

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OBAT- OBATAN TRADISIONAL DI PASAR KAHAYAN KOTA PALANGKA RAYA (Studi Kasus Toko Pasak Bumi)

Reza Fadila Damanik¹, Berkat AP², Revi Sunaryati³, Pordamantra⁴, Emmy U Antang⁵

¹ Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

^{2, 3, 4, 5} Staf Pengajar Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

Email: rezafadiladamanik482@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi industri pengolahan produk obat tradisional di Toko Pasak Bumi Pasar Kahayan Kota Palangka Raya. (2) Mengetahui strategi apa saja yang dapat di terapkan dalam mengembangkan industri pengolahan produk obat tradisional di Toko Pasak Bumi Kota Palangka Raya. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* didasari atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif mengenai analisis IFAS dan EFAS yang mempengaruhi pengembangan Usaha obat-obatan tradisional, nilai bobot, rating dan skor; analisis SWOT untuk menemukan alternatif strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha obat-obatan tradisional toko pasak bumi. Hasil yang diperoleh: (1) faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan Usaha obat-obatan tradisional toko pasak bumi: faktor internal meliputi permodalan, sumberdaya manusia, pemasaran dan operasional. Faktor eksternal politik, sosial dan lingkungan industri; (3) alternatif strategi yang dapat diterapkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta memaksimalkan kekuatan yang berasal dari internal dan peluang dari eksternal usaha obat-obatan tradisional, sehingga dapat mengembangkan usaha obat-obatan tradisional toko pasak bumi.

Kata Kunci: Strategi Pengembang, Obat- obatan tradisional, SWOT, Palangka Raya, Toko Pasak Bumi

PENDAHULUAN

Kalimantan merupakan salah satu pulau yang kaya akan keanekaragaman hayati. Pulau Kalimantan mempunyai sumber daya hutan yang sangat luas beserta potensi yang terkandung di dalamnya. Potensi hasil hutan tidak hanya berupa kayu, tetapi juga manfaat lain seperti tumbuhan hutan berkhasiat obat (Noorcahyati, 2012). Kalimantan Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai potensi kekayaan alam yang luar biasa terutama di bidang obat-obatan. Kehidupan sehari-hari masyarakat Dayak di Kalimantan Tengah masih banyak yang mempraktikkan pengobatan secara

tradisional, masyarakat sering menggunakan tumbuhan karena sudah diketahui memiliki manfaat yang sangat besar dan mereka percaya akan khasiatnya yang tidak memberikan efek samping negatif (Ibrahim, 2016).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian dari usaha nasional yang berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional maupun daerah dan pertumbuhan ekonomi dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan sumber daya manusia yang ada guna tumbuhnya perkembangan kewirausahaan.

Tabel 1.1. Perkembangan Usaha Mikro Menengah di Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2018- 2020

No	Skala Usaha	Jumlah Unit		
		2018	2019	2020
1	Usaha Mikro	32.017	32.746	36.896
2	Usaha Kecil	2.594	3.182	3.363
3	Usaha Menengah	295	299	309
	Jumlah	34.906	36.227	40.568

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Tengah, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa perkembangan usaha mikro kecil menengah Provinsi Kalimantan Tengah tahun 2018 hingga 2020 senantiasa mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 berjumlah 34.906 menjadi 36.227 unit pada tahun 2019 dan mengalami kenaikan sebesar 1.321 unit. Sedangkan pada tahun 2020 pelaku usaha berjumlah 40.568 unit dan mengalami kenaikan sebesar 4.341 unit. Keadaan tahun 2018- 2020 merupakan kondisi perekonomian di Provinsi Kalimantan Tengah masih dalam keadaan normal.

