

## **PENGARUH STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER ISLAMI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA UMKM DI KECAMATAN DASUK SUMENEP)**

**MOH. MUSFIQ ARIFQI & IMAM WAHYUDI**

STAI Ulum Tarate Pandian Sumenep

[musfiqarifqi18@gmail.com](mailto:musfiqarifqi18@gmail.com) & [06imamwahyudi@gmail.com](mailto:06imamwahyudi@gmail.com)

### **Abstrak**

Strategi pengembangan bisnis *marketing mix* merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menjaga stabilitas dan perkembangan bisnisnya. Usaha kuliner juga menjadi salah satu bisnis yang sangat berpotensi di masyarakat, lebih-lebih mampu mengangkat pendapatan masyarakat. Hal ini sebagai mana terjadi pada pelaku bisnis kuliner yang ada di kecamatan Dasuk Sumenep. Peneliti tertarik untuk melihat potensi bisnis tersebut berdasarkan nilai-nilai keislaman melalui pendekatan 4 P dalam *marketing mix*. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan diantaranya yaitu variable promosi, produk, harga, tempat sebagai variabel independent. Sedangkan variabel dependennya yaitu pendapatan masyarakat. Data diperoleh dari kuesioner, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari pelaku bisnis kuliner se Kecamatan Dasuk Sumenep. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga sangat berpengaruh terhadap peningkatan pelaku bisnis kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. Sedangkan strategi lainnya seperti produk, tempat dan promosi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat.

**Kata Kunci :** Kuliner Islami, Stategi 4 P, Pendapatan Masyarakat

### **A. PENDAHULUAN**

Perekonomian merupakan sektor penting dalam pembangunan nasional, karena dengan perkonomian keberlangsungan hidup dalam sebuah negara menjadi baik. Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional ialah sektor usaha, Karena usaha merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), h. 20.

Aktivitas mengelola usaha pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup serta mengumpulkan dana yang cukup bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku usaha itu sendiri.<sup>2</sup>

Perkembangan budaya dan pola zaman sangat berpengaruh terhadap pola kebutuhan masyarakat yang berubah, terutama kebutuhan di bidang primer yaitu makanan dan minuman. Di sisi lain perkembangan jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat, sehingga kebutuhan di bidang makanan dan minuman juga meningkat. Hal ini yang mendorong banyak industri makanan dan minuman berkembang di tengah-tengah masyarakat. Tetapi akan menjadi persoalan bagi pelaku-pelaku kuliner kecil yang dituntut untuk selalu bersaing dengan industri besar, sehingga memerlukan pengelolaan usaha yang baik.

Pengembangan bisnis menurut Glos, Steade dan Lawry dalam Haris Fadilah adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini, penulis menfokuskan terhadap penelitian bisnis kuliner dalam memasarkan produknya, seorang pengusaha kuliner harus mampu dan pandai membaca situasi perubahan sekarang dan masa yang akan datang. Pengusaha kuliner harus membuat sebuah strategi yang tepat sehingga bisa menghasilkan dividen yang bagus. Dalam hal ini perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, perusahaan harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.<sup>4</sup>

Dalam pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa betapa pentingnya strategi pengembangan bisnis diterapkan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas agar usahanya lebih baik sehingga bisa mendapatkan laba yang maksimal. Penulis juga merasa perlu untuk lebih jauh mengulas tentang produk yang sesuai dengan Islam seperti kesucian, kehalalan, dan kebersihan, sehingga pendapatan yang mereka peroleh berkah.

Melakukan aktivitas pengembangan bisnis ada tujuan yang akan dicapai yaitu mempertahankan usaha serta bisa mengembangkan usaha dengan baik, sehingga bisa

---

<sup>2</sup> M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 1

<sup>3</sup> Vinanda Permata [http://www.academia.edu/8665059/Ada\\_beberapa\\_definisi\\_pengembangan\\_usaha\\_menurut\\_pada\\_ahli](http://www.academia.edu/8665059/Ada_beberapa_definisi_pengembangan_usaha_menurut_pada_ahli), diakses tanggal 14 November 2023, pukul 09:30.

