



---

## **ANALISIS STRATEGI USAHA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA KERIPIK PISANG TIGA BINTANG DI DESA PURWO BAKTI KABUPATEN BUNGO**

**Jumiati**

*jumibaru2023@gmail.com*

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

**Usdeldi**

*usdeldi@uinjambi.ac.id*

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

**Dessy Anggraini**

*dessyanggraini78@uinjambi.ac.id*

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Alamat: Jl. Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi

Korespondensi penulis: *jumibaru2023@gmail.com*

***Abstrak.** Three Star Banana Chips is a productive economic business opportunity which is carried out by individuals or business entities in order to increase income, so that they can meet life's needs. In developing a business, there needs to be a development strategy to be able to maximize the steps in developing Three Star Banana Chips. The research results show that Three Star Banana Chips can be developed by using the 4P marketing strategy or marketing mix by prioritizing product quality, affordable prices, good and friendly word of mouth promotion and channeled to grocery stores and also minimarkets.*

***Keywords:** Three star banana chips, Strategy to Increase Business, Revenue, SWOT Analysis.*

**Abstrak.** Kripik pisang tiga bintang merupakan suatu peluang usaha ekonomi produktif yang mana dilakukan oleh perorangan atau suatu badan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan, sehingga bisa memenuhi kebutuhan hidup, dalam mengembangkan usaha perlu adanya strategi pengembangan untuk dapat memaksimalkan Langkah- langkah dalam mengembangkan Kripik pisang tiga bintang tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kripik pisang tiga bintang dapat berkembang dengan menggunakan strategi pemasaran 4P atau marketing mix dengan cara mengedepankan kualitas produk, harga yang terjangkau, promosi dari mulut ke mulut secara baik dan ramah dan di salurkan ke toko-toko sembako, dan juga minimarket

**Kata Kunci:** Kripik pisang tiga bintang, Strategi Meningkatkan Usaha, Pendapatan, Analisis SWOT.

### **LATAR BELAKANG**

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan disetiap negara, sebab dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian cukup besar, saat Indonesia menghadapi tantangan krisis ekonomi yang berkepanjangan. UMKM dapat dikatakan salah satu solusi masyarakat untuk bertahan dalam menghadapi krisis yakni dapat melibatkan diri dalam aktivitas usaha. Sektor UMKM juga memiliki peranan yang strategis dalam menopang perekonomian di Kabupaten Bungo sebab dapat memberikan peningkatan nilai

pendapatan dari hasil pertanian terutama buah pisang yang diolah menjadi makanan ringan seperti keripik pisang.

Pelaku UMKM melakukan kreativitas bisnis dengan bantuan ruang yang disediakan oleh pemerintah. Salah satu analisis situasional yang bertahan lama dan digunakan oleh perusahaan dan sektor swasta pada pemberdayaan UMKM. Perusahaan atau emiten lebih banyak menggunakan strategi analisis SWOT (*Stenghts, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) dalam menjalankan bisnisnya. UMKM memiliki berbagai macam masalah dalam proses perkembangannya, pada faktor internal beberapa diantaranya rendahnya kualitas sumber daya manusia (sdm), kurangnya permodalan, masalah teknologi, lemahnya jaringan usaha, dan kemampuan penetrasi pasar serta masalah manajemen dan organisasi. Pada faktor eksternal yaitu permasalahan berasal dari luar UMKM diantaranya : terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, serta ekspansi pasar modern

## KAJIAN TEORITIS

### Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah

Strategi di artikan sebagai suatu rencana yang dibuat atau tindakan yang dilakukan dalam rangka membantu organisasi memenuhi tujuan yang di inginkan koordinasi. Strategi juga di artikan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Yang mana dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Karena adanya UMKM mampu memberikan peluang lapangan kerja dan munculnya inovasi baru dari sebuah produk. Pengembangan UMKM bertujuan untuk:

- a. Menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif, termasuk membuka kesempatan usaha baru bagi masyarakat, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi.
- b. Mengupayakan pengembangan kewirausahaan, terutama dengan cara memanfaatkan berbagai keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif.

