

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLAHAN SALAK DI DESA PARSALAKAN KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Nurajana Ritonga¹, Nomi Noviani², Farida Yani³

Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah¹⁾
Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah²⁾
Fakultas Pertanian, Agribisnis Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah³⁾
nurajanaritonga@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Strategi pengembangan usaha olahan salak merupakan kegiatan dalam bidang pengembangan mulai dari proses perencanaan produk yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepannya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan efisien. Matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,09. Hal ini mengidentifikasi bahwa Usaha Olahan Salak Di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan berada pada posisi internal yang begitu kuat. Matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,2. Hal ini mengidentifikasi bahwa respon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya, Usaha Olahan Salak Di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan telah terbukti bisa berkembang dengan penelaahan menggunakan analisis SWOT, Nilai Tambah dalam usaha pengolahan salak menjadi dodol salak menggunakan bahan baku sebanyak 75 Kg dapat menghasilkan output sebanyak 25 Kg. Adapun harga rata-rata bahan baku usaha pengolahan dodol salak di daerah penelitian adalah Rp.3.000/Kg. sedangkan sumbangan input lain adalah Rp.5.000/Kg bahan baku. Nilai Tambah dalam usaha pengolahan salak rumahan menjadi Keripik salak menggunakan bahan baku sebanyak 35 kg dapat menghasilkan output sebanyak 13 kg, Adapun harga rata-rata bahan baku usaha pengolahan keripik salak di daerah penelitian adalah Rp.3.000/kg, sedangkan sumbangan input lain adalah Rp.3.000/kg bahan baku.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Nilai Tambah

ABSTRACT

The strategy of developing salak processed business is an activity in the field of development starting from the product planning process that can have an impact on the future condition of the business organization and also to achieve the company's goals effectively and efficiently. The IFAS matrix shows that the strength and weakness factors have a total score of 3.09. This identifies that the Salak Processed Business in Parsalakan Village, West Angkola District, South Tapanuli Regency is in a very strong internal position. The EFAS matrix shows that the opportunity and threat factors have a total score of 3.2. This identifies that the response to existing opportunities in an extraordinary way and avoids threats in the industrial market, Salak Processed Business in Parsalakan Village, West Angkola District, South Tapanuli Regency has been proven to be able to develop with a study using SWOT analysis, Added Value in the salak processing business to become dodol salak using as much as 75 kg of raw materials can produce an output of 25 kg. The average price of raw materials for the salak dodol processing business in the research area is Rp. 3,000/Kg. while the contribution of other inputs is Rp. 5,000/Kg of raw materials. Added value in the business of processing salak at home into salak chips using 35 kg of raw materials can produce an output of 13 kg. The average price of raw materials for salak chips processing business in the research area is Rp. 3,000/kg, while the contribution of other inputs is Rp. 3,000/kg of raw materials.

Keywords: Strategy, Development, Added Value

PENDAHULUAN

Indonesia juga merupakan salah satu negara yang mempunyai perkebunan salak yang cukup luas. Dengan demikian Indonesia memiliki peluang sebagai negara produsen salak yang mumpuni dengan baik. Sebagai negara agraris, Indonesia kaya akan ragam jenis buah. Keanekaragaman jenis ini tampak dari rasanya yang manis, asam, sepat, maupun pahit, dari bentuknya yang bulat maupun lonjong, dari yang ukurannya yang kecil maupun besar, dari tekstur kulit luarnya yang mulus, berlekuk, maupun berduri, bahkan dari warnanya yang hijau, kuning, jingga, maupun merah. Walaupun Indonesia kaya akan jenis buah, namun banyak penduduknya yang tidak peduli akan kekayaan itu (Nazaruddin, dan Muchlisa, F, 2001).

Kabupaten Tapanuli Selatan sudah lama dikenal sebagai penghasil asli buah salak di Sumatera Utara dengan tingkat produksi 426.758 ton/tahun. Sejak tahun 1999 Menteri Pertanian RI telah menetapkan varietas lokal salak Kabupaten Tapanuli Selatan menjadi salak merah dan salak putih sebagai dua varietas salak nasional. Ditinjau dari produktivitasnya, daerah penghasil buah salak terdapat di beberapa kecamatan yaitu Angkola Barat, Angkola Selatan, Angkola Timur dan Marancar dan Sayur Matinggi. Kecamatan Angkola Barat merupakan daerah yang memiliki luas area tanaman salak terbesar dan jumlah produksi salak terbanyak dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Tapanuli Selatan. (Badan Pusat Statistik Tapanuli Selatan, 2012)

Buah salak akan tersedia sepanjang tahun dalam jumlah maupun mutu yang sesuai dengan permintaan konsumen. Ini berarti pula suatu usaha agar tidak terjadi panen buah salak secara serempak yang mengakibatkan harga buah salak menjadi rendah (Soetomo, 2001).