<sup>4</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers, 2012), h.278.

terus bersaing dengan usaha lain. Hal ini salah satunya dapat dilakukan dengan penerapan strategi pengembangan bisnis 4P yaitu Price, Product, Place, dan Promotion. Dalam melakukan penerapan strategi pengembangan bisnis ini dengan baik dapat diharapkan meningkatkan pendapatan mereka.

Menurut Abdurachman menyatakan bahwa pendapatan itu adalah uang, barang-barang, atau jasa yang diterima selama jangka waktu tertentu, biasanya merupakan hasil dari pemakaian kapital, pemberian jenis perseorangan atau keduanya. Yang termasuk pendapatan adalah upah, gaji, sewa tanah, deviden, pembayaran, bunga dan gaji tahunan.<sup>5</sup>

Beberapa penelitian sebelumnya sudah banyak menyebutkan bahwa strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat. Sebagaimana dalam penelitian Riyanthi Idayua menyatakan bahwa strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi sangat berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat.<sup>6</sup> Di samping itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Isty Evrilia Rahayu menyatakan bahwa strategi pedagang kaki lima di alun-alun Ponorogo dapat mampu bersaing secara baik dengan pesaingnya. Strategi tersebut mengalami kendala dalam proses pengembangan dan belum mampu meningkatkan pendapatan pedagang.<sup>7</sup>

Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Heni Ariyani dan Halpiah menjelaskan bahwa strategi pengembangan UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.<sup>8</sup> Hal ini disebabkan karena dengan adanya strategi pengembangan yang baik dapat menjadikan masyarakat lebih sejahtera. Jauh dari itu, strategi pengembangan UMKM yang menerapkan teknologi digital juga akan sangat membantu terhadap perekonomian lokal, bahkan secara nasional. Digitalisasi UMKM juga mampu mengatasi resesi ekonomi masyarakat Indonesia.<sup>9</sup>

<sup>5</sup> Taufiqur Rachman, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha untuk Meningkatkan Pendapatan*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 2, 2014, h. 2.

<sup>6</sup> Riyanthi Idayua, Mohamad Husnib, Suhandic, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten*, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol 7 No 1 Juni 2021 E-ISSN: 2684-7841 | P-ISSN: 2339-1510

<sup>7</sup> Isty Evrilia Rahayu, *Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo*, 2020. Institute Agama Islam Negeri Ponorogo

<sup>8</sup> Heni Ariyani, Halpiah, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Sentra Produksi Pengelasan Di Getap)*, *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 6 No. 2, September 2020

<sup>9</sup> Moh. Musfiq Arifqi dan Dedi Junaidi, *Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19*, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume 3 No 2 (2021) 195-205 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351 DOI: 10.47467

Berdasarkan hasil beberapa penelitian terhadulu tersebut, kemudian peneliti tertarik untuk meneliti aktivitas UMKM yang kemudian akan melihat dampaknya terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Adapun dalam penelitian ini, penulis memfokuskan tentang penggunaan strategi pengembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan pelaku kuliner Islami di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. Mengingat jumlah bisnis kuliner di Kecamatan Dasuk terus meningkat. Hal ini butuh terus pengembangan dan dukungan pemerintah setempat. Adapun data yang akand digunakan dalam penelitian ini yaitu data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumenep.

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisis pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya penelitian kuantitatif dilakukan pada penelitian internal (dalam rangka menguji hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasil pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang akan diteliti. Pada umumnya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.<sup>10</sup>

Variabel penelitian yaitu obyek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable). Strategi Pengembangan Bisnis sebagai Variabel Independent (X) dan pendapatan masyarakat sebagai Variabel Dependent (Y).

