

**Faktor Pendukung Perkembangan Usaha Konveksi
(Studi pada Abu Bakar Konveksi Metro)****Siti Nurpuji Rahayu^{1*}, Sainul², Selvia Nuriasari³, Okta Adioni Tinokae Rahma Suci⁴**^{1, 2, 3, 4}*Institut Agama Islam Negeri Metro, Indonesia*

rahayunur54@gmail.com*

Abstract

The clothing industry is very promising and the conditions for profit are in line with the rise of clothing trends or fashions in society. Departing from this, today there are small and medium businesses that produce clothes (convection) causing a great deal of market competition. This has resulted in many convection businesses not being able to develop or even experiencing setbacks. But behind the high market competition, there are still many convection businesses that are still able to maintain their existence or even develop, one of which is the Abu Bakar Convection business. Departing from this, the purpose of conducting this research is to find out the factors that influence the development of the Abu Bakar Convection business. According to Hendro, there are 8 factors that can affect business development, namely opportunity factors, human resources, finance and administration, organization, planning, business management, marketing and sales, and government assistance. This study uses a qualitative descriptive analysis method with data collection techniques through interviews and documentation. Based on the research results, there are 6 factors that influence the development of the Abu Bakar Convection business, namely opportunity factors, human resources, organization, planning, business management, and marketing and sales. The results of this study can be used as a basis for making policies for business owners of Abu Bakar Convection to improve their business development and can also be used as learning for prospective entrepreneurs, especially in the convection sector.

Keywords: Business, Convection, Business Development**ARTICLE INFO***Article history:*

Received

October 01, 2022

Revised

November 11,
2022

Accepted

December 28,
2022Published by
Website

This is an open access article under the CC BY SA license

Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

<http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/tapis/index><https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>**PENDAHULUAN**

Meningkatnya persaingan di antara para pelaku usaha dapat menyebabkan kegagalan dalam menjalankan bisnis. Untuk mengatasi hal tersebut, para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio finansial yang berkembang, (Nurina, 2019).

Salah satu entrepreneur muda yang sukses dalam mengembangkan usaha atau bisnis yang digelutinya adalah usaha Abu Bakar Konveksi. Usaha konveksi merupakan usaha yang memproduksi kain (barang setengah jadi) menjadi barang siap pakai seperti jilbab, pakaian gamis, seragam sekolah, dan sebagainya yang dipesan berdasarkan ukuran standar yang telah ditentukan.

Abu Bakar Konveksi adalah salah satu unit usaha yang tengah berkembang saat ini ditengah maraknya bisnis konveksi masyarakat. Usaha ini berdiri sejak tahun 2012 dengan fokus usaha pembuatan jilbab dengan pendapatan awal 5-6 juta atau sekitar 40-50 juta pertahun, dan hanya 2 karyawan yang membantu. Namun pada awal tahun pendirian tersebut, Abu Bakar Konveksi hanya memproduksi jilbab setiap mendapatkan pesanan dari konsumen. Hingga saat ini di tahun 2018, Abu Bakar Konveksi memiliki omset 200 juta per tahun atau sekitar 16 juta per bulan, mempunyai 15 karyawan dan tidak hanya memproduksi jilbab, tetapi juga memproduksi gamis, seragam sekolah, almamater, dan sebagainya berdasarkan pesanan dari konsumen. Pertanyaannya adalah bagaimana Abu Bakar Konveksi mengembangkan usahanya?

Menurut David H. Bang yang dikutip oleh Hendro (2011), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha, yaitu : 1) faktor peluang; 2) faktor SDM; 3) faktor laporan keuangan dan administrasi; 4) faktor organisasi; 5) faktor perencanaan; 6) faktor pengelolaan usaha; 7) faktor pemasaran dan penjualan; dan 8) faktor peran pemerintah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, sehingga dapat memberikan manfaat kepada para entrepreneurs muda yang akan atau sedang mengembangkan usaha yang digelutinya secara umum, dan secara khusus dalam bidang konveksi.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan tujuan mempelajari suatu keadaan ataupun interaksi yang terjadi pada lingkungan sosial secara intensif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan manusia secara individual maupun kelompok, (Mulyana, 2010). Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara kepada pemilik usaha dan karyawan. Dokumentasi digunakan dalam bentuk laporan keuangan, gambar dan dokumen lainnya yang dapat mendukung dan mengkonfirmasi hasil wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode induktif yaitu metode penyajian data yang berangkat dari fakta peristiwa untuk diambil kesimpulannya secara umum kemudian disajikan sebagai hasil penelitian, (Moleong, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peluang