Salah satu industri tanaman obat-obatan tradisional yang ada di kota Palangka Raya adalah Toko Pasak Bumi milik ibu Titi, toko pasak bumi merupakan salah satu UMKM dari 21 UMKM yang tercatat di Kota Palangka Raya. Toko Pasak Bumi menggunakan bahan asli dari tanaman dan tidak memiliki bahan campuran yang berdiri pada tahun 2004 tepatnya terletak di pasar Kahayan Kota Palangka Raya, Toko Pasak Bumi juga merupakan salah satu toko yang memproduksi produk obat- obatan tradisional dengan sendirinya dan masih secara manual, sementara beberapa Pemasar lainnya hanya memasarkan saja tidak memproduksinya secara langsung dan menggunakan alat- alat bantu yang lebih modern. Toko Pasak Bumi ini pernah hampir mengalami kegagalan di karenakan kurangnya alat dan teknologi dalam pembuatan produk obat- obatan tradisional,

kurangnya dukungan dan bantuan dari pemerintah, semakin langkanya bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk obat tradisional, serta kurangnya tenaga kerja juga menghambat usaha obat- obatan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Kahayan, Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampilng*) dengan pertimbangan bahwa Toko Pasak Bumi ini merupakan salah satu Usaha pengolahan obat tradisional Khas Kalimantan yang mudah ditemui di Kalimantan Tengah dan memproduksi berbagai macam produk obat tradisional yang berinovasi. pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Purposive sampling didasari atas ciri- ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi di sesuaikan dengan kriteria- kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Pengambilan sampel digunakan dengan metode wawancara secara mendalam (*indepthinterview*). Di Kota Palangka Raya terdapat salah satu lokasi yang menjadi salah satu tempat pengolahan tanaman obat tradisional yaitu Toko Pasak Bumi. Pemilihan responden sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan subjek yang menguasai permasalahan dan

bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan secara langsung di lapangan dengan wawancara dan pengisian kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini yakni dengan analisis faktor internal/ IFAS dan Analisis eksternal/ EFAS.

Dan untuk mengetahui Strategi apa yang dapat digunakan dalam Pengembangan usaha obat- obatan tradisional di pasar Kahayan di Toko Pasak Bumi adalah menggunakan analisis SWOT. Mempelajari kekuatan dan kelemahan yang berasal dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam pengembangan industri pengolahan produk obat- obatan tradisional di pasar Kahayan Kota Palangka Raya maka dapat analisis SWOT.

Dalam penentuan besarnya rating untuk setiapitem pertanyaan dinilai berdasarkan nilai rata-rata dari setiap butir pertanyaan. Nilai rating untuk masing-masing item pertanyaan menggunakan

rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) yang menunjukkan nilai penting masing-masing butir pertanyaan tersebut. Perkalian antara rating dan besarnya bobot masing-masing item pertanyaan akan menghasilkan nilai skor untuk masing-masing faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal bagi strategi Pengembangan usaha obat- obatan tradisional di Pasar Kahayan Kota Palangka Raya. Rumus perhitungan rating sebagai berikut:

$$\text{Rating} = \frac{\text{Total jawaban pertanyaan}}{\text{Jumlah responden}}$$

Untuk menentukan besarnya bobot pada masing-masing item pertanyaan ditetapkan berdasarkan tingkat kepentingan yaitu besarnya jumlah keseluruhan nilai penting untuk setiap faktor pada lingkungan internal dan eksternal. Rumus perhitungan bobot sebagai berikut:

$$\text{Bobot (Faktor Eksternal)} = \frac{\text{Total jawaban pertanyaan}}{\text{Total EFE}}$$

$$\text{Bobot (Faktor Internal)} = \frac{\text{Total jawaban pertanyaan}}{\text{Total IFE}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menentukan hasil dari analisis faktor lingkungan internal dan eksternal (IFAS dan EFAS) adalah menjumlahkan skor dalam mengevaluasi strategi yang akan direncanakan. Hasil dari

analisis di peroleh dari jumlah total skor kekuatan dikurangi dengan jumlah total skor kelemahan sehingga memperoleh nilai koordinat. Begitu juga sebaliknya dengan jumlah total skor peluang dan jumlah total skor ancaman. Nilai koordinat dapat dilihat pada tabel 5.7

Faktor	Skor	Koordinat
Faktor Internal		
(+) Kekuatan (<i>Strengths</i>)	4,82	0,29
(-) Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	4,53	
Faktor Eksternal		
(+) Peluang (<i>Opportunities</i>)	4,42	0,05
(-) Ancaman (<i>Threats</i>)	4,37	