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah seluruh Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. Sumber data adalah subjek dari mana data itu dapat diperoleh.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sesuatu yang dijadikan rujukan untuk memperoleh data pokok dalam suatu penelitian.<sup>13</sup> Sumber data

<sup>10</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 1998, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, h. 75

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 2007, Jakarta: Rineka Cipta, h. 118

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 2007, Jakarta: Rineka Cipta, h. 194

<sup>13</sup> M. Iqbal Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta h. 82

sekunder adalah sesuatu yang dijadikan sebagai pendukung atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok.<sup>14</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah diperoleh dari Kajian kepustakaan, dokumentasi, dan lain-lain. Untuk mengetahui gambaran tentang kondisi dan situasi pelaku kuliner. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.<sup>15</sup> Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan yaitu, Jumlah Pelaku Kuliner, dan hasil angket.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari metode angket, obeservasi, interview dan metode dokumentasi. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data tertulis seperti Tafsir Al-Qur'an, hadist, dan pandangan ulama tentang pengembangan bisnis kuliner dan pendapatan masyarakat.

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian.<sup>16</sup> Populasi yang digunakan penelitian ini adalah Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. Adapun jumlah Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep berjumlah 43 orang yang tersebar di 7 Desa.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Mengingat jumlah subyek yang diteliti tersebar di berbagai wilayah, maka Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *Ara sampling* atau sampel wilayah. Wilayah penelitian ini di Kecamatan Dasuk yang berjumlah 33 orang pelaku bisnis kuliner yang tersebar di beberapa desa yaitu: Desa Beringin, Desa Nyapar, Desa Bates dan Desa Dasuk Laok.

Adapun indikator Strategi Pengembangan Bisnis yaitu : *Price* (Harga, *Product* (Produk *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi). Sedangkan indikator yang digunakan untuk mengukur peningkatan pendapatan masyarakat yaitu sebagaimana pemikiran Rosyidi yang terdiri dari beberapa indikator yaitu: penghasilan yang diterima perbulan, pekerjaan, anggaran biaya sekolah, beban keluarga yang ditanggung.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> Sumadi Suryabrata., *Metodologi Penelitian*. 1998, Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 85

<sup>15</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.15

<sup>16</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research I* (Yogyakarta : Andi, 1989), h. 137

<sup>17</sup> Rosyidi, Suherman. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi. Pendekatan Kepada Teori Mikro dan Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h.100-101

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Profil Responden

Dari hasil Profil responden menunjukkan karakteristik atas demografi dari responden atau sampel penelitian, yang terbagi dalam jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan.

Tabel 1.1  
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	4	3.03 %
Wanita	29	96.96 %
Total	33	100 %

Sumber : Data Diperoleh dari Wawancara

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri atas responden pria sebesar 3.03 % kemudian responden wanita sebanyak 96.96 %. Jumlah persentase responden pria lebih sedikit daripada responden wanita. Hal ini dikarenakan informasi dan inspirasi bisnis kuliner pada jaman sekarang khususnya di Kecamatan Dasuk lebih diminati oleh kaum wanita.

Tabel 1.2  
Data Responden Berdasarkan Jenis Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
16 – 25	5	15.15 %
26 – 35	12	36.36 %
36 – 45	16	48.48 %
Total	33	100 %

Sumber : Data Diperoleh dari Wawancara

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden didominasi oleh kelompok usia 36-45 tahun (48.48%) kemudian diikuti oleh kelompok usia 26-35 tahun (36.36%) sedangkan terakhir kelompok usia 16-25 tahun (15.15%). Hal ini menunjukkan para pelaku usaha kuliner didominasi oleh kelompok usia 36-45.

Tabel 1.3  
*Data Responden Berdasarkan Karakteristik Pendidikan Terakhir*

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD / Sederajat	5	15.15 %
SMP / Sederajat	18	54.54 %
SLTA / Sederajat	8	24.24 %
Sarjana (D3 / S1)	2	6.06 %
Total	33	100 %

Sumber : Data Diperoleh dari Wawancara

## 2) Tabulasi Data

Tabel 1.4  
*Tabulasi Data Kuesioner Strategi Pengembangan Bisnis*

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Price (Harga)				
	Warung Anda menawarkan harga dengan kualitas sesuai dengan syariat islam	15	16	2	0
	Warung Anda menawarkan harga yang terjangkau bagi tiap kalangan	13	14	4	2
	Harga Warung Anda dapat bersaing dengan pesaing lain dengan konsep kejujuran	17	12	4	0
2	Product (Produk) :				
	produk yang ditawarkan memiliki gizi yang tinggi	10	14	4	5
	produk yang ditawarkan diproses dengan baik (suci dan bersih)	15	15	3	0
	produk yang ditawarkan sudah menjunjung tinggi nilai-nilai Islami	8	15	6	4
3	Place (Tempat)				
	Warung Anda memiliki tempat yang nyaman dan fasilitas ibadah yang baik	6	9	10	8
	Warung Anda memiliki tempat yang bersih	3	8	16	6
	pemilihan Lokasi Warung sesuai dengan kebutuhan konsumen	0	9	7	17

