



## **Penerapan *Belt of Business Ocassion* pada *Income* Pelaku Usaha Kuliner Trendy di Kediri**

**Dwi Apriyanti Kumalasari<sup>1</sup>, Novi Dwi Priambodo<sup>2</sup>,  
Imam Suhaimi<sup>3</sup>**

Fakultas Pertanian, Prodi Agribisnis, Universitas Kahuripan Kediri  
Email: dwiapriyantik@kahuripan.ac.id<sup>1</sup>, nodwipriambodo@kahuripan.ac.id<sup>2</sup>,  
suhaimi\_yes@kahuripan.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Bisnis kuliner berbasis pertanian merupakan bisnis yang menjajikan dan menghasilkan income setiap harinya. Beberapa produsen produk kuliner trendy masih sederhana dalam menjalankan bisnis. Hasil yang mereka dapatkan kurang optimal akibat minimnya kreativitas, inovasi, pengalaman usaha hingga pemilihan komoditas yang kurang tepat *Belt of business occasion* upaya peningkatan income kuliner trendy di Kediri. Tujuan penelitian (1) Mengetahui Penerapan *Belt of Business Ocassion* Produk Kuliner Trendy pada *Income* Pelaku Usaha Kuliner di Kediri; (2) Mengetahui dampak Penerapan *Belt of Business Ocassion* Produk Kuliner Trendy pada *Income* Pelaku Usaha Kuliner di Kediri. Penelitian yakni (field research) dengan *mixed methods*, subjek penelitian ini adalah produsen kuliner produk trendy Kediri yang memenuhi kriteria sebagai mitra Universitas Kahuripan Kediri. Instrumen penilaian mulai waktu usaha beroperasi, penjualan hingga pemilihan komoditas. Pengukuran menggunakan lembar kuesioner dan lembar kegiatan penilaian. Hasil penelitian didapatkan bahwa penerapan *Belt of business occasion* pada kuliner di Kediri dengan sistem pemberian wawasan dan pelatihan dengan menggunakan 26 indikator khusus, divalidasi oleh validator dengan skor rata-rata 4,0 dengan presentase 80% dengan kategori baik. Dampak Penerapan *Belt of business occasion* diaplikasikan pada usaha kuliner pilihan menghasilkan income dari 400.000 rupiah/hari menjadi 515.000/hari.

Kata Kunci: Kuliner trendy; *Belt of business occasion*.

### **Abstract**

*An agriculture-based culinary business is a business that promises and generates income every day. Some of the trendy culinary product manufacturers are still simple in doing business. The results they get are less than optimal due to the lack of*

*creativity, innovation, business experience, and incorrect selection of commodities. Belt of business occasion is an effort to increase trendy culinary income in Kediri. The research objectives (1) Knowing the Application of Belt of Business Ocassion Trendy Culinary Products on the Income of Culinary Business Actors in Kediri; (2) Knowing the impact of the Belt of Business Ocassion Application of Trendy Culinary Products on the Income of Culinary Business Actors in Kediri. Research, namely (field research) with mixed methods, the subject of this study is a culinary producer of trendy Kediri products that meet the criteria as a partner of Kahuripan Kediri University. Appraisal instrument from the time the business operates, sales to commodity selection. Measurements using a questionnaire sheet and an assessment activity sheet. The results showed that the application of the Belt of business occasion in Kediri with a system of providing insight and training using 28 specific indicators, validated by the validator with an average score of 4.0 with a percentage of 80% in good category. The Impact of Belt of business occasion being applied to selected culinary businesses generates income from 400,000 IDR/day to 515,000 IDR/day.*

**Keywords:** *Trendy culinary; Belt of business occasion.*

## **A. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan sumberdaya alam dan pangan (Ekowati, 2012). Seiring dengan adanya pertumbuhan penduduk, maka permintaan pangan akan semakin meningkat Kumalasari (2013). Kuliner merupakan bagian dari aktifitas pangan. Bergelut dalam bisnis kuliner merupakan kegiatan yang menyenangkan. Adanya kemampuan, kemauan, factor-faktor yang mendukung usaha akan membuat semakin bersemangat dan berenergi dalam berbisnis kuliner. Sehingga profitpun setiap harinya akan semakin mudah didapat.

