus dalam menjalankan usaha Pisang Keju H. Kadap ini beliau bersungguh-sungguh untuk mengembangkan usahanya baik itu rugi maupun untung beliau tidak takut gagal dalam menjalankan usaha ini dan mau belajar terus menerus untuk mengembangkan usaha ini beliau selalu memikirkan atau merencanakan untuk kedepan, strategi apa yang pas untuk tetap selalu usaha ini dikunjungi konsumen.

Sekarang Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin sudah dikenal masyarakat sekitar karena sudah terdiri dari beberapa cabang misalnya di Banjarbaru, didirikan pada tahun 2012, Cemara, Handil Bakti, dan Sungai Lulut, didirikan pada tahun 2013, yang dimana pada usahanya itu dikelola oleh keluarganya sendiri. Pembuatan pisang keju ini memerlukan bahan-bahan seperti minyak, pisang keju, susu coklat, susu putih, coklat batang, kotak besar, kotak kecil, garpu, adonan, gula palm.

Dari perkiraan salah seorang karyawan pada usaha pisang keju ini, pengeluaran setiap kali produksi untuk penjualan pisang keju kurang lebih memerlukan biaya senilai Rp 4.000.000, setiap malamnya mendapatkan pendapatan kurang lebih sekitar Rp. 7- 12 juta perhari. Usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini selain menjual langsung kepada konsumen, juga bisa menerima pesanan dari luar.

Strategi bisnis yang dilakukan pada usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini yaitu menggunakan bahan yang berkualitas agar menghasilkan produksi yang berkualitas, untuk menciptakan rasa pisang keju yang disukai oleh konsumen, memiliki tenaga kerja yang terampil, agar hasil produksi sesuai dengan diharapkan oleh konsumen, tidak melakukan kecurangan dalam menggunakan produksi, demi menjaga kepuasan konsumen.

Agar dapat bertahan dalam persaingan produksi pisang keju, maka harus diperlukan aspek-aspek manajemen yang tepat. Maka perusahaan ini menggunakan aspek-aspek manajemen produksi yang meliputi:

1). **Perencanaan produksi**

Perencanaan produksi bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan. Keputusan yang harus dihadapi dalam perencanaan produksi:

- (1). Jenis barang yang diproduksi
- (2). Kualitas barang
- (3). Jumlah barang
- (4). Bahan baku
- (5). Pengendalian produksi

Pemilik usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin merencanakan untuk mencapai target agar mendapatkan peningkatan dalam penjualan kedepan dan bisa mengembangkan usahanya maka harus melakukan beberapa hal yang ada dalam perencanaan tersebut. Dalam hal usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin sangat penting untuk memperhatikan jumlah barang misalnya dilakukan pemeriksaan barang-barang apa saja yang kurang dalam pembuatan pisang keju, setelah mengetahuinya, kemudian sekitar jam 08.00 bagi pemilik usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin yaitu bapak Murjani memerintahkan salah satu dari karyawannya untuk pergi ke pasar untuk membeli bahan-bahan baku dalam pembuatan pisang keju

2). **Pengendalian produksi**

Pengendalian produksi bertujuan agar mencapai hasil yang maksimal demi biayanya seoptimal mungkin. Adapun kegiatan yang dilakukan antara lain:

- (1). Menyusun perencanaan
- (2). Membuat penjadwalan kerja
- (3). Menentukan kepada siapa barang yang akan dipasarkan

Organisasi dalam usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin tidak berstruktur seperti yang ada pada perusahaan, karena yang memimpin sekaligus mengatur kegiatan produksi pisang keju dilakukan langsung oleh pemiliknya sendiri, parakaryawan semua tingkatannya sama, tidak ada namanya sekretaris, bendahara, anggota dan sebagainya

3). **Pengawasan produksi**

Pengawasan produksi bertujuan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai dengan rencana. Kegiatan meliputi:

- (1). Menetapkan kualitas

- (2). Menetapkan standar barang
- (3). Pelaksanaan produksi yang tepat waktu

Produksi Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin dilakukan pada tempat produksi yang khusus, yaitu di gang yang berdekatan kios tersebut. Pengawasan dilakukan langsung oleh bapak Murjani sendiri dikarenakan tempat produksi berada di rumah bapak Murjani sendiri, pengawasan ditempat produksi dilakukan setiap hari atau beberapa jam diperiksa, apakah kerja para karyawan berjalan dengan lancar atau tidak. Untuk penjualan pengontrolan dilakukan mulai pukul 13.30-22.00 malam.