Karena harga buah salak tidak pernah stabil atau menjadi rendah di pasaran hingga sering membuat para

petani menjadi bingung dan bahkan buah salak kebanggaan Kota Padang sidempuan ini tidak laku dijual. Bahkan, sering buah salak tidak jadi dipanen si pemiliknya karena tingginya biaya operasional dan distribusi dari lahan perkebunan hingga di pasar dan tidak sebanding dengan nilai jualnya yang sangat rendah. (Naibaho 2009).

Keadaan ini semakin membebani para petani salak yang umumnya masih tergolong kelas menengah ke bawah. Untuk menghadapi masalah tersebut masa simpan buah harus diperpanjang sehingga memiliki nilai tambah dan sekaligus meningkatkan nilai ekonomisnya. Salah satu upaya adalah dengan proses pengolahan dan pengawetan salak segar menjadi produk olahan seperti dodol, dan kripik salak. Pengolahan salak dalam bentuk produk makanan ini dilakukan untuk mencegah pembusukan pada persediaan salak yang banyak yang belum terjual dan dapat menarik konsumen yang tidak menyukai salak dalam bentuk buah (Nurjuwita, 2012).

Hasil pengolahan salak tersebut dapat memiliki nilai tambah yaitu memperpanjang waktu simpan buah salak. Selama ini buah salak segar hanya bisa bertahan dan dapat disimpan selama kira-kira 1 minggu. Tetapi dengan pengolahan salak olahannya dapat bertahan selama 8 bulan bahkan lebih dan meningkatkan nilai jualnya (Anarsis, 2003). Maka muncul strategi dari para kelompok tani untuk mengolah buah salak menjadi bahan produksi yang dapat dijual dengan sistem kemasan sehingga jangkauan pemasarannya bisa lebih luas, tidak hanya di Tapanuli Selatan akan tetapi juga bisa diekspor ke luar negeri.

Tetapi untuk melakukan usaha pengolahan salak tentunya harus mengetahui strategi yang digunakan untuk melakukan pengembangan usaha olahan salak dan setelah dilakukan pengolahan tentunya diharapkan akan memperoleh nilai tambah dari usaha olahan tersebut.

Namun belum diketahui secara pasti berapa besar faktor-faktor kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bagi usaha pengolahan salak, serta strategi pengembangannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mengembangkan usaha pengolahan salak, mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha, serta menentukan strategi pengembangan usaha pengolahan salak tersebut.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, dokumentasi dan survei melalui wawancara kepada responden. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2018:137) sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer yang diambil pada penelitian ini yaitu data kuisioner.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan serta surat-surat yang dibutuhkan pada penelitian ini.

3. Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian dengan adanya analisis maka data menjadi lebih dimengerti agar dapat memecahkan masalah sekaligus dapat mencapai tujuan penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif dan analisis SWOT serta dengan menggunakan analisis nilai tambah dengan menggunakan rumus untuk menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Olahan Salak di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam strategi pengembangan terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni:

1. Bahan baku
2. Proses
3. Pemasaran
4. Harga

Strategi pengembangan ini mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pengembangan usaha olahan salak di desa Parsalakan kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

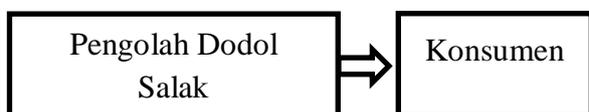
Tabel 4.2 bahan baku dan proses pembuatan dodol salak

No	Bahan baku	Keterangan
1.	Buah salak	Buah salak yang daging buahnya berwarna putih kekuning-kuningan/kemerahan dan dagingnya terasa manis
2.	Tepung ketan	Memeras kelapanya untuk diambil santannya dan mengaduk tepung ketan dengan air agar tidak ada gumpalan-gumpalan tepungnya dan memasukkan gula pasir dan juga vanilla
3.	Kelapa (santan)	
4.	Gula pasir	
5.	Vanilla	