	Warung Anda memiliki tempat yang mudah diakses	4	12	6	11
4	Promotion (Promosi)				
	Warung Anda menawarkan promosi hadiah untuk pembelian paket yang disediakan	2	9	12	10
	Warung Anda menampilkan iklan setiap saat	2	0	17	14
	Promosi yang dilakukan oleh Warung Anda sesuai dengan konsep kejujuran dan kekhlasan	9	12	10	2

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Tabel 1.5  
Tabulasi Data Kuesioner Pendapatan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Pendapatan dari warung Anda yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari	2	20	8	3
2	Pendapatan yang saya peroleh sesuai dengan harapan	3	17	10	3
3	Pendapatan yang saya peroleh dapat digunakan untuk menabung atau investasi	4	11	10	8
4	Pendapatan yang saya peroleh setiap tahunnya meningkat	6	9	14	4
5	Pendapatan hanya bersumber dari hasil warung	3	2	17	11
6	Tingginya pendapatan berpengaruh terhadap berkembangnya warung	15	12	4	2
7	saya bisa mencukupi segala kebutuhan sekolah anak dari hasil pendapatan warung	4	10	11	8
8	Harga produk di warung saya sangat murah, walaupun pendapatan yang saya peroleh sedikit	12	13	7	1
9	Apabila produksi saya gagal atau rusak, maka dapat mempengaruhi pendapatan	16	16	1	0
10	semakin luas lahan warung maka semakin besar pendapatan	3	21	7	2
11	saya selalu melakukan promosi	0	9	14	10



\_\_\_\_\_ untuk meningkatkan pendapatan \_\_\_\_\_  
 Sumber : Data diolah oleh peneliti

### 3) Hasil Uji Hipotesis

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan hasil yang sudah direduksi menjadi angka, maka dilakukan uji hipotesisnya sebagai berikut:

#### a. Hasil Uji Validitas

Tabel 1.6  
 Data Hasil Uji Validitas  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	492,50	85261,667	0,857	0,935
X2	494,50	87995,000	0,875	0,935
X3	492,50	87365,667	0,720	0,938
X4	496,75	89902,250	0,930	0,935
X5	492,75	86012,917	0,847	0,936
X6	497,25	90116,917	0,978	0,935
X7	500,75	96383,583	0,962	0,939
X8	502,00	98840,667	0,334	0,942
X9	506,00	101005,333	0,043	0,944
X10	501,75	95516,250	0,800	0,939
X11	503,25	99012,917	0,384	0,942
X12	506,50	106940,333	-0,602	0,951
Y1	497,00	91671,333	0,969	0,936
Y2	498,75	89822,250	0,700	0,938
Y3	499,00	91438,667	0,758	0,937
Y4	501,25	95978,250	0,827	0,939
Y5	499,75	96002,917	0,758	0,939
Y6	504,75	104320,917	-0,378	0,948

Y7	494,00	88547,333	0,763	0,937
Y8	501,50	96775,000	0,790	0,939
Y9	495,00	89164,000	0,908	0,935
Y10	492,00	84788,667	0,826	0,936
Y11	497,75	88365,583	0,758	0,937
Y12	504,25	100298,917	0,110	0,944

Sumber : Data Olahan SPSS

R tabel yang diperoleh adalah jumlah variabel independent (X) dikurangi 2 atau  $df = (N-2)$  yaitu  $df = 33-2 = 31$  , r-tabel 31 = 0,3338 dengan signifikan 0.1. dikatakan valid jika r-hitung > r tabel. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r-tabel. Maka data dikatakan valid.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 1.7  
 Data Hasil Uji Reabilitas  
*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.732	.729	4

Sumber : Data Olahan SPSS

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* menunjukkan hasil sebesar 0.732 lebih besar dari 0.60 sehingga menunjukkan bahwa responden konsisten dalam merespon semua item *kuesioner*. Jadi kesimpulannya ialah dari hasil analisis tersebut menunjukkan reliabel.