Manajemen produksi yang dilakukan pada usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini yaitu menggunakan bahan yang berkualitas agar menghasilkan produksi yang berkualitas, untuk menciptakan pisang keju yang disukai oleh konsumen, memiliki tenaga kerja yang terampil agar hasil produksi sesuai dengan diharapkan oleh konsumen, tidak melakukan kecurangan dalam menggunakan produksi, demi menjaga kepuasan konsumen.

Dalam melakukan bisnis atau sebuah usaha sudah pasti tidak terlepas dari kendala yang mungkin saja akan mempengaruhi dari hasil proses produksi, ini merupakan hal yang wajar dalam menjalankan sebuah usaha. Dari hal tersebut para pelaku usaha dapat mengambil pelajaran demi kemajuan usahannya. Kendala bisa dihadapi oleh setiap pelaku usaha, perusahaan atau bisnis lainnya, baik itu dari skala yang besar, menengah sampai yang berskala kecil sekalipun.

Bagi pemilik usaha “Pisang Keju H. Kadap” ternyata dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor:

- (1). Proses pembuatan pisang keju ini memakan waktu yang cukup lama. Sedangkan dalam hal pembelian bahan baku tidak mengalami kendala apapun. Dengan kondisi ini membuat produksi pisang keju memakan waktu yang cukup lama sehingga dalam penjualan pun tidak lancar karena menunggu proses penggorengan pisang, sehingga pembeli menunggu.
- (2). Kompor gas susah dihidupkan pada saat pergantian tabung. Dengan kondisi ini karena saluran gas tersumbat dan mengakibatkan kerusakan akibat kotor (sisa minyak dan air sewaktu memasak) tidak dibersihkan, sehingga menghambat pelaksanaan produksi dalam penggorengan.

Mengidentifikasi faktor- faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang dimiliki oleh usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin berikut ada 4 indentifikasi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usah Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin.

- (1). Identifikasi Kekuatan
 - (1.1) Lokasi usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin yang sangat strategis
 - (2.1) Toko berada ditengah tengah pemukiman warga
 - (3.1) Akses jalan ketoko sangat mudah
 - (4.1) Harga produk sangat terjangkau
 - (5.1) Memiliki citra yang baik
 - (6.1) Modal usaha diperoleh dari laba
- (2). Identifikasi Kelemahan
 - (1.1) Pemanfaatan sosial media kurang efisien
 - (2.1) Keamanan didepan toko kurang memadai
 - (3.1) Parkiran toko kurang memadai
 - (4.1) Kurangnya pemasaran aktif
- (3). Identifikasi Peluang
 - (1.1) Mesin pembuat roti semakin canggih
 - (2.1) Meningkatkan jumlah penduduk
 - (3.1) Berkembangnya sistem informasi dalam mendukung proses pemasaran
- (4). Identifikasi Ancaman
 - (1.1) Pesaing dari usaha sejenis
 - (2.1) Adanya produk sibtitusi
 - (3.1) Pesaing baru yang potensial
 - (4.1) Daya beli konsumen menurun
 - (5.1) Sisa penjualan yang tidak laku

PEMBAHASAN

Penelitian yang penulis lakukan keterbatasan sumber daya alam menjadi kendala dalam usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin. Ketika bahan baku mengalami kelangkaan dan kenaikan harga seperti, pisang, keju dan cokelat yang susah untuk diperoleh, maka akan sangat berpengaruh terhadap usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin bahkan bisa menjadi ancaman keberlangsungan usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin, karena ciri khas Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin adalah pisang goreng yang bercampur keju atau cokelat dan susu yang penuh.

Persediaan bahan baku seperti keju, cokelat, dan susu digudang habis bapak Murjani sedang berada diluar kota membeli bahan-bahan tersebut, karena kurang teliti dalam membeli Bapak Murjani mengalami penipuan. Bahan yang dibeli ternyata sudah kadaluarsa, kerugian yang ditimbul mencapai 40 juta. Pengalaman tersebut membuat Bapak Murjani untuk lebih hati-hati dan mencari agen atau pemasok yang dapat dipercaya barang yang dibeli dari dia masih dalam keadaan baik.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Murjani yang penulis lakukan untuk mengatasi kelangkaan ataupun kenaikan bahan baku seperti pisang, keju, dan coklat, Bapak Murjani mengatasinya dengan cara mencari pemasok atau agen yang tetap agar terhindar dari sulitnya mencari bahan baku untuk membuat Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin.

1). Analisis Terhadap Produksi Strategi Bisnis Pada Usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin

Produksi merupakan mata rantai konsumsi menyediakan barang yang merupakan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk memperoleh masalah maksimum melalui aktivitas produksi. Suatu usaha dalam Islam sangat dianjurkan oleh agama agar seorang mukmin tidak memberatkan saudaranya dan mampu membantu orang lain dalam mengadakan sebuah pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh pekerja tersebut.