Mengembangkan sistem pendukung usaha UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif serta memanfaatkan sumber daya terutama sumber daya lokal yang tersedia

### Pendapatan UMKM

Pendapatan merupakan faktor terpenting bagi setiap manusia di dunia ini, pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Kemampuan suatu usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung keberlanjutan suatu usaha sangat berpengaruh dengan seberapa besar pendapatan usaha tersebut diperoleh. Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa. Pendapatan atau dapat disebut dengan keuntungan ekonomi merupakan pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah di kurangi biaya produksi. Kunci utama keberhasilan dalam mengembangkan usaha adalah manajemen pengelolaan usaha. Banyak usaha yang bangkrut karena pengelolaan usahanya yang kurang bagus.

Dengan adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan UMKM menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan kompetitif. Menurut Tambunan, karakteristik UKM yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut: (a) memiliki kualitas SDM yang baik, (b) pemanfaatan

teknologi yang optimal, (c) mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, (d) mampu meningkatkan kualitas produk, (e) memiliki akses promosi yang luas, (f) memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, (g) sumber daya modal yang memadai, (h) memiliki jaringan bisnis yang luas, dan (i) memiliki jiwa kewirausahaan

#### **Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan. Pendapatan adalah semua penerimaan baik berupa uang, barang dari pihak lain maupun hasil industri, dinilai berdasarkan jumlah uang dari aset yang digunakan pada saat itu. Pendapatan seseorang adalah apa yang mereka gunakan untuk membayar kebutuhan sehari-hari dan sangat penting untuk kelangsungan hidup, baik secara langsung maupun tidak langsung. Upah, gaji, sewa, deviden, dan keuntungan adalah contoh pendapatan, yang merupakan aliran yang diukur selama kerangka waktu yang telah ditentukan.

Arti pentingnya usaha kecil dalam dunia usaha tercermin dari dasar pertimbangandikeluarkannya Undang-Undang Usaha Kecil (UUUK) bahwa dalam pembangunan nasional, usaha kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat mempunyai kedudukan, potensi, dan peran yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang berdasarkan demokrasi ekonomi

#### **Ruang Lingkup UMKM**

##### 1. Sektor Manufaktur :

Manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan peralatan dan suatu medium proses untuk transformasi barang mentah menjadi bahan jadi untuk dijual.

##### 2. Sektor Agroindustri

Agroindustri berasal dari kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian.

##### 3. Sektor Industri Kreatif

Didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sektor industri ekonomi kreatif meliputi 14 sub sektor, yakni periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, dan percetakan, layanan komputer, televisi, radio, riset dan pengembangannya.

#### **Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Keberhasilan akan tercapai jika adanya kesesuaian antara faktor internal dan faktor eksternal melalui penerapan cara yang tepat, UMKM akan meningkatkan pengembangan masyarakat di suatu daerah. Selain dapat mengembangkan potensi masyarakat yang ada. Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal. Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengolah kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha.

#### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Basis utama sistem ekonomi syariah sesungguhnya terletak pada aspek kerangka dasarnya yang berlandaskan syariah, tetapi juga pada aspek tujuannya yaitu mewujudkan suatu tatanan

ekonomi masyarakat yang makmur dan sejahtera secara berkeadilan, pemerataan, dan keseimbangan berdasarkan sistem sosial ekonomi. Atas dasar itu, maka pemberdayaan ekonomi syariah di Indonesia hendaknya dilakukan dengan strategi yang ditujukan bagi perbaikan kehidupan dan ekonomi masyarakat. Dengan adanya etika bisnis islam, konsep produksi dalam islam, dan efisiensi pengolahan yang baik, maka diharapkan mampu menjaga dan memelihara pelaku maupun kegiatan bisnis agar sesuai dengan tuntunan syariat, tidak merugikan orang lain serta mengutamakan keuntungan di akhirat dan bukan hanya keuntungan dunia semata.