### c. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.8  
 Data Hasil Analisis Statistic Deskriptif  
*Summary Item Statistics*

	<i>Mean</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Range</i>	<i>Maximum / Minimum</i>	<i>Variance</i>
<i>Item Means</i>	8.402	6.394	9.758	3.364	1.526	2.088

Sumber : Data Olahan SPSS

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa *mean* sebesar 8.402, *minimum* sebesar 6.394, *maksimum* sebesar 9.758, *range* 3.364, dan *varian* 2.088. jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban secara positif dan merata terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan.

### d. Hasil Uji Normalitas dan multikolonieritas

Tabel 1.8  
 Data Hasil Uji Normalitas  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Normal Test Summary*

<i>Total N</i>		33
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.139
	<i>Positive</i>	.093
	<i>Negative</i>	-.139
<i>Test Statistic</i>		.139
<i>Asymptotic Sig.(2-sided test)</i>		.109 <sup>a</sup>

Sumber : Data Olahan SPSS

Pada tabel di atas menunjukkan hasil dari uji normalitas ialah sebesar 0.109, apabila *asympt* sebesar 0.109 lebih besar dari 0.05 maka H<sub>1</sub> diterima. Kesimpulannya ialah penyebaran data pada responden berdistribusi normal.

Tabel 1.9  
 Data Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients<sup>a</sup>

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>		
	HARGA	.719	1.391
	PRODUK	.712	1.404

	TEMPAT	.777	1.287
	PROMOSI	.820	1.219

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa hasil uji multikolinearitas memperoleh VIF angka sebesar 1.391, produk sebesar 1.404, tempat sebesar 1.287, dan promosi sebesar 1.219. Maka diperoleh semua VIF menunjukkan di bawah 10.00. sedangkan hasil analisis toleransi memperoleh harga sebesar 0.719, produk sebesar 0.712, tempat sebesar 0.777, dan promosi sebesar 0.820. Maka diperoleh dari hasil analisis semua toleransi lebih dari 0.100. oleh karena itu, semua hasil analisis VIF dan toleransi menunjukkan tidak adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas.

**e. Hasil Uji Regresi linier Berganda**

Tabel 1.10  
 Data Hasil Uji Regresi Linier Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
1 (Constant)		3.707	.001
HARGA	.590	3.507	.002
PRODUK	.242	1.433	.163
TEMPAT	-.307	-1.897	.068
PROMOSI	.059	.372	.713

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Sumber : Data Olahan SPSS

Setelah hasil uji regresi dilakukan pada tabel di atas menunjukkan bahwa harga menghasilkan t sama dengan 3.507 dan sig. sebesar 0.002, produk menghasilkan t sama dengan 1.433 dan sig. sebesar 0.163, tempat menghasilkan t sama dengan -1.897 dan sig. sebesar 0.068, serta promosi menghasilkan t sama dengan 0.372 dan sig. sebesar 0.713.

Kesimpulannya dari hasil analisis regresi menunjukkan hanya item harga yang menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha dengan menghasilkan  $t$ -hitung sebesar 3.507 lebih besar dari  $t$ -tabel sebesar 1.69 dan sig. 0.002 lebih kecil dari 0.05. Adapun pada item produk, tempat, dan promosi tidak ditemukan adanya pengaruh terhadap pendapatan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep.

Ditemukan pula bahwa pada item promosi paling rendah tingkah pengaruhnya, artinya ditemukan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk cenderung tidak melakukan promosi dalam kegiatan usaha mereka.

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan bahwa strategi pengembangan bisnis islami terhadap pendapatan pelaku kuliner di kecamatan Dasuk telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah dianjurkan oleh agama Islam. Dimana dalam mengembangkan usahanya para Pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk memproduksi bahan-bahan yang tidak mengandung zat yang haram, mengutamakan kebersihan lingkungan usaha, dan tidak melakukan hal-hal yang di larang di dalam Islam seperti riba, maysir, gharar dan tadbis dalam mengembangkan usahanya.