Sementara itu Jawa timur merupakan wilayah yang terkenal baik untuk budidaya pertanian, salah satunya Kediri (Kumalasari, 2020). Usaha pertanian Kediri yang baik mendukung keberadaan kuliner Kediri. Produk kuliner Kediri berbasis pertanian adalah salah satu produk yang tidak pernah sepi dari pembeli jika ditangani dengan baik oleh produsennya. Inovasi dan kreatifitas sangat penting dalam pengembangan usaha kuliner (Saragih, 2017). Pengetahuan hingga pemilihan komoditas sangat baik untuk

pengembangan usaha, khususnya dalam meningkatkan pendapatan (Kumalasari, 2020).

Beberapa produsen produk kuliner trendi masih memiliki pengalaman dan ilmu sederhana dalam memulai bisnis dan menjalankan bisnis tersebut. Mereka mendapatkan hasil penjualan tinggi pada waktu produk tersebut sedang trend di konsumen atau kekinian. Tetapi pada saat produk tersebut tidak lagi nge trend, maka profit produsen kuliner akan menurun. Hal itu karena banyak factor seperti produk itu belum memiliki pesaing atau sedikit pesaing, produk tersebut dikenal dengan produk yang murah, mudah didapat, sedang kekinian produk masih baru (trend), produk inovatif, produsen kreatif mengolah dan menyajikan produk, kejenuhan konsumen dalam menikmati menu sehari-hari, pelayanan produk baik, dan masih banyak lagi lainnya. Pada saat faktor-faktor tersebut mulai memudar, maka income produsen kuliner Kediri akan semakin menurun.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengembangkan kemampuan berbisnis pada produsen kuliner produk trendi Kediri berbasis pertanian melalui penerapan *Belt of business ocassion* untuk meningkatkan profit dan pengalaman usaha yang baik dari waktu ke waktu. Melalui *Belt of business ocassion* pengembangan bisnis produsen kuliner produk trendi di Kediri bisa berkembang dengan baik.

Dari uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Belt of Business Ocassion* Produk Kuliner Trendi pada *Income* Pelaku Usaha Kuliner di Kediri;
2. Bagaimana dampak penerapan *Belt of Business Ocassion* Produk Kuliner Trendi pada *Income* Pelaku Usaha Kuliner di Kediri

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui penerapan Belt of Business Ocasion Produk Kuliner Trendi pada Income Pelaku Usaha Kuliner di Kediri;
2. Mengetahui dampak penerapan Belt of Business Ocasion Produk Kuliner Trendi pada Income Pelaku Usaha Kuliner di Kediri

Penelitian ini merupakan penelitian pada skim PDP (Penelitian Dosen Pemula) yang akan dilaksanakan pada tahun 2020 selama satu tahun

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kuliner Kediri**

Kediri memiliki ikon kota tahu dan getuk pisang. Produk tersebut berangkat dari produk baru yang dibawa oleh orang china di Kediri (produk tahu), sedangkan getuk pisang merupakan produk asli Kediri yang dulunya dibuat oleh masyarakat Kediri di jauh hari. Produk tersebut dijadikan makanan sehari-hari yang sehat dan dijadikan kuliner asli Kediri. Sejalan dengan hal tersebut Kediri memiliki banyak keanekaragaman tujuan wisata dan kuliner mulai dari Kabupaten sampai ke Kota (Prihandani, 2019). Kuliner tersebut melahirkan produk-produk yang beraneka ragam. Produk kuliner Kediri berbasis pertanian mulai berkembang seperti pecel, sate, ayam goreng/bakar/ungkep, kerupuk upil, bakso, mi ayam, dan lain sebagainya. Pertambahan penduduk Kediri semakin lama semakin bertambah (Prihandani, 2019), untuk itu kebutuhan konsumsi juga semakin meningkat.