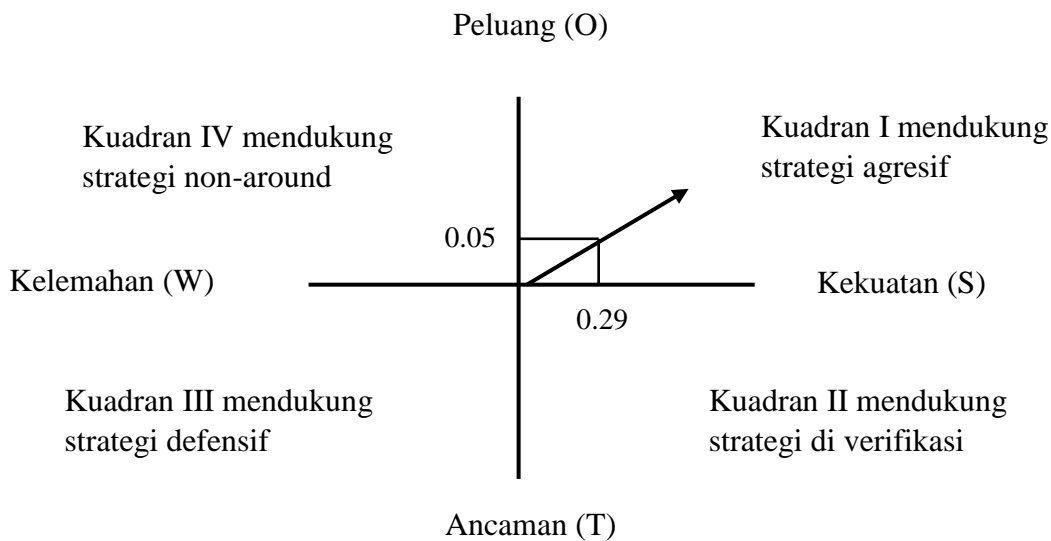
Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Dari tabel 5.7 diketahui bahwa kekuatan lebih besar dari kelemahan dengan nilai koordinat 0,29 dan peluang lebih besar 0,05 dibandingkan dengan ancaman. Berikut adalah posisi kuadran dalam diagram SWOT untuk strategi yang akan dilakukan di Toko Pasak Bumi untuk pengembangan usaha obat- obat tradisional.

Berdasarkan gambar 5.1. diperoleh kondisi atau gambaran yang akan diterapkan untuk mendukung keberlangsungan usaha jenis produk obat- obatan tradisional tersebut. Berdasarkan nilai tertimbang dimana koordinat yang didapat adalah koordinat faktor internal kekuatan ditambah kelemahan hasilnya yaitu 0,29. Dari hasil analisis kuadran

SWOT terlihat garis berada dikuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Mendukung strategi agresif artinya bahwa situasi ini menguntungkan pada usaha obat tradisional toko pasak bumi karena

memiliki peluang dan kekuatan yang sama, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada serta memaksimalkan kekuatan yang berasal dari internal usaha tersebut.



alternatif strategi pengembangan usaha obat- obatan tradisional toko pasak bumi dengan metode analisis SWOT, perlu dilakukan penggabungan indikator internal

(kekuatan dan kelemahan) dan indikator eksternal (peluang dan ancaman). Analisis matriks SWOT dalam perumusan dapat dilihat di tabel 5.8

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal yang digunakan milik sendiri 2. Melayani pengunjung atau pembeli dengan cukup ramah 3. Tenaga kerja sudah cukup baik dalam melaksanakan pemasran 4. Tenaga kerja memiliki pengalaman kerja yang baik 5. Harga produk terjangkau 6. Kualitas produk baik 7. Keragaman produk yang ditawarkan 8. Lokasi toko strategis untuk ditemui 9. Jarak toko ke pusat kota cukup dekat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada nya bantuan modal dari luar seperti pinjaman 2. Kurangnya tenaga kerja dalam membantu pembuatan produk 3. Kemasan produk yang belum beragam 4. Ketahanan produk yang belum tentu lamanya 5. Ketersediaan bahan baku yang semakin kurang
EFAS		