### **Strategi Pengembangan Bisnis Islami Secara Simultan Berpengaruh Positif Terhadap Pendapatan Masyarakat**

Pengaruh variabel independen (Strategi pengembangan bisnis islami) secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan masyarakat Dasuk dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1.11  
Data Hasil Uji Pengujian Koefensi Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 <sup>a</sup>	.430	.348	2.98524

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, TEMPAT,  
PRODUK

Sumber : Data Olahan SPSS

Menurut Chin (1998), nilai *R-Square* dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33. Maka pada tabel di atas menunjukkan bahwa *R Square* diperoleh sebesar 0.43 artinya moderat. Kesimpulannya semua variable independent/bebas secara simultan memiliki pengaruh yaitu sebesar 43 % terhadap Pendapatan Masyarakat (variable dependen/terikat). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 57% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

Sedangkan Adjusted R Square diperoleh sebesar 0.348 (35 %) Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 34,8%, sedangkan sisanya sebesar 65.2 % (1 – 0,348) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

Tabel 1.12  
Data Hasil Uji Pengujian Hipotesis Dengan Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

	Model	F	Sig.
1	Regression	5.277	.003
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, TEMPAT,  
PRODUK

Sumber : Data Olahan SPSS

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu jika sig < 0.1 atau F hitung > F Tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y dan jika Sig > 0.1 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh.

Dari tabel di atas diperoleh f hitung dalam penelitian ini ialah 5.277 lebih besar dari F tabel sebesar 2.00 dan sig diperoleh sebesar 0.003 lebih kecil dari 0.1 artinya dapat penulis simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan variabel Harga (X1),

Produk (X2), Tempat (X3), dan Promosi (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk (Y).

### **Mendeskripsikan Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat.**

Pada bagian ini penulis ingin memaparkan hasil tingkat pengaruh dari masing-masing strategi mulai dari yang paling pengaruh sampai kepada tingkatan terendah pengaruhnya terhadap pendapatan Masyarakat Dasuk. Adapun deskripsinya sebagai berikut :

#### **1. Harga**

Harga merupakan tingkatan paling tinggi yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat Dasuk, dari hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep diperoleh informasi bahwa permainan harga atau penentuan harga yang sering dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan, mengingat bahwa Kecamatan Dasuk merupakan daerah yang cukup jauh dari Perkotaan yang memungkinkan penerapan strategi harga yang paling tepat dilakukan di Kecamatan Dasuk.

Temuan yang penulis peroleh sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdawati (2017) tentang pengaruh strategi penentuan harga terhadap peningkatan volume penjualan, dalam penelitian Firdawati (2017) diterangkan bahwa Hasil yang didapatkan pada penelitian yang telah dilakukan adalah Sesuai dengan hasil analisis dengan menggunakan metode efisiensi harga<sup>18</sup>, maka dapat diketahui prosentase yang diperoleh pada harga pokok penjualan perusahaan yang dapat diketahui sebesar 6,58 %, efisiensi biaya yang tertekan maka kalau diperhatikan biaya-biaya yang dikeluarkan dapat menutupi dari segala pengeluaran.<sup>19</sup>

Dalam ekonomi Islam berlaku jujur tentunya sangat dibutuhkan dalam menetapkan harga jual. Jujur di dalam menghasilkan produk dan jujur dalam menetapkan harga jual berarti mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran dan kemaslahatan umat manusia. Akan tetapi berbisnis untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan kebenaran dan kemaslahatan secara umum akan menjerumuskan diri sendiri ke dalam

<sup>18</sup> Wawancara dengan ibu pengusaha kripik, (Dasuk Sumenep 16, februari 2022)

<sup>19</sup> Firdawati 2017, *Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toyota Yaris Pada PT. hadjikalla Toyota Cabang Alauddin Makassar*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

jurang kehancuran sekarang atau di masa yang akan datang. Intinya islam selalu mengajarkan bahwa keuntungan bisnis yang ingin dicapai seorang pedagang adalah keuntungan dunia akhirat, bukan keuntungan dunia saja.