Rumah tangga dalam keluarga sebagian memasak untuk dikonsumsi, sebagian memasak untuk dikonsumsi sendiri dan sebagian lainnya memasaka untuk dikonsumsi serta dijual. Para pekerja tidak memiliki waktu besar untuk memaasak, terlebih lagi jam kerja yang cukup panjang dan padat. Para pekerja seringkali memilih membeli produk makanan siap santap dibandingkan memasak. Ragam profesi di Kediri sebagai pekerja membuat

peluang usaha kuliner Kediri semakin diminati, ditambah lagi dengan kehadiran pecinta kuliner sejati yang sering menghabiskan waktunya menikmati kuliner sembari wisata.

## **2. *Belt of Business Ocassion***

*Belt of business ocassion* adalah model pengelolaan bisnis yang menerapkan beberapa strategi bisnis yaitu inovasi produk, kreatifitas produk (Solihin, 2012) pengalaman pelaku usaha, pemilihan komoditas kuliner trendi yang tepat, pelayanan produk, pemanfaatan media komunikasi dan teknologi, loyalitas produk (George, 2010), dan Pemilihan komoditas yang tepat berperan dalam perkembangan usaha. *Belt of business ocassion* memiliki peluang mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan skil-skil yang dimilikinya, dalam berbisnis secara efektif. *Belt of business ocassion* memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk lebih aktif dalam proses bisnis, dimana pelaku usaha dapat memutuskan proses usaha dan bertanggung jawab untuk hasil usaha mereka.

## **3. *Produk Kuliner Trendi***

Produk kuliner trendi merupakan produk yang muncul dan disukai secara tiba-tiba. Produk tersebut dikonsumsi oleh konsumen pada waktu tertentu. Ketika produk ini sedang trendi maka bisa dikatakan penjualan sangat tinggi (Gumelar, 2017). Hal ini dipicu oleh inovasi pelaku usaha yang kreatif menyajikan produk dengan sangat baik. Selain itu keberadaan konsumen baru yang ingin tahu akan mendongkrak penjualan lebih pesat lagi. Kelemahan dalam produk trendi yakni jika produk tersebut sudah dikonsumsi beberapa kali sehingga menimbulkan kejenuhan dalam mengkonsumsi (Kotler, 2009), kualitas produk dan pelayanan tidak terpenuhi dengan baik cenderung mengalami penurunan kualitas karena banyaknya permintaan (Ratminto, 2010), maka pesaing baru yang lain akan mudah

mengambil alih. Dengan demikian akan menurunkan pendapatan atas produk trendi tersebut. Produk trendi perlu diberikan inovasi yang baik seperti menggunakan metode daur ulang produk (Wikipedia, 2018) agar selalu bisa bersaing di pasar.

#### **4. Peningkatan Income**

Pendapatan adalah tujuan utama dalam usaha mendapatkan keuntungan (Ratminto, 2010). Pendapatan juga sering disebut dengan income (Gumbira, 2010) Income merupakan hasil dari jumlah penjualan produk dikalikan dengan unit produk yang terjual (Kadarsan, 2009). Dalam pendapatan yang perlu diperhatikan termasuk biaya dan keuntungan. Biaya merupakan serangkaian usaha yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang akan dijual (Siagian, 2012). Sedangkan keuntungan merupakan selisih antara income dan total biaya.

Peningkatan income bisa dilihat dari jumlah produk yang dijual. Dengan perhitungan RC Ratio diatas nilai 1, maka peningkatan income bisa dikatakan baik. Peningkatan income bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, termasuk menggunakan marketing mix produk (sigit, 2011), memahami studi perilaku konsumen, manajemen produksi dan operasi, serta faktor lainnya.