Produksi merupakan salah satu faktor terpenting dalam sebuah usaha, karena tanpa kegiatan produksi, maka konsumen tidak akan dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang dibutuhkannya.

Dalam suatu produksi, diperlukan suatu manajemen yang merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat (mesin) dan sumberdana, bahan yang berjalan secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan sesuatu barang dan jasa. Strategi bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dengan penetapan upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber-sumber daya dari kegiatan produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, manajemen yang dilakukan pada usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini menggunakan Strategi bisnis yang terdiri dari proses sarana prasarana dan tenaga kerja. Adanya sarana prasarana dan tenaga kerja ini sangat memadai untuk terjadinya produksi. Dalam melakukan proses manajemen produksi, proses yang dilakukan oleh Manajemen Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin adalah Proses yang secara terus menerus. Karena produksi ini berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara proses produksi tiap harinya. Manajemen produksi yang dilakukan pada usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin berdasarkan pada aspek-aspek manajemen produksi meliputi:

- (1). Perencanaan produksi
 - (2). Pengendalian produksi
 - (3). Pengawasan produksi
- ### 2). Analisis terhadap Kendala-Kendala yang dihadapi dalam melakukan proses produksi Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin

Dalam melakukan bisnis atau sebuah usaha sudah pasti tidak terlepas dari sebuah kendala yang mungkin saja akan mempengaruhi hasil dari proses produksi bagi pemilik usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ternyata dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu proses pembuatan pisang keju yang cukup lama, kompor gas susah dihidupkan pada saat pergantian tabung, sehingga menghambat pelaksanaan produksi dalam penggorengan pisang.

Memperhatikan dari kendala -kendala dalam melakukan usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin

Maka dapat dianalisis bahwa proses pembuatan pisang keju yang cukup lama, menghambat dalam memproduksi pisang keju dan kompor gas susah dihidupkan pada saat pergantian tabung sehingga proses produksinya pun akan menghambat keterlambatan dalam memproduksi pisang keju.

Kendala-kendala tersebut dapat dilihat, tentunya dalam melakukan usaha harus selalu memberikan yang terbaik kepada konsumennya, dan bisa mengatur bagaimana caranya untuk menghadapi berbagai macam kendala yang dihadapi, sehingga usaha tetap jalan, dan konsumen tidak pergi, agar tidak menyebabkan kerugian yang besar. Karena tujuan dari pedagang dari segi ekonomi adalah tidak ingin rugi. Oleh karena itu kendala apapun dalam melakukan usaha, sebenarnya kalau memang pemilik usaha ingin memperoleh hasil yang maksimal, maka sudah selayaknya memperbaiki usaha dan mengoreksi kekurangannya, sehingga transaksi bisnis tetap berjalan dengan baik.

PENUTUP

- 1). Pengembangan Usaha Keju “H. Kadap” Banjarmasin dilakukan dengan berinovasi setiap tahunnya baik dari manajemen maupun strategi pemasarannya. Dalam menjalankan usaha kecil dilihat dari segi sumber daya manusianya yaitu meningkatkan sumber daya sipelaku usaha dan wirausaha tersebut dalam meningkatkan usaha ini. Strategi pemasaran usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini melakukan inovasi untuk mempertahankan pelanggan tetap agar tidak bosan baik dari strategi produk yang dalam kemasan, dan harga bersaing dengan yang lain. Dalam usaha ini bapak murjani menggunakan manajemen usaha kecil, faktor apa yang harus dimiliki seorang dalam menjalankan usahanya adalah *entrepreneurship* yang sering diartikan dengan kewirausahaan sebagaimana yang dikemukakan oleh kreitner adalah sebuah proses dimana seorang menjawab sebuah peluang sekalipun ketersediaan sumberdaya yang dimiliki terbatas. Seorang enterprener atau wirausaha yang berpikir positif untuk berusaha mengubah keadaan menjadi lebih baik, meskipun harus menanggung resiko yang ada.
- 2). Kendala yang dihadapi oleh Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini adalah terbatasnya bahan pokok atau naiknya harga terutama seperti pisang, kelangkaan ini sangat mempengaruhi proses produksi Usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini berlangsung. Dalam hal ini usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin tetap membeli dengan harga yang sudah ditetapkan meskipun mahal dan keuntungannya sangat sedikit, tetapi jika harga bahan baku mulai turun usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin mendapatkan keuntungan yang cukup besar tujuannya adalah untuk mempertahankan pelanggan.