<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya izin usaha dari pemerintah 2. Kebiasaan dalam mengkonsumsi obat tradisional 3. Kepercayaan turun temurun dari nenek moyang 4. Pembelian produk dalam jumlah besar 5. Ketergantungan konsumen menjadi pelanggan tetap di took 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran produk (S6,S7,O4,O2,O3,S5,O5) 2. Pemanfaatan sumber daya manusia, modal usaha, serta memaksimalkan dukungan dari pemerintah (S1,S2,O1,S3,S4) 3. Optimalisasi pemasaran dengan mempertahankan keinginan konsumen dan letak yang mudah ditemui (S8,S9,O3,O2,O5) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan modal yang optimal, serta Melakukan pemasaran dan kerja sama yang baik dengan pemerintah dan masyarakat (W1,O1,O4,O5) 2. Optimalisasi pemasaran untuk mempertahankan keinginan konsumen, serta meningkatkan Kualitas SDM untuk mengembangkan produk usaha dan bahan baku (W2,W3,W4,W5,O4,O3,O2,O5)
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya dukungan pemerintah dalam memperkenalkan produk ke masyarakat 2. Perubahan selera karena adanya produk lain 3. Pendetang baru dengan produk yang sama 4. Persaingan harga dengan toko lainnya 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi kepada masyarakat dan pemerintah untuk memperoleh hasil pemasaran yang baik (S7,S6,S5,T1,T4,T2) 2. Lebih menampilkan keunikan dan keunggulan ciri khas dari produk usaha (S5,S6,S7,T2,T3,T4) 3. Meminta bantuan pemerintah dan meningkatkan kualitas pekerja (S1,S2,S3,S4,T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan modal usaha, nilai jual produk serta memberi rasa kepuasan terhadap konsumen (W1,W2,T2,T3,T4,T5) 2. Memperbaiki kualitas produk usaha untuk mempertambah penjualan dan mengembangkan usaha (W3,W4,W5,T1,T2,T3,T4)

Berdasarkan Tabel 5.5. Matriks SWOT diketahui 4 strategi S-O, strategi S-T strategi W-O, dan strategi W-T. Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman, strategi WO adalah strategi untuk mengatasi kelemahan dan manfaat peluang yang ada, dan strategi WT adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, penerapan keempat strategi memiliki langkah- langkah yang berbeda sesuai tujuan dan maksud untuk mengatasi kelemahan dan ancaman serta meningkatkan kekuatan dan peluang. Berdasarkan Tabel 5.8 Matriks SWOT diketahui strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha obat- obatan tradisional di pasar Kahayan, Kota Palangka Raya (studi kasus Toko Pasak Bumi milik Ibu Titi) yaitu S-O.

Strategi S-O

Strategi S-O (*Strengths-Opportunity*) atau kekuatan- peluang merupakan strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif ataupun pilihan yang dirumuskan yaitu:

1. Menjaga kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran produk (S6,S7,O4,O2,O3,S5,O5)

Bentuk Strategi ini berupa mempertahankan kualitas produk dimana kualitas produk sangat penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan daya saing pemasaran, selain itu pemasaran juga berperan sangat penting untuk mengembangkan suatu usaha. Perlunya perluasan kegiatan pemasaran saat ini untuk mendapatkan pemasaran yang lebih produktif dan meningkatkan pendapatan usaha serta meningkatkan perkembangan usaha dimana upaya yang dapat dilakukan dalam memperluas kegiatan pemasaran

seperti memperkenalkan toko dan produk di Toko Pasak Bumi melalui teknologi seperti sosial media, agar masyarakat dapat mengetahui produk dan keberadaan Toko Pasak Bumi.