#### **C. METODE**

Metode peneliti yang kami gunakan adalah penelitian lapangan (field research) dan dengan menggunakan *mixed methods* yakni penggabungan pendekatan penelitian kualitatif dan pendekatan penelitian kuantitatif. Adapun tujuan dari pendekatan ini yaitu untuk menemukan hipotesis dan untuk membuktikan validitas dari hipotesis tersebut. Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah model aequential explartory (urutan penemuan). Menurut Siagian (2012) mix method model sequential

exploratory merupakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif secara berurutan dimana tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif.

### **1. Lokasi Penelitian**

Tempat Penelitian ini adalah unit usaha kuliner katageri trendi berbasis pertanian yang menjadi mitra Universitas Kahuripan Kediri di Kediri yakni Nasi Goreng Waris Marem Roso dan Ayam Bakar Kediri HT.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kami seperti observasi. Teknik observasi yang kami digunakan yakni observasi langsung (direct observation) yang dilakukan tanpa perantara (secara langsung) terhadap objek yang diteliti (Mahmud, 2011), seperti mengadakan observasi langsung terhadap proses diskusi pada forum grub diskusi. Berikutnya wawancara semi terstruktur dan tidak terstruktur untuk mendapatkan data akurat. Berikutnya dokumentasi kamigunakan dengan membaca dan mencatat apa yang tersirat dan tersurat dalam dokumen, laporan peraturan dan literature lainnya yang relevan dengan peneliti, seperti daftar unit usaha kuliner produk trendi yang akan diperlukan dalam penelitian ini. Berikutnya kami menggunakan angket dengan berisikan 26 indikator dengan 2 pertanyaan skala guttman dengan jawaban ya dan tidak untuk mengetahui sejauh mana obyek telah memahami 26 indikator tersebut.

### **3. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang akan kami gunakan menggunakan Analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan secara bersamaan (Miles, 1992). Model analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah “Analisis Interaksi”, artinya analisis ini dilakukan dalam bentuk interaksi pada tiga

komponen tersebut yang digambarkan sebagaimana gambar terlampir (gambar Alur Analisis Interaksi)



Gambar 1: Alur Analisis Interaksi

#### **4. Verifikasi Atau Penarikan Kesimpulan**

Proses verifikasi (menarik kesimpulan) kami ambil berupa intisari dari penyajian data yang merupakan hasil dari analisis yang dilakukan dalam penelitian kami.

Teknik analisis yang kami gunakan yakni teknik analisis induktif untuk menemukan kategori-kategori, dimensidimensi, dan hubungan-hubungan dengan cara kami mengambil 6 Validator Rumah Makan cukurp ternama untuk memberikan masukan terhadap isian indikator setiap variabel pada Belt of business occasion yang akan kami ujitobakan kepada peserta 2 produsen kuliner di Kediri yakni ayam bakar Kediri dan Nasi Goreng Waris. Validasi yang telah dilakukan yakni model Kreatifitas Produk, Inovatif Produk , Pengalaman Usaha, Pengetahuan, Pesaing, Loyalitas Produk, Teknologi dan Komunikasi, Pemilihan Komoditas. Model tersebut kami rangkum dalam rangkaian kegiatan pemberian materi praktek penjualan. Sebelum dilakukan uji coba, peserta disurvei pendapatannya per hari yang



kemudian dilanjutkan dengan melakukan uji coba pada subyek penelitian. Proses setelah berakhir uji coba kegiatan pemberian materi hingga praktek penjualan, peserta kemudian didata hasil penjualannya per hari. Kemudian dilakukan evaluasi dan revisi.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. HASIL

##### a) Subyek Penelitian

Subyek 1 yakni Nasi Goreng Waris Marem Roso lokasi Kabupaten Kediri bagian Selatan yang mana dimiliki oleh Ibu Mutolifah dengan umur 38 tahun pendidikan terakhir SMK. Sedangkan Subyek kedua yakni Ayam Bakar Kediri HT lokasi Kabupaten Kediri bagian selatan yang mana dimiliki oleh Bapak Abi Dawud dengan pendidikan terakhir SMA.