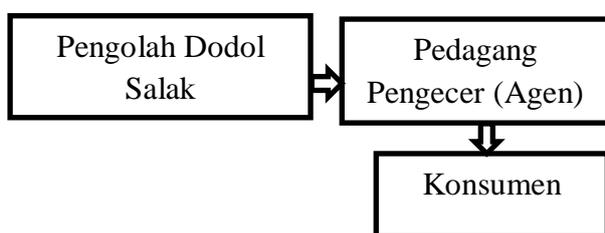
Pemasaran

Terdapat dua saluran pemasaran pada usaha olahan dodol salakdi Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan., yaitu:

1. Rantai Pemasaran I



2. Rantai Pemasaran II



Di Desa Parsalakan merupakan salah satu Kecamatan penghasil salak di Kabupaten Tanapanuli Selatan, secara umum petani di Kecamatan Angkola Barat menjual hasil olahan salak dengan 2 saluran : 1) para pengolah salak menjual hasil olahan kepada konsumen secara langsung dengan keadaan salak sudah diolah terlebih dahulu dengan harga Rp 25.000.000/kg.2) Menjual hasil olahan salak secara langsung kepada pedagang pengecer dengan harga Rp20.000/bungkus setelah di olah menjadi dodol salak kemudian pedagang pengecer langsung menjual kepada konsumen dengan harga Rp 25.000. 000/kg. Dari kedua saluran pemasaran diatas dapat kita bandingkan bahwa semakin pendek saluran pemasaran hasil pertanian maka akan semakin banyak keuntungan yang didapatkan oleh para petani.

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin Pemasaran

Pr : Harga ditingkat pengecer

Pf : Harga ditingkat petani

1. Saluran I

$$MP = Pr - Pf$$

$$MP = 25.000 - 20.000$$

$$MP = 5.000$$

Tabel 4.2.1 rantai pemasaran I

No .	Uraian	Pengolah dodol salak	Konsumen
1.	Harga beli (Rp / Kg)		25.000
2.	Harga jual (Rp / Kg)	20.000	
3.	Keuntungan (Rp / Kg)	5.000	

Tabel 4.2.1 rantai pemasaran II

No.	Uraian	Pengolah dodol salak	Pedagang Pengecer (Agen)	Konsumen
1.	Harga Beli (Rp/Kg)		20.000	25.000
2.	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		1.500	
3.	Harga jual (Rp/Kg)	20.000	25.000	
4.	Keuntungan (Rp/Kg)		3.500	

Tabel 4.2.2.bahan baku dan proses pembuatan keripik salak

No	Bahan baku	Keterangan
1.	Buah salak	Buah salak yang daging buahnya segar dan buah salak yang masih baik dan tidak busuk.
2.	Air kapur sirih	Proses merendam buah salak yang sudah diiris-iris dengan air kapur
3.	Garam	
4.	Gula pasir	

		sirih, garam dan gula secukupnya untuk menambah kelezatan rasa
5.	Minyak goreng	Terlebih dahulu memanaskan minyak dan melakukan penggorengan.

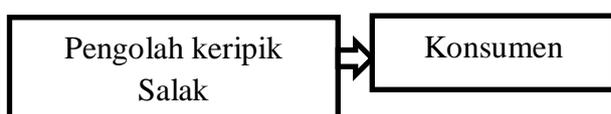
a. Proses

Menurut NR Penghilangan bagian yang tidak dapat dimakan, tahap ini terdiri dari pengupasan kulit menggunakan pisau anti karat yang tajam atau dikupas seperti biasa dengan tangan. Selanjutnya Pengirisan dengan pisau dapur anti karat di atas alas (telenan kayu). Bentuk irisan sesuai dengan keinginan tetapi harus diusahakan menjadi bentuk menarik. kemudian dicuci, ditiriskan dan terakhir di goreng.

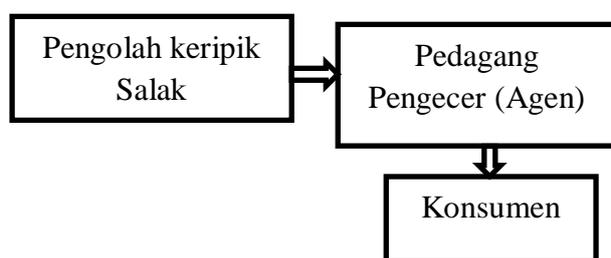
b. Pemasaran

Terdapat dua saluran pemasaran pada usaha olahan kripik salak di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan., yaitu:

1. Rantai Pemasaran I



2. Rantai Pemasaran II



Tabel 4.2.1 rantai pemasaran II

N o.	Uraian	Pengo lah kripik salak	Pedag ang Penge cer (Agen)	Konsu men

1.	Harga Beli (Rp/Kg)		30.000	35.000
2.	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		1.500	
3.	Harga jual (Rp/Kg)	30.000	35.000	
4.	Keuntungan (Rp/Kg)		3.500	

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) pada Usaha Olahan Salak

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. "SWOT" merupakan akronim dari kata-kata Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang) dan Threat (Ancaman). Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan yang terjadi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

a. Analisis lingkungan internal

1. Kekuatan (Strength)

- Kualitas produk yang baik demi pencapaian loyalitas konsumen
- Rasa dodol salak yang enak, tidak mudah basi
- Lokasi yang strategis dekat dengan jalan lintas
- Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen yang melintas
- Bahan baku di datangkan setiap musim
- Pelayanan yang baik.

2. Kelemahan

- Ketergantungan bahan baku buah salak
- Proses produksi kurang efektif karena mempunyai peralatan yang memadai

- c) Pembuatan dodol salak yang memakan waktu
- d) Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini para usaha pengolah dodol salak tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya
- e) Lokasi untuk memproduksi jauh dengan pusat pasar.

b. Analisis lingkungan eksternal

1. Peluang (Opportunity)

- a) Menjadi pilihan utama penyuka makanan olahan dodol salak
- b) salak didapatkan langsung di Desa Parsalakan
- c) Bisa memperluas usaha dengan membuka cabang
- d) Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran
- e) Memiliki pelanggan- pelanggan tetap karena produk berkualitas dengan kandungan salak yang terdapat dalam dodol salak.

2	Rasa dodol salak yang enak, tidak mudah basi	0,04	3	0,12
3	Lokasi yang strategis dekat dengan jalan lintas	0,12	4	0,48
4	Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen yang melintas	0,04	4	0,16
5	Bahan baku tersedia dengan baik	0,08	4	0,32
6	Pelayanan pemasaran yang baik.	0,06	4	0,24
Sub Total		0,64		2,52
kelemahan (weakness)				
7	Ketergantungan bahan baku buah salak	0,15	2	0,3
8	Proses	0,04	2	0,08

2. Ancaman (Threat)

- a) Semakin banyaknya pesaing usaha atau bisnis
- b) Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi
- c) Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah
- d) Tidak ada bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku salak.

Tabel 4.3 Matriks IFAS (Internal Analysis Summary)

No	Internal Faktor	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan (Strenght)				
1	Kualitas produk yang baik demi pencapaian loyalitas konsumen	0,30	4	1,2
	produksi kurang efektif karena belum mempunyai peralatan yang memadai			
9	Pembuatan dodol salak yang memakan waktu	0,02	2	0,04
10	Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini para usaha pengolah dodol salak tidak memiliki website untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya	0,12	1	0,12
11	Lokasi untuk	0,03	1	0,3

	memproduksi jauh dengan pusat pasar.			
Sub Total		0,36		0,57
Total		1		3,09

1	Menjadi pilihan utama penyuka makanan olahan dodol salak	0,20	4	0,8
2	Salak didapatkan langsung di Desa Parsalakan	0,10	3	0,3
3	Bisa memperluas usaha dengan	0,15	4	0,6
5	Memiliki pelanggan-pelanggan tetap karena produk berkualitas dengan kandungan salak yang terdapat dalam dodol salak.	0,02	3	0,06
Sub Total		0,49		1,84
Ancaman (Threat)				
6	Semakin banyaknya pesaing usaha atau bisnis	0,20	4	0,8
7	Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi	0,15	1	0,15
8	Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah	0,03	3	0,09
9	Tidak ada	0,10	2	0,2

Tabel 4.4 Matriks IFAS (Internal Analysis Summary)

No	Internal Faktor	Bobot	Ranting	Skor
Peluang (Opportunity)				
	membuka cabang			
4	Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	0,02	4	0,08

	bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku salak.			
10	Memiliki tingkat ketahanan (kadaluarsa) yang tidak lama	0,03	4	0,12
Sub Total		0,51		1,36
Total		1		3,2

Nilai tambah usaha olahan salak yang dilakukandi Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