Peluang merupakan faktor yang sangat penting sekali dalam mempengaruhi perkembangan usaha. Seorang wirausaha harus mampu membaca peluang usaha dan/atau bahkan menciptakan peluang itu sendiri, (Ariyanto, 2021). Kemunculan dari peluang usaha itu dapat hadir melalui beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Wirausaha sangat dituntut untuk memiliki kemampuan dalam membaca dan menciptakan peluang demi keberlangsungan usahanya.

Pendirian usaha Abu Bakar Konveksi didasarkan pada kemampuan istri bapak Eko Setiawan dalam menjahit. Kemudian selangkah demi selangkah usaha tersebut dikembangkan dari yang awalnya memproduksi jilbab hingga kemudian mengeluarkan *brand Fatkhah Collection Muslim Wear*

Selain bersandar pada kemampuan, pendirian usaha ini juga didasarkan pada sifat riil dan akses usaha. Berdasarkan analisis data yang peneliti dapatkan di lapangan, usaha ini dapat dikatakan sejalan dengan prinsip peluang usaha potensial, yaitu yang berawal dari memproduksi jilbab hingga memproduksi segala jenis pakaian. Keuntungan usaha yang diperoleh kemudian dijadikan modal untuk mengembangkan skala usaha..

Pemilik usaha yaitu Bapak Eko Setiawan dalam usahanya memiliki banyak link atau *networking* yang baik, karena bapak Eko Setiawan dulunya adalah dosen di IAIN Metro dan salah satu pengurus organisasi Muhammadiyah. Hal ini terbukti dari *Memorandum of Understanding (MOU)* yang dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi kepada lembaga pendidikan Muhammadiyah.

Ide pemindahan tempat usaha dari Metro Barat ke Metro Pusat dapat dinilai sebagai keputusan pengambilan peluang yang sangat tepat. Gagasan ini diambil dengan alasan bahwa Metro Pusat dinilai lebih banyak penduduknya dibandingkan Metro Barat, dengan harapan agar semakin banyak masyarakat yang tahu tentang keberadaan Abu Bakar Konveksi. Hal ini selaras dengan prinsip peluang usaha, dimana seorang pengusaha dituntut untuk mampu membaca situasi dan menciptakan peluang penjualan, (Indarto & Santoso, 2020). Dengan memindahkan tempat usaha ke tempat yang lebih padat penduduk dapat dikatakan bahwa pemilik usaha Abu Bakar Konveksi telah mampu membaca peluang pasar.

2. Sumber Daya Manusia

Porsi posisi karyawan yang dibutuhkan, usia, pengalaman dan kualifikasi/keterampilan merupakan faktor sumber daya manusia yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha, (Setiyati & Hikmawati, 2019). Tingginya *knowledge, skill, attitude* dan *behavior* dapat secara signifikan mempengaruhi produktivitas tenaga kerja produksi, (Koesmono, 2001).

Selaras dengan itu, Abu Bakar Konveksi dalam menjalankan usahanya juga tidak lepas dari fokus pemilik usaha terhadap produktivitas sumber daya manusia yang beliau rekrut. Hal ini dibuktikan dari kebijakan yang dilakukan oleh bapak Eko Setiawan dalam memberikan pendampingan dan pelatihan bagi karyawan yang masih belum memiliki pengalaman menjahit. Disamping itu, pemberian gaji yang layak sesuai dengan kesepakatan yang dibayarkan secara harian atau borongan serta pemberian fasilitas pendukung bagi karyawan juga dinilai sebagai suatu kebijakan yang cukup tepat untuk meningkatkan produktivitas karyawannya.