#### Hasil Validasi para Ahli Kuliner Trendy di Kediri Raya

Tabel 1. Indikator Penerapan *Belt of Business Occasion*

No	Indikator	Validator						Total	Rata-Rata
		1	2	3	4	5	6		
1	A	4	4	4	4	5	5	26	4.33
2	B	5	5	3	4	4	5	26	4.33
3	C	4	5	3	4	4	5	25	4.17
4	D	3	5	4	5	4	4	25	4.17
5	E	5	5	4	4	4	4	26	4.33
6	F	4	5	4	4	4	4	25	4.17
7	G	4	4	4	4	4	5	25	4.17
8	H	4	4	4	4	5	4	25	4.17
9	I	4	4	4	4	4	5	25	4.17
10	J	4	4	4	3	4	4	23	3.83
11	K	5	4	4	3	5	4	25	4.17
12	L	4	3	3	3	4	4	21	3.50
13	M	4	5	3	3	5	4	24	4.00
14	N	4	5	4	4	4	4	25	4.17

**Dwi Apriyanti Kumalasari, Novi Dwi Priambodo,  
Imam Suhaimi**

<b>15</b>	O	4	4	5	3	4	3	23	3.83
<b>16</b>	P	4	4	4	3	4	3	22	3.67
<b>17</b>	Q	4	4	4	4	4	5	25	4.17
<b>18</b>	R	4	3	4	4	5	5	25	4.17
<b>19</b>	S	3	5	3	4	5	5	25	4.17
<b>20</b>	T	4	4	3	3	4	5	23	3.83
<b>21</b>	U	5	4	3	3	4	5	24	4.00
<b>22</b>	V	4	4	3	3	3	5	22	3.67
<b>23</b>	W	4	3	3	3	4	4	21	3.50
<b>24</b>	X	4	4	3	4	4	4	23	3.83
<b>25</b>	Y	4	4	3	3	4	4	22	3.67
<b>26</b>	Z	4	3			4	4	15	3.75
<b>TOTAL</b>		4.1	4.2	3.6	3.6	4.2	4.3	616.0	4.0

**Keterangan:**

Kode	Indikator	Kode	Indikator
A	wawasan pencarian ide kreatif	N	wawasan penataan lokasi yang baik
B	wawasan menggali ide hal yang disukai konsumen	O	wawasan tampilan menarik saat melakukan penjualan produk
C	wawasan teknik mencari komoditas lokal dengan harga terjangkau	P	wawasan pengemasan produk yang lebih menarik
D	wawasan mencari komoditas lokal terdekat untuk menghemat alokasi belanja	Q	wawasan pembelian berulang oleh konsumen
E	wawasan ide kreatif menambah nilai tambah pada produk kuliner	R	wawasan perilaku konsumen
F	wawasan kreasi tampilan makanan	S	wawasan manfaat media sosial sebagai media pengembangan diri dan sumber ide serta pengamatan trend
G	wawasan menulis promosi menarik pada media sosial	T	wawasan trend yang kekinian
H	pelatihan praktek promosi di media sosial	U	wawasan pentingnya menjaga kualitas mutu dan rasa
I	wawasan pelayanan prima	V	wawasan pentingnya menambah ikatan komunikasi konsumen

J	praktek mendata jumlah pesaing	W	wawasan penambahan fasilitas pada rumah makan
K	wawasan manajemen pesaing	X	wawasan pentingnya kursus bidang kuliner
L	arahan menambah layanan pesan antar	Y	wawasan strategi promosi secara offline
M	arahan dan wawasan promo yang menarik	Z	wawasan pangsa pasar yang tepat