Sebagai penutup skripsi ini maka penulis memberikan saran-saran berdasarkan permasalahan yang kemukakan dilampiran sebagai berikut:

- 1). Kualitas dari Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin harus dipertahankan dan diberikan kotak saran agar pelanggan dapat memberikan kritikan apa saja yang kurang dari usaha Pisang Keju “H. Kadap” Banjarmasin ini. Dan sebaiknya lebih meningkatkan lagi promosinya supaya lebih dikenal oleh masyarakat khususnya banjarmasin sekitar.
- 2). Alangkah baiknya pegawai perempuan yang muslim menggunakan hijab agar terlihat lebih rapi dan sopan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fuad, Dkk, 2006, *Pengantar Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, h.1 Ibid, h.4
- Aime Heene, *Manajemen Strategik keorganisasian publik*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2010, h.75
- Anorogo, Pajri, 2017, *Pengantar Pengelola Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta, Rineka cipta
- Fajri, Emzul dan Senja, Ratu Aprilia, 2000, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Difa Publisher
- Basu Swasta DH dan Irwan, 1990:67, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, libbetty, Yogyakarta
- Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung, PT Refika Aditama, 2007), hal.25
- Top lintas, *Pengertian bisnis*, di akses pada hari Selasa 14 april 2020 pukul 04.20
WIB melalui website <https://m.toplintas.com>.
- Sari wahyuni, *Qualitative Reasearch Method Theorya and Practice* (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm.181
- Murjadi pemilik pisang keju H, Kadap, wawancara pribadi, Banjarmasin, 15 januari 2020.
- Sedarmayanti, *manajemen strategi*, Refika Aditama, Bandung, 2014, hlm, 16.
- Panji Anoraga, *manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2004, hlm 338-389
- Jujuk Herawati dan Sunarto, *MSDM STRATEGI*, Yogyakarta, 2004, hlm.24 Sedarmayanti, Op.cit, hlm.4-5
- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm.28

Madnasir, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, Fakultas syari'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2007, hlm.92

Muhammad dan ALIMIN, *Etika perlindungan konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm.56

Panji Anoraga, *Op.cit*, hlm.3-4

Sunarto, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hlm1

Pengertian *Definisi Strategi Bisnis* <http://prajuribatin.blogspot.co.id/2013/html>
di akses pada t 20 april 2020 Ibid, hlm 339

Sedarmayanti, *Op.Cit* , hlm.43

Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*. Fakultas Syariah IAIN raden intan Bandar Lampung, 2012, hlm.21

Mandnasir dan Khoiruddin, *Op.cit*, hlm.22

Pandji Anoraga, *Op.Cit*, hlm. 15

pemasaran <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-marketing-mix-definisi.html> diakses pada 17 april 2020, pukul 09.00

<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2696/Bab%202.pdf?sequence=7> diakses pada 17 oktober, pukul 09.10

Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2009) hal. 21

Harmaizar, *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2003, h.14

M.Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, Yogyakarta: Kanisius, 2000, h.2.

Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009, h.153.

Brian R.Ford, Jay M.Bronstein dan Patrick T.Pruit, *The Ernest & Young Businnes Plan*, Penerjemah Irma Andriani, Jakarta: PT Cahaya Insani Suci, 2008, h.227

<http://dokumen.tips/dokuments/teknik-pengembangan-usaha.html>, diakses pada 29/05/2020, pukul 16.23

Siti Uswatun Chasanah, *Pemasaran Sosial Kesehatan*, ed 1, cet 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2013) hal. 45

Fuad Chistian, Nurlela Sugiarto Paulus, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2000) hal. 128

Francois Velas Dan Lionel Becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional Sebuah Pendekatan Strategis*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008) hal. 142

Fuad Chistian, Nurlela Sugiarto Paulus, *Pengantar Bisnis*, hal. 129

Chistian, Nurlela Sugiarto Paulus, *Pengantar Bisnis*, hal. 129

Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, hal. 5

Manahati Zebua, *Pemasaran Pariwisata : Menuju Festival Sail Daerah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016) hal. 2

Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar*, (Jakarta: Binapura Aksara, 2010), hlm. 8.

Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1985), hal. 8

Bashu Swasta Dhammesta, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 4.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 168.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, hal. 168-169.

Freddy Rangkuti, *Creating Effective Marketing Plan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm.111

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hal. 6.

Deliani Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012), hal. 1

Thamrin Abdullah, Franchis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), hal 2

Murjani, *pemilik pisang keju H.Kadap*, wawancara pribadi, banjarmasin. 15 januari 2020.

Erni Tisnawati sule dan kurniawan saefulah, *pengantar manajemen*, Edisi Pratama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005) hlm.414

Erni Tisnawati sule dan Kurniawan Saefullah, loc, cit hlm.156.

Sofyan Assauri, *Manajemen dasar Konsep & strategi*, (Jakarta: Rajawali, 1992), ke-4 hlm.265

arlina, " Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", <http://www.scbrid.com>
(Diakses Tgl 11 Maret 2017 PKL 12.30).