Berdasarkan wawancara penelitian, ketentuan usaha ini dalam merencanakan tenaga kerja yaitu dengan merekrut sejumlah tenaga kerja sebanyak posisi karyawan yang dibutuhkan berdasarkan keahlian, loyalitas dan kepribadian yang dimiliki. Keahlian yang dimaksud yaitu sesuai dengan kualifikasi skill yang dibutuhkan, diantaranya yaitu keterampilan menjahit, mengemas, memasarkan dan sebagainya. Sedangkan loyalitas dan kepribadian yang dimaksud adalah kejujuran, wajib memakai jilbab dan sikap tanggung jawab terhadap penyelesaian tugas yang diberikan.

Sistem penggajian karyawan juga tidak kalah pentingnya menjadi pusat perhatian pemilik usaha. Sistem penggajian ini dibagi kedalam dua cara, yaitu borongan dan bulanan. Pada sistem kerja borongan, maka gaji dibayarkan jika pekerjaan telah selesai.

Pekerjaan borongan ini biasanya dilimpahkan ke konveksi lain atau penjahit rumahan yang menjadi mitra kerja Abu Bakar Konveksi.

3. Laporan Keuangan dan Administrasi

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha adalah laporan keuangan dan administrasi, (Herawati, 2019). Baik dan buruknya pengelolaan keuangan dan administrasi dalam suatu perusahaan dapat dijadikan tolak ukur atau indikator penentu sejauh mana perusahaan itu sudah dan akan berkembang serta *survive* (bertahan), (Setyamurti, 2015). Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa usaha konveksi yang dalam proses operasionalnya masih kurang memperhatikan akuntabilitas laporan keuangannya. Hal ini banyak dilakukan oleh para pengusaha konveksi karena tidak ada waktu, tidak ada tenaga serta merasa bahwa pencatatan tersebut merupakan pekerjaan yang rumit. Disamping itu, hal ini terjadi karena anggapan bahwa penyelesaian kegiatan produksi jauh lebih penting daripada pembukuan.

Laporan keuangan dan administrasi juga merupakan alat utama bagi pemilik usaha untuk menentukan langkah-langkah atau kebijakan-kebijakan strategis demi perkembangan perusahaan. Dengan adanya laporan keuangan dan administrasi yang baik, pemilik usaha akan dengan mudah mengetahui berapa jumlah pelanggan yang belum membayar dan jatuh tempo.

Tidak dilaksanakannya penulisan laporan keuangan dan administrasi justru akan memberikan kerugian kepada para pengusaha konveksi itu sendiri. Salah satu dampak negatif dari tidak dicatatnya laporan keuangan yang akuntabel adalah sulitnya mendapatkan pendanaan dari sumber-sumber dana seperti bank dan sejenisnya. Seperti yang telah diketahui bersama bahwa salah satu prosedur untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan adalah terpenuhinya laporan keuangan berupa aset, utang, piutang, laba perusahaan dan sejenisnya.

Sedangkan Abu Bakar Konveksi belum ada laporan keuangan yang akuntabel. Sejauh ini pelaksanaan pencatatan keuangan dan administrasi masih dilakukan dengan cara yang sangat sederhana yang belum mengikuti sistem standar akuntansi dan kurang rapi, yaitu hanya berupa pencatatan pengeluaran dan pemasukan serta pemesanan dan nota jual beli. Sehingga sering terjadi selip yaitu pemesanan tidak dikerjakan tepat waktu disebabkan lupa karena tidak adanya pencatatan jumlah pemesanan terutama pada produk *Fatkah Collection Muslim Wear*. Catatan laporan keuangan dan administrasi ini terakhir dilakukan pada tahun 2017.