Dalam melakukan transaksi perdagangan, Allah memerintahkan agar manusia melakukan dengan jujur dan adil. Tata tertib perniagaan ini dijelaskan oleh Allah seperti tercantum dalam QS Al-Syu'ara (26): 181-183

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “181. sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; 182. dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. 183. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”

Dalam kesempatan wawancara penulis menanyakan, apakah harga yang ditetapkan oleh Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk sudah termasuk adil. Konsep harga yang adil telah dikenal pada awal Islam dan awal Literatur Fiqih, jika kita membahas tentang konsep harga yang adil menurut Islam, maka kita tidak terlepas dari bagaimana pemahaman para ulama tentang konsep harga yang pada awal Literatur Fiqih, al-Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan atau kejujuran. Sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga.

Dalam hal ini pemilik rumah makan membebaskan konsumen untuk memilih sendiri makanan yang diinginkan sesuai selera. Pemilik juga membebaskan konsumen untuk makan sepuasnya. Dengan demikian pemilik rumah makan mengutamakan kepuasan konsumen tanpa memubazirkan makanan kalau disajikan. Setelah konsumen selesai makan maka barulah dihitung sesuai apa yang dipilihnya.

Dalam hal ini dapat diketahui bahwasanya penentuan penetapan harga pada Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk tidak mengikuti perubahan harga bahan mentah, Pelaku Kuliner di Kecamatan Dasuk mengedepankan kemaslahatan bersama dalam hal ini sesuai dengan konsep berbasis kejujuran jual beli sesuai pandangan dalam Islam. Karena akad yang di tetapkan oleh pemilik tidak memaksakan kehendak konsumen dan tidak pula menjual makanan yang tak layak dikonsumsi karena menu yang di buat tiap harinya sudah di pastikan akan habis.



## 2. Produk

Strategi produk dalam penelitian ini diperoleh tidak adanya pengaruh terhadap tingkat pendapatan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk, namun bila dilihat dari intensitas pemilihan produk pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk, produk merupakan strategi yang berpengaruh setelah harga.

Kesimpulannya ialah penentuan produk dalam usaha kuliner di Kecamatan Dasuk cukup menjadi pilihan alternatif untuk meningkatkan pendapatan, walaupun hal ini tidak menjadikan pilihan yang dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.

## 3. Promosi

Dari hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini bahwa dilihat dari intensitas penggunaan promosi berada di urutan nomor tiga setelah harga dan produk. Walaupun secara intensitas promosi tidak memberikan sumbangan yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk, namun strategi ini masih ada peluang untuk dijadikan alternatif mengingat masih ada pengaruh walaupun dipandang sangat minim sekali. Dari hasil wawancara kepada pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk bahwa di pedesaan lebih kental informasi promosi itu dari mulut ke mulut melalui persaudaraan dan pertemanan yang menjadikan penjualan meningkat tanpa adanya promosi.

## 4. Tempat

Pemilihan tempat dari hasil uji t diperoleh sangat tidak signifikan terhadap pendapatan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk. Hal ini dari pengamatan dan wawancara yang dilakukan penulis bahwa kecenderungan pelaku kuliner Kecamatan Dasuk memiliki keterbatasan modal dan pembeli rata-rata orang sekitar, sehingga pemilihan tempat dan posisi tempat tidak terlalu menjadi prioritas dalam mengembangkan usaha mereka.

## D. KESIMPULAN

Penerapan Strategi pengembangan bisnis *marketing mix* yang dilakukan oleh Pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep yang paling berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pendapatan ialah strategi harga. Adapun strategi lainnya seperti produk, tempat dan promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor, diantaranya ialah *pertama* keterbatasan ekonomi di