#### **Dasar Hukum UMKM dalam Perspektif Islam**

Bisnis islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Dalam pandangan tauhid manusia adalah pelaku ekonomi hanya sebatas pemegang amanah, oleh sebab itu manusia harus mengikuti ketentuan Allah SWT dalam segala aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi ketentuan Allah SWT yang harus dipatuhi dalam hal ini tidak hanya bersifat teologis dan moral.

Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran islam yaitu aspek akidah (tauhid), hukum (syari'ah), dan akhlak. Ekonomi islam sebagai ekonomi ilahiyah, berpijak pada ajaran tauhid uluhiyyah ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah SWT dan tidak menyekutukannya.

#### **Analisis SWOT**

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities,threats*).

#### **Faktor-faktor Analisis SWOT**

##### **1) *Strengths* (Kekuatan)**

*Strengths* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang.

##### **2) *Weakness* (kelemahan).**

Kelemahan adalah hal yang wajar dalam segala sesuatu tetapi yang terpenting adalah bagaimanasebagai penentu kebijakan dalam lembaga pendidikan bisa meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain.

##### **3) *Opportunities* (peluang)**

Peluang pengembangan dalam pendidikan dapat dilakukan antara lain yaitu : (a). Di era yang dilanda krisis moral dan krisis kejujuran seperti ini diperlukan peran serta pendidikan agama yang lebih dominan, (b). Disamping itu, semakin maraknya keracunan makanan, makanan dengan sangat minim gizi, akan sangat mengganggu kesehatan dan produktivitas kerja

#### **4) Threats (ancaman)**

Ancaman merupakan kebalikan daripada sebuah peluang. Ancaman dapat berupa faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah lembaga pendidikan.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya, dan data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

#### **Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Desa Purwo Bakti Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah UMKM keripik pisang di Desa Purwo Bakti Kabupaten Bungo. Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

#### **Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data, yaitu data primer dan data sekunder yang meliputi :

- a. Data primer biasanya didapat dari subjek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, dan interview atau wawancara. Cara mendapatkan data primer biasanya melalui kuesioner, observasi atau pengamatan langsung. Subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk diisipertanyaan yang ditujukan kepada responden.
- b. Data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis. Data sekunder dapat diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu yang membahas UMKM. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai macam referensi buku seperti buku dan lain-lain serta hasil penelitian sebelumnya yang dipublikasikan berkaitan dengan penelitian ini, yang bersumber dari media offline (perpustakaan, toko buku dan lain-lain) serta dari media online.

##### **2. Sumber Data**

- a. Sumber data primer berupa hasil dokumentasi, observasi dan informasi hasil wawancara yang didapatkan dari sumber asli yaitu dari pengelola UMKM Keripik Pisang di Desa Purwo Bakti

Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi.

b. Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai macam referensi buku seperti buku dan lain-lain, hasil penelitian sebelumnya yang dipublikasikan yang berkaitan dengan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah suatu bentuk dari wacana, gambaran-gambaran, khususnya mencerminkan struktur, dan tujuan yang berbeda yaitu wacana dibuat dandiorganisasi dengan menanyakan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan.

#### 2. Observasi (Pengamatan)

Observasi dalam kamus bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Observasi adalah pengamatan atas suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian

#### 3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*Life History*), cerita, biografi, peraturan, maupun kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup (Video), sketsa dan lain-lainnya.

### **Metode Analisis Data**

Faktor internal yang dianalisis meliputi produksi, sumberdaya manusia, manajemen keuangan, dan pemasaran. Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha keripik pisang. Faktor eksternal yang dianalisis meliputi kondisi perekonomian, pemerintah, sosial budaya, teknologi, pemasok.