**Tabel 2. Pendapatan Setelah Penerapan Belt Of Business Occasion**

Obyek	Penjualan Ke (Dalam Ribuan)						Total
	1	2	3	4	5	6	
<b>K1</b>	420	470	545	560	500	600	3095
<b>K2</b>	410	480	530	555	510	600	3085
	<b>Rata-Rata</b>						515

Keterangan:

K1 : Nasi Goreng Waris Marem Roso

K2 : Ayam Bakar Kediri HT

## 2. PEMBAHASAN

### a) Penerapan *Belt of Business Occasion* Produk Kuliner Trendi pada *Income Pelaku Usaha Kuliner di Kediri*;

Program peningkatan *income* produk kuliner trendy melalui *Belt of business occasion* yakni dengan pendekatan Kreativitas Produk, Inovatif Produk, Pengalaman Usaha, Pengetahuan, Pesaing, Loyalitas Produk, Teknologi dan Komunikasi, Pemilihan Komoditas. Adapun indikator penerapannya sebagai berikut. Analisis data kevalidan kami lakukan dengan dasar hasil penilaian validator menggunakan lembar instrumen penilaian validasi pemberian materi praktek dengan terdiri dari 26 indikator dengan skala likert dengan skor penilaian mulai dari 1 sampai 5 (Arikunto, 2003) dalam Andriani (2016) diperoleh skor rata-rata 4,0 dengan presentase 80% dengan kategori baik,.

Peserta diberikan beberapa soal sebelum mengaplikasikan praktek penjualan kepada 2 peserta kuliner. Soal tersebut kaitannya 26 indikator dengan jawaban ya atau tidak (skala guttman) Andriani (2016) beserta dengan pendapatan yang diperoleh sebelum mengaplikasikan model pelatihan belt of business occasion.

**b) Dampak penerapan Belt of Business Ocassion Produk Kuliner  
Trendi pada Income Pelaku Usaha Kuliner di Kediri**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan bisnis menggunakan Belt of business ocassion pada peningkatan income produk kuliner trendi Kediri berbasis pertanian diaplikasikan kepada 2 peserta usaha kuliner di Kediri yakni ayam bakar Kediri halalan toyyiban dan Nasi Goreng Waris Marem. Bisnis yang dilakukan dari yang sederhana dengan penjualan cukup, maka dengan adanya pelatihan usaha menggunakan model belt of bussiness occasion maka pedapatan mereka menjadi meningkat. Setelah 2 minggu kemudian dilakukan penerapan berupa pelatihan dan pemberian wawasan selama 6 hari, maka ada perubahan pendapatan peserta pelaku kuliner rata-rata dari 400.000 rupiah per hari menjadi 515.000/hari.

## **E. PENUTUP**

### **1. Simpulan**

Hasil penelitian didapatkan bahwa penerapan Belt of business occasion padakuliner di Kediri dengan sistem pemberian wawasan dan pelatihan dengan menggunakan 26 indikator khusus, divalidasi oleh validator dengan skor rata-rata 4,0 dengan presentase 80% dengan kategori baik. Dampak Penerapan Belt of business occasion diaplikasikan pada usaha kuliner pilihan menghasilkan income dari 400.000 rupiah/hari menjadi 515.000/hari.