4. Organisasi

Struktur organisasi merupakan salah satu faktor pendukung perkembangan dan keberhasilan usaha, (Ziphora, 2022). Hal itu disebabkan karena dengan adanya struktur organisasi maka akan terbangun jalur komunikasi antara atasan dan karyawan. Melalui komunikasi itulah maka dapat tersampaikan deskripsi pekerjaan bagi masing-masing karyawan, dan terbangun sistem kerja yang baik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kesesuaian penyusunan struktur organisasi memiliki hubungan yang positif dengan kinerja manajerial. Maksud dari kinerja manajerial ini adalah kinerja para individu anggota organisasi dalam kegiatan-kegiatan manajerial antara lain: perencanaan, investigasi (penyelidikan), koordinasi, supervisi (pengawasan), pengaturan staf, negosiasi (perundingan) dan representasi (perwakilan).

Sistem pengorganisasian Abu Bakar Konveksi telah terbangun dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya struktur organisasi dan job description yang jelas bagi masing-masing karyawan sebagaimana tergambar dalam hierarki (susunan).

Wujud pembinaan kerjasama yang dilakukan oleh bapak Eko Setiawan terhadap karyawannya yaitu dengan melakukan pemantauan produksi dan dilakukan pertemuan karyawan (baik karyawan tetap dan mitra kerja) dalam tiga bulan sekali. Dengan dilakukannya pertemuan ini diharapkan dapat mempererat silaturahmi, khususnya antara karyawan tetap dengan mitra kerja.

5. Perencanaan

Perencanaan usaha merupakan gambaran pencapaian-pencapaian yang ingin diraih oleh pengusaha. Usaha yang baik harus memiliki perencanaan yang matang. (Supriyanto, 2009; Munawaroh dkk, 2016; Nasfi dkk, 2022). Perencanaan ini meliputi hal-hal krusial (menentukan), diantaranya perencanaan pada aspek lokasi, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, keuangan, sumber daya manusia, sosial dan ekonomi, serta legalitas.

Dalam memilih lokasi usaha, Abu Bakar Konveksi fokus kepada kenyamanan dan luas tempat produksi, serta status kepemilikan yang dimiliki secara pribadi. Hal ini dimaksudkan agar proses usaha dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan, baik hambatan dalam hal lingkungan ataupun sewa/kontrak tempat usaha. Meskipun lokasi usaha ini tergolong kurang strategis secara lokasi, namun masih dapat dikatakan strategis secara wilayah. Sehingga para konsumen dengan mudah dapat menemukan lokasi usaha. Disamping itu juga pemilik usaha tidak perlu memikirkan biaya sewa tempat karena status kepemilikannya adalah milik pribadi.

Usaha ini didirikan di areal yang secara penuh hak atas kepemilikannya dimiliki oleh bapak Eko Setiawan selaku pemilik usaha. Alamat Abu Bakar Konveksi adalah di Jl. Murai Hadimulyo 22 Metro Pusat. Demi menuju lokasi usaha, maka konsumen harus melewati jalan yang meskipun tidak terlalu lebar namun cukup mudah untuk dilewati kendaraan roda empat.

Rencana jangka menengah pada perusahaan Abu Bakar Konveksi adalah perusahaan harus mampu mengcover permintaan dari beberapa daerah luar Lampung. Sedangkan untuk rencana jangka panjang Abu Bakar Konveksi adalah perusahaan mengeluarkan *Brand Fatkhah Collection* hingga keluar Negeri, seperti Malaysia, Singapura, dan lain-lain.

Pangsa pasar yang dituju oleh Abu Bakar Konveksi adalah semua kalangan masyarakat, sehingga penjualan produk lebih mudah dilakukan yaitu menyewa model, membuat katalog, dan memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi.

Strategi-strategi perencanaan diatas dinilai cukup matang dari sisi substansinya dan dapat menjadi pembelajaran khususnya bagi wirausaha sebelum dan saat menjalankan bisnis. Hal ini dilakukan untuk menghindari beberapa kemungkinan buruk yaitu kurangnya pemahaman terhadap segmentasi pasar, dan kurang matangnya dalam perencanaan bisnis. Pelaksanaan perencanaan yang dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi sangat sederhana namun signifikan. Dengan mempertimbangkan aspek lokasi, pangsa pasar, produksi, serta sosial dan ekonomi diharapkan para pelaku usaha dapat memulai ataupun mengembangkan usahanya dengan baik.