Alternatif Strateg I Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha keripik pisang di Desa Purwo Bakti Kabupaten Bungo, maka digunakan analisis matriks SWOT.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dari peneliti mengenai Strategi Usaha Dalam Meningkatkan (UMKM) Keripik Pisang Tiga Bintang Didesa Purwo Bakti Kabupaten Bungo yaitu menggunakan strategi Pemasaran yang merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Setelah kita memikirkan jenis produk atau usaha yang mau kita jalankan. barulah kita memikirkan sasaran pembeli atau konsumen merupakan bagian yang paling penting bagi keberlangsungan dan siklus usaha yang sedang dijalankan. Sebab, dengan adanya konsumen, suatu bisnis dapat lebih berkembang dan bertahan menghadapi persaingan dunia usaha. Maka dari itu, setiap perusahaan harus memiliki target pelanggan yang terus ditingkatkan dari satu periode ke periode bisnis selanjutnya. Untuk mendapatkan target pasar yang tepat dengan keberadaan produk, maka sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan riset pasar mulai dari produk, harga, dan persaingan. Jika riset sudah tepat, maka kemungkinan besar menaikkan keuntungan

bukanlah hal yang sulit karena produk ditawarkan kepada kalangan yang benar-benar membutuhkan atau tepat sasaran.

## KESIMPULAN

### 1. Strategi Usaha Dalam Meningkatkan (UMKM) Keripik Pisang Tiga Bintang Didesa Purwo Bakti Kabupaten Bungo

Adapun strategi-strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh bapak Salman pada Keripik Pisang Tiga Bintang Didesa Purwo Bakti adalah dalam meningkatkan usaha kripik sale pisang bapak Salman menerapkan bauran pemasaran 4P atau marketing mix meliputi, *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (distribusi atau penyaluran). Dalam strategi produk mereka menerapkannya dengan cara mempertahankan ciri khas rasa produk dan terus meningkatkan kualitas produknya.

### 2. Prospek kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik pisang dari segi pengalaman, pelayanan, serta pengetahuan.

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar, seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan harapan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha.

## DAFTAR PUSTAKA

Alqur'an :

Al-Quran Terjemahan. 2015. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah.

Buku :

Amril Mutoi Siregar and Adam Puspabhuana, "Pengelolaan Keuangan Untuk UMKM," 2017. Buku Pintar Finansial OJK

Anoraga, Panji. 2002. Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil. Jakarta: Rineka Cipta.

Buku Pintar Finansial OJK.

Bungin Burhan, Metode Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta : Prenadamedia Group : 2006

Handini Sri, Sukesi, and Hartanty Kanty, "Manajemen UMKM Dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai," Unitomo Press, 2019, 1–245.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa

Latifah Hanim, UMKM Dan Bentuk-Bentuk Usaha, 2018, Semarang, Unisulla Press.

Muhammad Teguh, Metode Penelitian Ekonomi, Jakarta : Grafindo 2007.

Nursaidah Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, Manajemen Pemasaran (Banguntapan Bantul DI Yogyakarta, 2021).

- Putu Krisna and Putu Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang., 2021.
- School of Business & Management, “Buku Ajar: UMKM Go Digital Syariah,” 2021, 1–21.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta, 2016
- Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi perbandingan perhitungan manual SPSS*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Sunarto. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Amus
- Jurnal :
- Abdul Muttalib, “Pola Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Mataram”. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, No. 2 (November, 2017): 171-172.
- Abdul Wahid Mongkito, “Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : Eks MTQ Kota Kendari),” *Robust: Research of Business and Economics Studies* 1, no. 2 (2022): 93, <https://doi.org/10.31332/robust.v1i2.3612>.
- Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, Efisiensi Pengolahan pada UMKM terhadap Sistem Sosial Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam, *Iqtishaduna Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam XII* (2021).
- Aini Khikmawati, Ahsilah and Mustamim, "Peran UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 4 2022
- A Maulana, I Iswandi, and A Satria, “Analisis Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 6 (2023): 1075–84, <https://melatijournal.com/index.php/Metta/article/view/322>.
- Diana Lestari, Masruchin, and Fitri Nur Latifah, “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan,” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 216–29, [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9243](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9243).
- Febriyanni and Majid, “Analisis Faktor Produksi Dalam Perspektif Islam ( Studi Kasus : UMKM Keripik Cinta Mas Hendro ).” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 2023 25-31
- Hatta, Sissah, and Anzu Elvia Zahara, “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Usaha Kerupuk Ikan SPN Di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* 1, no. 1 (2023): 138–49.
- I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018, Unmasspress.