Tabel 4.5 Nilai Tambah Produksi Dodol Salak

No	Output, input dan harga	Nilai
1	Output (pack/minggu/hari)	25
2	Input bahan baku (kg/minggu/hari)	75
3	Input tenaga kerja (jam/minggu/hari)	2
4	Faktor konversi	0,33
5	Koefisien tenaga kerja	0,02
6	Harga produk (Rp/kg)	15.000
7	Upah tenaga kerja (Rp/jam)	20.000
Penerimaan dan keuntungan (Rp/kg)		
8	Input bahan baku	3.000
9	Input lainnya	5.000
10	Produksi	4.950
11	a. Nilai tambah	5.000
	b. Rasio nilai tambah (%)	1

Sumber data primer, diolah tahun 2021

Tabel 4.6 Nilai Tambah Produksi Kripik Salak

No	Output, input dan harga	Nilai
1	Output (pack/minggu/hari)	13
2	Input bahan baku (kg/minggu/hari)	35
3	Input tenaga kerja (minggu/harian)	1
4	Faktor konversi	0,4
5	Koefisien tenaga kerja	0,02
6	Harga produk (Rp/kg)	20.000

7	Upah tenaga kerja (Rp/jam)	15.000
Penerimaan dan keuntungan (Rp/kg)		
8	Input bahan baku	3.000
9	Input lainnya	3.000
10	Produksi	8.000
11	a. Nilai tambah	2.000
	b. Rasio nilai tambah (%)	4

Sumber data primer, diolah tahun 2021

1.1 Kesimpulan

1. Strategi pengembangan usaha olahan salak yaitu merupakan kegiatan dalam bidang pengembangan mulai dari proses perencanaan produk yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepannya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan efisien.
2. Analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa didalam matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,09. Matriks EFAS

menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,2. Diketahui setelah menggandengkan kekuatan dengan peluang dan strategi SO (Strenght-Opportunity), maka diperoleh faktor yang harus dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada, yaitu mempertahankan kualitas produk serta meningkatkan produksi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Begitu juga dengan penggandengan kelemahan dan peluang atau strategi WO (Weakness-Opportunity) diketahui meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan kecanggihan sosial media dengan teknologi dan menambah mitra kerja baru dan terakhir yaitu penggandengan antara kelemahan dan ancaman atau strategi WT (Weakness-Threat) memberikan bahan- bahan baku yang benar- benar aman dikonsumsi dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen.

3. Nilai Tambah dalam usaha pengolahan salak adalah sebagai berikut:

➤ Menjadi dodol salak menggunakan bahan baku sebanyak 75 Kg dapat menghasilkan output sebanyak 25 Kg. sehingga menghasilkan faktor konversi sebesar 0,33. Nilai konversi ini menunjukkan bahwa 1 kg salak dapat menghasilkan 0,33 kg dodol salak. Adapun harga rata-rata

Arthur A. Thomson, *Strategy*, (New York: Irwin, 2004).

Astuti, Rahazu Puji. 2020. *Analisis Komparasi Pendapatan Usahatani Salak Pondoh Pada Lahan Milik Petani Dengan Lahan Milik Perhutani Di Desa Kajeksan Kecamatan Sukoharjo*

bahan baku usaha pengolahan dodol salak di daerah penelitian adalah Rp.3.000/Kg. sedangkan sumbangan input lain adalah Rp.5.000/Kg bahan baku.

➤ Nilai Tambah dalam usaha pengolahan salak rumahan menjadi Keripik salak menggunakan bahan baku sebanyak 35 kg dapat menghasilkan output sebanyak 13 kg, sehingga menghasilkan faktor konversi sebesar 0,4 ini menunjukkan bahwa 1 kg salak dapat menghasilkan 0,4 kg Keripik Salak. Adapun harga rata-rata bahan baku usaha pengolahan keripik salak di daerah penelitian adalah Rp.3.000/kg, sedangkan sumbangan input lain adalah Rp.3.000/kg bahan baku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing Ibu Nomi Noviani,SP, MPS,Penguji I Ibu Farida Yani, SP,MP, Penguji II Bapak M.Ilham Riyadh, SP,MSI, Bapak Kepala Desa Parsalakan,dan pihak-pihak lain yang telah membantu dalam masa terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anarsis,Widji, *Agribisnis Komoditas Salak*, (Jakarta:Bumi Aksara,2000).

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kabupaten Wonosobo. Universitas Diponegoro.

Didin Hafidudin dan Henri Tanjung,*Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2012).

Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009).

Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).

Hendro, *Dasar Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011).

Jasman Saripuddin, *Pengantar Bisnis Edisi Revisi*, (Medan: CV. Symphony Baru, 2016).

Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011).