## 2. **Saran**

Perlu dilakukan Penelitian Penerapan belt of business occasion pada pelaku usaha yang telah produktif maupun pelaku usaha belum produktif untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat yang membutuhkan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriani, Maria Resti. 2016. Pengembangan Media Pembelajaran Power Point Interaktif Melalui Pendekatan Saintifik Untuk Pembelajaran Tematik Integratif Siswa Kelas 2 SDN Bergas Kidul 03 Kabupaten Semarang. <https://ejournal.uksw.edu/scholaria/article/download/190/>
- Ekowati, D.V. 2012. Pertanian Berkelanjutan untuk mengoptimalkan Sumberdaya Pertanian Indonesia. <http://blog.ub.ac.id/delviviolita/files/2012/07/di-sini.pdf>
- Ermalisa. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Telepon Seluler Di Kota Meulaboh. Skripsi Universitas Teuku Umar Meulaboh - Aceh Barat. [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrwBpUS.2Bf7MoAAGb3RQx.;\\_ylu=Y29sbwMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1600220051/RO=10/RU=http%3a%2f%2ffrepositary.utu.ac.id%2f185%2f1%2fBAB%2520I\\_V.pdf/RK=2/RS=XYZdc2Sz.uBji5RfzngweTyFsis-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrwBpUS.2Bf7MoAAGb3RQx.;_ylu=Y29sbwMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1600220051/RO=10/RU=http%3a%2f%2ffrepositary.utu.ac.id%2f185%2f1%2fBAB%2520I_V.pdf/RK=2/RS=XYZdc2Sz.uBji5RfzngweTyFsis-)
- George R. Terry, Dr. Winardi, SE, 2010. Asas-asas Manajemen :Bandung James A.F. Stoner, Management, edisi kedua, Prentice/Hall
- Gumbira S. dan A. Harizt Intan, 2014. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Gumelar T., Rika Astuti , Ani Trio Sunarni. 2017. SISTEM PENJUALAN ONLINE DENGAN METODE EXTREME PROGRAMMING. [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=Awrxgq9RgqJf5AsAsyH3RQx.;\\_ylu=Y29sbwMEcG9zAzQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1604514513/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjournal.budiluhur.ac.id%2findex.php%2f telematika%2farticle%2fdownload%2f531%2ffpdf\\_13/RK=2/RS=z4o82dUF6PCmOEXvJxg64nSx7wE-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awrxgq9RgqJf5AsAsyH3RQx.;_ylu=Y29sbwMEcG9zAzQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1604514513/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjournal.budiluhur.ac.id%2findex.php%2f telematika%2farticle%2fdownload%2f531%2ffpdf_13/RK=2/RS=z4o82dUF6PCmOEXvJxg64nSx7wE-)
- Kadarsan, H.W., 2009. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Agribisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kolter, P. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks
- Kumalasari, D.A. 2019. Analisis Kelayakan Bisnis Ayam Bakar Dengan Sayuran Segar Di Ayam Bakar Kediri Halalan Toyyiban. Jurnal Agriovet, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 43 - 52, jan. 2020. ISSN 2654-4792. Available at: <<http://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/agriovet/article/view/298>>. Date accessed: 04 nov. 2020.

- KUMALASARI, D.A; HANANI, N; PURNOMO, M. Skenario Kebijakan Swasembada Beras Di Indonesia. *HABITAT*, [S.l.], v. 24, n. 1, p. pp.44-58, june 2013. ISSN 2338-2007. Available at: <<https://habitat.ub.ac.id/index.php/habitat/article/view/100>>. Date accessed: 04 nov. 2020.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Mulyana, M. (2019, June 12). Menganalisis Perilaku Konsumen. <https://doi.org/10.31227/osf.io/2wj34>
- Padmowati, R.D.L.E. 2012. Analisis Teknik Indeks Konsistensi Harmonik pada Metode Analytical Hierarchy Process. [http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2780/LPD\\_Rosa%20DeLima\\_Analisis%20teknik%20indeks-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2780/LPD_Rosa%20DeLima_Analisis%20teknik%20indeks-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- PRIHANDANI D. 2019. Sistem Rekomendasi Pemilihan Tempat Wisata Dan Kuliner di Kabupaten dan Kota Kediri . [http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2019/14.1.03.02.0060.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2019/14.1.03.02.0060.pdf)
- Ratminto, dan Atik. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Gramedia
- Saragih, Rintan. 2017. *A Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*.
- Siagian, R., 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sigit, S., 2011. *Pengantar Bisnis Praktis*. Yayasan Pendidikan Gama. Yogyakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Erlangga
- Wikipedia. 2018. Siklus Produk. [Http://www.wikipedia.org/siklus\\_produk](Http://www.wikipedia.org/siklus_produk)