6. Pengelolaan Usaha

Keberhasilan dalam pengembangan usaha konveksi ditentukan oleh kapabilitas (kemampuan) pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Di dalam pengelolaan usaha, seorang pelaku usaha harus memberikan perhatian pada fungsi-fungsi manajemen seperti *planning* (perencanaan), *actuating* (penggerakan), *organizing* (pengorganisasian) dan *controlling* (pengendalian), (Riyadi, 2016). Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan, peneliti mendapati fenomena pengelolaan usaha di Abu Bakar Konveksi yang sesuai dengan keempat fungsi manajemen tersebut.

Dari segi *organizing*, porsi sumber daya manusia dinilai cukup proporsional dalam memenuhi kebutuhan pengelolaan usaha Abu Bakar Konveksi. Namun, , kebutuhan akan tenaga ahli dalam membuat laporan keuangan dan pencatatan administrasi dinilai sangat dibutuhkan untuk menunjang perkembangan usaha.

Dari segi *planning*, Abu Bakar Konveksi melakukan produksi pakaian dalam jumlah besar jika ada pesanan. Begitupun standar kualitas pakaian juga disesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal ini merupakan strategi produksi yang sangat baik sekali demi menghindari membludaknya produk, dan untuk meminimalisir biaya produksi (pembelian bahan baku dan ongkos karyawan).

Actuating dilakukan dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana yang diberikan kepada karyawan. Sarana dan prasarana ini berupa motor, tempat tinggal dan bantuan sosial. Pemberian sarana dan prasarana tersebut dimaksudkan untuk menunjang dan merangsang etos kerja karyawan agar dapat bekerja secara lebih maksimal dan penuh tanggung jawab.

Controlling yang baik juga dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi dengan cara menampung keluhan dan masukan konsumen sebagai bahan evaluasi. Dengan melakukan kebijakan ini maka Abu Bakar Konveksi dapat meninjau sejauh mana produk yang dihasilkannya dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mencapai ekspektasi perusahaan.

Namun disamping pengelolaan-pengelolaan tersebut diatas, ada satu aplikasi pengelolaan yang mesti ditingkatkan yaitu perawatan alat. Dalam usaha produksi, beroperasinya alat dengan baik merupakan hal yang paling vital, karena alat produksi merupakan faktor utama dalam menghasilkan produk. Oleh karena itu, pengecekan alat/mesin secara berkala harus dilakukan dengan rutin menggunakan standar waktu tertentu agar tidak menghambat produksi.

7. Pemasaran dan Penjualan

Abu Bakar Konveksi melakukan pemasaran dengan 2 cara, yakni online dan tradisional. Teknik pemasaran secara online yaitu dengan memanfaatkan media sosial di internet. Sedangkan teknik pemasaran tradisional dengan cara memasarkan produk langsung kepada calon konsumen atau meningkatkan citra produk agar tersampai teknik pemasaran dari mulut ke mulut.

Abu Bakar Konveksi juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk. Media yang digunakan yaitu facebook (Abu Bakar Konveksi), Instagram (@*fatkhahcollection*), dan whatsapp. Kemudian, pemasaran melalui *reseller* (@*fatkhahcolletion_kudus*) juga dilakukan dengan sistem penjualan melalui pihak ketiga. Pemasaran menggunakan internet dinilai sebagai strategi yang efektif karena dapat menembus batas ruang dan waktu sehingga penyampaian informasi dapat berlangsung lebih cepat, murah dan mudah.

Strategi pemasaran dan penjualan yang kedua yaitu dengan melakukan promosi penjualan “mulut ke mulut”. Istilah ini pada dunia marketing dikenal sebagai istilah *word-of-mouth marketing* (Bughin dkk, 2010). Meskipun dunia teknologi kini telah berkembang pesat, namun pemilik usaha masih meyakini bahwa *word-of-mouth marketing* merupakan strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan kepercayaan konsumen.