pedesaan yang cenderung memilih produk yang harga murah, sehingga pola yang dilakukan pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk dengan mempertimbangkan harga menjadi salah satu strategi yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan warung mereka. *Kedua* keterbatasan modal pelaku kuliner juga menjadi faktor terhadap pola pengembangan warung mereka, sehingga dalam penerapan strategi produk, tempat, dan promosi tidak menjadi prioritas sebagai salah satu alternatif pengembangan bisnis mereka. Akan tetapi, secara simultan penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh pelaku kuliner di Kecamatan Dasuk bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi. 1996. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Binarupa Aksara
- BN. Marbun. 2003. *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Brian R. Ford, Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt. 2008. *The Ernst & Young Business Plan, penerjemah Irma Andriani*, Jakarta: PT Cahaya Insani Suci
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,).
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumenep 2023.
- Fandi Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II*, Yogyakarta
- Hery dan Widawati Lekok. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Imam Ghazali. 2016. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Indriyo Gitosudaro. 1997. *Manajemen Pemasaran*, , Yogyakarta: BPFE
- Iqbal Fauzi. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyuwangi)*. Skripsi FEBI IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Isty Evrilia Rahayu. 2020. *Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo*, Institute Agama Islam Negeri Ponorogo

- Karina tutoring, *Teknik Pengembangan Usaha*. <http://dokumen.tips/dokuments/teknik-pengembangan-usaha.html>, diakses pada 29/07/2022 pukul 09.23
- Kasmir. 2012. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kustoro Budiarta. 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lihat Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- M. Fuad, dkk. 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- M. Iqbal Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Ma'ruf Abdullah. 2014. *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Aswaja Pressindo. Yogyakarta
- Mahyu Danil. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.
- Megi Saputra, *makanan islami adalah yang halal dan tayib/* <https://ibtimes.id/makanan-islami-adalah-yang-halal-dan-tayib/> diakses tanggal 01 Agustus 2022
- Muh Fachry Ambia, 2016. *Pengaruh pengembangan produk dan promosi terhadap Volume penjualan produk garam refina (studi kasus pada PT Unichem Candi Indonesia)*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang
- Muhammad Husni Mubarak. 2010. *Pengantar Bisnis, Nora Media Enterprise*. Kudus
- Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat
- Musfiq, Moh Arifqi dan Dedi Junaidi, Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume 3 No 2 (2021) 195-205 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351 DOI: 10.47467
- Nana Herdiana Abdurrahman. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka: Setia, Bandung
- Noeng Muhadjir. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rakesarasin.
- Pandji Anoraga. 2011. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka Cipta.

- Pandji Anoraga. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Philip Kotler. 1997. *Marketing Management*. Jakarta: Pren Hallindo
- Riyanthi Idayua, Mohamad Husnib, Suhandic. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol 7 No 1 Juni 2021 E-ISSN: 2684-7841 | P-ISSN: 2339-1510
- Rosy Pradipta Angga Purnama. 2014. *Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar*, Malang: Universitas Brawijaya.
- Rosyidi, Suherman. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi. Pendekatan Kepada Teori Mikro dan Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sadono Sukirno. 2006. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, , hal. 47
- Sahidayani. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi pada Penjual Makanan dan Minuman di Lapangan Pancasila Palopo)*, Palopo: Institut Agama Islam
- Saifuddin Azwar. 1998. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sayyid Sabiq. 2010. *Fikih Sunnah*, Beirut: Dar Fath Lili'lami Al- Arabiy, Jilid.
- Setyo Soedrajat. 1994. *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, Jakarta: Ikral Mandiri Abadi.
- Soekartawi. 2012. *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sofjan Assauri. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Stice, Earl K. Skousen, K Fred. 2009. *Intermediate Accounting*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukiman. 2012. *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: Pedagogia.
- Sumadi Suryabrata. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno Hadi. 1989. *Metode Research*. Yogyakarta: Andi.

- Suyadi Prawirosentono. 2007. *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia Dan Analisis Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara,.
- Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1*. Jakarta: GemaInsani.
- Syahrina Nafii. 2018. *Pengaruh Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Suraco Jaya Abadi Cabang Pallangga*. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Taufiqur Rachman. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha untuk Meningkatkan Pendapatan*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 2.
- Teece, D, J. 2010. "Business Model, Business Strategy and Innovation". Long Range Planning.
- Teuku Edyansyah. 2017. *Pengaruh Strategi Promosi Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan pada Swalayan Rayon Baru di Panton Labu Kabupaten Aceh Utara*, Universitas Malikussaleh
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibawa. 2013. *Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Analisis SWOT*. Yogyakarta: Universitas Negeri.