2. Pemanfaatan sumber daya manusia, modal usaha, serta memaksimalkan dukungan dari pemerintah (S1,S2,O1,S3,S4)

Keberlangsungan usaha jenis produk tanaman tradisional tergantung dengan keterbatasan sumberdaya manusia yang ada, meskipun serba kekurangan kegiatan pengolahan produk tetap dilaksanakan seperti biasanya dengan menggunakan sumberdaya yang tersedia. Dalam kondisi keterbatasan tersebut, upaya untuk mengembangkan lebih lanjut kegiatan pengolahan produk dengan maksimal adanya bantuan dari pemerintah tentu menjadi alternatif untuk menstabilkan keadaan usaha seperti memanfaatkan surat izin yang ada untuk menjalankan usaha, kemudian pemanfaatan sumber daya manusia yang ada dengan cara memproduksi obat tradisional secara bertahap melihat kurangnya tenaga kerja maka Pemilik usaha juga dituntut menjadi SDM yang kreatif, aktif dalam program-program pemerintah seperti pelatihan pembuatan produk yang baik dan adanya pameran produk. serta pemanfaatan modal usaha yang ada untuk memenuhi kebutuhan dalam pembuatan produk, semakin berkurangnya bahan baku merupakan salah satu ancaman dalam menghasilkan sebuah produk maka, pemilik usaha dapat mencari sumber bahan baku lainnya dengan menggunakan memaksimalkan modal usaha yang ada.

3. Optimalisasi pemasaran dengan mempertahankan keinginan konsumen dan letak usaha yang mudah ditemui (S8,S9,O3,O2,O5)

Dalam usaha pengembangan akan lebih baik jika selalu menjaga kualitas produk agar dapat mempertahankan keinginan konsumen untuk tetap menjadi konsumen di toko tersebut. Dalam hal ini dimana

konsumen relative mengikuti produk yang serba kekinian, baik berupa kemasan,kualitas produk, varian produk, harga dan manfaat. Upaya yang dapat dilakukan dalam hal ini seperti merubah kemasan yang lama ke kemasan yang lebih menarik, memperbanyak varian produk atau mengubah varian produk, misalnya produk yang berbentuk akar dapat di haluskan dan di kemas seperti teh celup agar konsumen lebih mudah mengkonsumsinya. Kemudian produk- produk yang sudah dihasilkan sebaiknya di uji lab atau di daftarkan pada BPOM agar produk menjadi produk terjamin keamanan dan kesehatannya serta menjadi produk dengan kualitas lebih baik lagi. Pemasaran berfokus pada keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam hal ini promosi juga merupakan kunci dalam kegiatan pemasaran. Salah satu metode promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan usaha obat tradisional adalah metode tasting, yaitu memberi kesempatan kepada calon konsumen untuk datang dan menentukan pilihan konsumen tanpa pengawasan berlebihan sehingga konsumen merasa betah.

KESIMPULAN

Strategi yang dapat diterapkan pada usaha obat- obatan tradisional di pasar Kahayan Kota Palangka Raya Toko Pasak Bumi yang dihasilkan yaitu strategi S-O yang meliputi: a) Menjaga kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran produk. b) Pemanfaatan sumber daya manusia, modal usaha, serta memaksimalkan dukungan dari pemerintah. c) Optimalisasi pemasaran dengan mempertahankan keinginan konsumen dan letak usaha yang mudah ditemui. Dari hasil analisis kuadran SWOT terlihat garis berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Mendukung strategi agresif artinya bahwa situasi ini menguntungkan pada usaha Toko Pasak Bumi karena memiliki peluang dan kekuatan yang sama, dimana strategi ini dapat memajukan usaha Toko Pasak Bumi untuk lebih maju lagi kedepannya dengan memanfaatkan peluang yang ada serta

memaksimalkan kekuatan yang berasal dari internal usaha tersebut.