- Jazilinni'am, "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Ekonomi Syariah UMKM Hasma Jaya Lestari." *UNS, Journal of Economics and Business Innovation* Vol 2 Nomor 1, 2022
- Leka Ayu Mardasari, "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wijaya Di Desa Botoran Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (Desember, 2020): 114.
- Lestari, Masruchin, and Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan." *Jurnal Tabarru': Islamic and Finance* : Volume 5 nomor 22 2022.
- Livia Tinneke Olly Kolanus, Vikie A. Rumat, dkk, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Manado", *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah* 21, no. 4 (2014): 48-49.
- Muhamad Aqim Adlan, "Peran Pemerintah Dalam Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Era Pandemi Covid-19 (Sebuah Kajian Dalam Perspektif Ekonomi Islam)," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2021): 81–104, <https://doi.org/10.21274/an.v8i1.3552>.
- Mulyani and N Asnawi, "Peran Strategis Kewirausahaan Dalam Pembangunan (Tinjauan Pendekatan Ekonomi Islam)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2958–65
- Maulana, Iswandi, and Satria, "Analisis Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam."
- M. Robby Kaharudin and Hendra Saputra, "Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2021): 143–62, <https://doi.org/10.56644/adl.v2i2.31>.
- N Jazilinni'am, "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Ekonomi Syariah UMKM Hasma Jaya Lestari," *Nomicpedia: Journal of Economics and Bussiness Innovation*, 2022, 18–32.
- Nurul Hidayah, Imsar, and Atika, "Analisis Perkembangan Usaha Penerima Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal)," (*EKSAYA*) *Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina* 3, no. 2 (2022): 206–16. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3, no. 5 (2022): 2879–97.
- Nur Sindi Jannati, M Rusdi, and Melis Melis, "Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Industri Rumahan Kemplang Di Wilayah Jakabaring Palembang)," *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 7, no. 1 (2021): 74–81, <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v7i1.8213>.
- Rafidah Uin and Sulthan Thaha Saifuddin, "Strategi Dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus PKL Di Telanaipura Kota Jambi)," *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 4, no. 2 (2019): 55–69, <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoeib>.

- Rahmat Firdaus and Asmanelita Faizasari, “Analisis Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Masyarakat Pelaku UMKM Kue Kering Di Kabupaten Tanah Datar,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3, no. 5 (2022): 2879–97.
- Rani Febriyanni and M Shabri Abd Majid, “Analisis Faktor Produksi Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus : UMKM Keripik Cinta Mas Hendro )” 7, no. 1 (2023): 25–31. Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Universitas Haluoleo, “Analisis Penerapan danb Pemahaman Prinsip Bisnis Syariah Bagi UMKM Di Kota Baubau. Tri Ulfyana Semua Manusia Memiliki Kebutuhan Pokok Baik Sandang , Pangan , Maupun Papan . Dalam Pandangan Islam Kebutuhan Pokok Tersebut ( Sandang , Pangan , Papan ) Dan Kebu,” 2022, 29–36.
- Seri Murni and Qurratu Humaira, “Analisis Peran Perempuan Dan Pemerintah Dalam Perkembangan UMKM Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 5, no. 1 (2021): 1–7.
- Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi perbandingan perhitungan manual SPSS*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Tri Ulfyana, “Analisis Penerapan dan Pemahaman Prinsip Bisnis Syariah bagi UMKM di Kota Baubau, *Journal of International Sharia Economics and Financial*, Vol 01 No 01-2022