8. Peran Pemerintah

Dewasa ini pemerintah telah banyak melakukan pemberdayaan UMKM (Putra, 2015) namun belum maksimal, karena disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya rendahnya kualitas sumber daya manusia dan terbatasnya informasi yang diterima oleh masyarakat tentang eksistensi dana yang disediakan oleh pemerintah tersebut.

Berdasarkan penuturan bapak Eko Setiawan selaku pemilik usaha mengenai dukungan pemerintah setempat terhadap usaha konveksi yang beliau miliki, yaitu beliau belum pernah tahu tentang adanya bantuan pemerintah. Hal ini terjadi karena beliau belum pernah meminta bantuan kepada pemerintah berkenaan dengan pendirian usaha yang beliau lakukan. Artinya, dibalik berkembangnya usaha Abu Bakar Konveksi, ternyata tidak ada intervensi pemerintah setempat sebagai wujud dukungan dalam menjalankan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Dari kedelapan faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, hanya ada 6 faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu: 1) faktor peluang; 2) faktor sumber daya manusia; 3) faktor organisasi; 4) faktor perencanaan; 5) faktor pengelolaan usaha, dan 6) faktor pemasaran dan penjualan. Disamping itu, ada 2 faktor yang tidak secara signifikan mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu: 1) faktor laporan keuangan dan administrasi, dan 2) faktor peran pemerintah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Tidak lupa penulis juga sampaikan ucapan terima kasih kepada bapak Eko Setiawan dan ibu Rizda Nirmala Sari, serta para karyawan dan pihak terkait yang telah senang hati bersedia memberikan informasi berkenaan dengan kebutuhan penelitian ini.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Penelitian ini dilakukan dan ditulis oleh SNR sebagai peneliti utama, didampingi oleh SS dan SN selaku pembimbing dan OATRS yang membantu editing naskah.

REFERESI

- Ariyanto, A. (2021). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Sejak Dini. *Entrepreneurial Mindsets & Skill, 1*.
- Bughin, J., Doogan, J., & Vetvik, O. J. (2010). A new way to measure word-of-mouth marketing. *McKinsey Quarterly, 2*(1), 113-116.
- Deddy, M. (2010). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Hendro, I. (2011). Dasar-dasar kewirausahaan. *Jakarta: Penerbit Erlangga*.

- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 2(1), 16-25.
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54-69.
- Koesmono, T. (2001). Pengaruh Faktor Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Produksi Pada Pt Siwi. *Jurnal Ekuitas*, 5(4).
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi.
- Munawaroh, M., Rimiati, H., & Hindasah, L. (2016). Perencanaan bisnis. *LP3M UMY*.
- Nasfi, N., Ganika, G., Putro, S. E., Muttaqien, Z., Ayuanti, R. N., Kusumawardani, M. R., ... & Mulatsih, L. S. (2022). Dasar Manajemen dan Bisnis (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis).
- Nurina, M. (2019). *Studi Deskriptif tentang Perkembangan Usaha Industri Tahu di Kabupaten Sumedang* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Putra, T. G. (2015). Peran pemerintah daerah dan partisipasi pelaku usaha dalam pengembangan UMKM manik-manik kaca di Kabupaten Jombang. *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(1).
- Riyadi, F. (2016). Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 65-84.
- Setiyati, R., & Hikmawati, E. (2019). Pentingnya perencanaan SDM dalam organisasi. In *Pentingnya Perencanaan Sdm Dalam Organisasi Forum Ilmiah* (Vol. 16, p. 215).
- Setyamurti, N. (2015). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Laporan Keuangan sebagai Tolok Ukur Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Metode Rasio Keuangan (PT. Kaisa Rossie Semarang)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer Semarang).
- Supriyanto, S. (2009). Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *None*, 6(1), 17216.
- Ziphora, F. (2022). Pentingnya Sistem Manajemen dan Struktur Organisasi dalam Suatu Usaha.

Copyright Holder :

© Siti Nurpuji Rahayu, Sainul, Selvia Nuriasari, Okta Adioni Tinokae Rahma Suci (2020).

First Publication Right :

© Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

This article is under:

CC BY SA