SARAN

1. Bagi usaha Toko Pasak Bumi agar dapat menerapkan strategi SO yang telah dirumuskan dalam hasil analisis SWOT yaitu untuk a) Menjaga kualitas produk, seperti menguji lab produk agar diketahui keamanan dan Kesehatan produk atau terdaftar di BPOM, Serta memperluas jangkauan pemasaran produk melalui media sosial. b) Pemanfaatan sumber daya manusia yang ada, modal usaha, serta memaksimalkan dukungan dari pemerintah. c) Optimalisasi pemasaran dengan mempertahankan keinginan konsumen dan letak usaha yang mudah ditemui.
2. Bagi pemerintah hendaknya agar lebih memperhatikan usaha Toko Pasak Bumi dengan memberikan jalan keluar agar dapat dikenal oleh masyarakat guna menjunjung produk lokal dari Kalimantan Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, T. 2009. Pengelolaan buangan industri. Institute teknologi adhi tama Surabaya. Surabaya.
- Alma, B. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Anoraga, Pandji. 2007. Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi. Pengantar Bisnis. Jakarta
- Arif, H.S. 2013. Potensi Biolarvasida Ekstrak Etanol Kulit Batang Karet India dan Uji Toksisitas nya dengan Metode Brine Shrimps Lethality Test, Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. 2020. Statistik Indonesia 2020. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. Palangka Raya.
- Badrudin. 2013. Dasar- Dasar Manajemen. Cetakan kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu sosial. Jakarta
- David, Fred R. 2009. Strategic Management: Concepts and Cases, Twelfth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- David, Fred R. 2016. Strategic Management: Concepts and Cases, Edisi Keempat Belas. London: Person.
- Diniarti, I., (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Obat Tradisional (IOT) Tahun 2017. Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia.
- Freddy Rangkuti. 2003, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Freddy Rangkuti .2004, Riset Pemasaran. Cetakan Kelima. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Freddy Rangkuti. 2016 Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Galingging, R.Y., 2009. Bawang Dayak sebagai tanaman obat multifungsi, Warta penelitian dan Pengembangan. Kalimantan Tengah.
- Garvita, V.R. (2015). Pemanfaatan Tumbuhan Obat Secara Tradisional untuk Memperlancar Persalinan oleh Suku Dayak Meratus di Kalimantan Selatan. Warta Kebun Raya, 13(2).
- Ibrahim. 2016. *Inventarisasi Tumbuhan Obat Tradisional Suku Dayak Bakumpai di Kecamatan Murung Kabupaten Murung Raya*, Skripsi tidak diterbitkan, Palangkaraya: IAIN Palangkaraya.
- Justin. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.
- Jefry Tarantang dan Bella Mutiara Kasih. 2018. Jual Beli Ramuan Tradisional Masyarakat Dayak Perspektif Belom Bahadat Dan Etika Bisnis Syariah. Institut Agama Islam Negeri. Palangka Raya.

- Kartika, Trimin. 2015. Inventarisasi Jenis-Jenis Tumbuhan Brkhasiat Obat di Desa Tanjung Baru Petai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir (OI) Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Sainmatika*.
- Kasmir. 2006. Kewirausahaan, Jakarta: Rajawali Pers.
- Listyawan. 2011. Pengaruh Modal Usaha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muthia Sri. Rahayu. 2011. Pemanfaatan Tumbuhan Obat. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.
- Nurwidodo. 2003. Pencegahan dan Promosi Kesehatan Secara Tradisional Untuk Peningkatan Status Masyarakat di Sumene Madura. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMM. Malang.
- Noorcahyati. (2012). Tumbuhan Berkhasiat Obat Etnis Asli Kalimantan. Balai Penelitian Teknologi Konservasi Sumber Daya Alam. Balikpapan Kalimantan Timur.
- Paramitha M.D dan Rahmanisa S. 2016. Ekstrak Etanol herba sambiloto sebagai antibiotic terhadap mencit wistar terinduksi aloksan. Fakultas kedokteran Universitas Lampung. Lampung
- Pearce, John A. and Robinson Richard B. Jr. (2003). Strategic management formulation, implementation and control. Boston: Mc Graw Hill.
- Suryana, Achmad. 2007. Prospek dan arah pengembangan agribisnis tanaman obat edisi kedua. Jakarta.
- Surya. 2008. Penerapan Good Corporate Governance (Mengesampingkan Hak- hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha). Jakarta: Kencana.
- Suliyanto. (2010). Studi kelayakan bisnis. Yogyakarta: Andi
- Sutrisno, Edy. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. (2007). Manajemen publik. Jakarta: Grasindo.
- Wibowo, Singgih. (2007). Petunjuk mendirikan usaha kecil. Depok: Wisma Hijau.
- Wispondono, R. M. Moch. 2010. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Industri Batik di Kabupaten Bangkalan, Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis.