

**STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DAN FAKTOR PENENTU  
PERTUMBUHAN USAHA BUSANA MUSLIM: STUDI PADA DESA  
SUNGAI PINANG, KECAMATAN RAMBUTAN, KABUPATEN  
BANYUASIN**

**Muhammad Nur Ismail, Ulil Amri**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

E-mail: [ismailmarzu12@gmail.com](mailto:ismailmarzu12@gmail.com), [ulilamri\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:ulilamri_uin@radenfatah.ac.id)

***Abstract***

*The background of this research is that business development is a very important thing that must be done by entrepreneurs, because an entrepreneur is said to be successful if he is able to develop the business he manages. By knowing the factors that influence business development, the business can be developed in a better direction. This research aims to find out what factors encourage and inhibit the development of Muslim fashion businesses in Sungai Pinang Village, Rambutan District, Banyuasin Regency, to find out what entrepreneurs' strategies are in dealing with business obstacles. This research aims to find out how entrepreneurial strategies are in dealing with factors that influence the development of Muslim fashion businesses. This research uses qualitative methods. Data collection was carried out using interviews and documentation methods. The data that has been collected is then analyzed using a descriptive approach, namely the approach used to analyze data by describing the data that has been collected as it is. The results of the research show that Entrepreneurial Strategies in Facing Barriers to Muslim Fashion Business in Sungai Pinang Village. Every business experiences obstacles, but there are always solutions to minimize them. Entrepreneurs need to have strategies to minimize failure and understand the factors that support business success. The strategies of entrepreneurs in Sungai Pinang Village to develop a Muslim fashion business include: Managing Financial Resources by developing a financial information system for making business decisions. Entrepreneurs need to understand the health of their business to be able to control it. Managing employees effectively is very important because business owners cannot work alone.*

***Keywords:*** Business Development, Influencing Factors, Muslim Clothing

**PENDAHULUAN**

Perkembangan usaha sangat penting untuk dilakukan dan dipertahankan, sebab ketika perkembangan usaha itu berhasil dilakukan berarti para wirausahawan telah sukses dalam menciptakan sebuah produk. Perkembangan usaha dijalankan dengan tujuan untuk menciptakan value creation guna memberikan nilai tambah perusahaan dan diutamakan pada down stream industry dan by product. Banyak wirausahawan yang berhasil dan sukses. Namun, tak bisa dipungkiri ada banyak pula wirausahawan yang mengalami stagnasi (bisnis tak berkembang). Usaha merupakan setiap aktivitas yang

dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Usaha sering kali diartikan sebagai sebuah bisnis. Dalam hal ini, usaha merupakan setiap upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Berdagang dalam islam merupakan satu dari aspek kehidupan yang memiliki sifat horizontal dan dapat bernilai ibadah. Selain itu perdagangan dalam islam sangat ditekankan secara khusus dikarenakan perdagangan memiliki kaitan langsung dengan sektor ril. Perkembangan busana muslim di Indonesia pada beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang luar biasa. Minat warga akan busana muslim semakin hari semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat para desainer busana muslim pada mendesain busana muslim terkini. Waktu itu, perkembangan busana muslim pada indonesia mulai diakui global, tentu saja hal ini menyampaikan kesempatan yang seluas luasnya pada indonesia buat menempatkannya menjadi salah satu kiblat busana muslim global.

Menurut Kabid UKM Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera bahwa pengusaha Busana Muslim di Sumatera Selatan mengalami Pasang Surut dari tahun 2021 sampai tahun 2024. Artinya pengusaha Busana muslim di Provinsi Sumatera Selatan mengalami naik turun setiap tahunnya. Naik dan Menurunnya pengusaha busana muslim itu disebabkan oleh dampak dari Virus Corona (Covid19), karena segala aktivitas masyarakat dikurangi dan pemerintah menganjurkan untuk berada di rumah masing-masing. Oleh sebab itu sangat berdampak pada pengusaha busana muslim yang ada di provinsi sumatera selatan, wirausaha busana muslim belum sepenuhnya memahami bagaimana strategi untuk mengatasi dan mempertahankan usahanya pada saat itu. Namun ada sebagian Kewirausahaan mampu mempertahankan usahanya dan ada juga yang tidak dapat mempertahankan usahanya sehingga mengalami penurunan konsumen dan berakibat usaha yang tidak berkembang.

Banyak wirausahawan yang mempunyai pola pikir yang salah khususnya ketika membangun sebuah bisnis. Mayoritas wirausahawan menjalankan usahanya dahulu. Modal mereka hanyalah keberanian, kenekatan, langsung dan cenderung kearah gambling. Mereka menganggap bisnis itu perlu coba-coba. Kesuksesan dalam pembisnis itu adalah keberuntungan. Oleh sebab itu, mereka nekat, berani, ikut ikutan atau meniru bisnis orang lain tanpa memahami hakikat dan sejarah bisnis itu terlebih dahulu. Tentu saja, bisnis yang bermodal ikut-ikutan atau coba-coba, hampir sebagian besar berujung pada kebangkrutan. Akibatnya adalah pilihan karier menjadi pengusaha dihindari oleh banyak orang.

Seiring perkembangan dunia bisnis dan perekonomian serta persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, mengakibatkan seringkali ditemukan kecurangan yang berjauhan dengan nilai-nilai moralitas dan Agama, kerap ditemui kecurangan pada perekonomian. Saat ini banyak ditemui pedagang

yang dalam pelaksanaan bisnisnya dipenuhi oleh praktekpraktek mal-bisnis, yang dimaksud praktek mal bisnis dalam pengertian ini adalah mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek, membawa akibat kerugian, maupun melanggar hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya etika dalam berbisnis.

Dalam melakukan pengembangan usaha ada dua teknik yang dapat dilakukan oleh wirausahawan, yaitu: Pertama, memperluas cakupan usaha. Salah satu pengembangan usaha yang dilakukan oleh beberapa wirausahawan di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan adalah bisnis busana muslim. Busana muslim merupakan salah satu sektor yang menjanjikan untuk dikembangkan dalam kaitannya dengan perolehan devisa, penyediaan lapangan kerja, bisnis pakaian akan terus mengalami perkembangan seiring dengan berubahnya gaya hidup dan fashion. Ketika tren busana muslim di Indonesia berubah begitu cepat dan berkembang dengan begitu pesat, para wirausahawan selalu menghadirkan pembaruan dan mendapatkan respon yang sangat baik. Para pengguna busana muslim semakin dinamis dan sensitif terhadap tren, yang selanjutnya memungkinkan para wirausahawan mengeksplorasi berbagai bahan, warna, corak, dan aksesoris sehingga diperoleh gaya yang paling sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Kedua, memperluas skala ekonomi.

Perluasan skala ekonomi dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi dan tempat usaha. Kegagalan dan keberhasilan wirausahawan dalam mencapai kesuksesan dapat diakibatkan oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor pendorong maupun faktor penghambat yang mempengaruhi perkembangan usaha. di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan kabupaten Banyuasin memiliki masyarakat yang kreatif dan memiliki banyak usaha yang berkembang, namun masih ada sebagian kecil wirausahawan yang belum mampu mengembangkan usaha yang dikelolanya. Bahkan adapula wirausahawan yang berhenti mengelola usahanya, hal tersebut disebabkan karena berbagai faktor, ada wirausahawan yang takut untuk mengembangkan usahanya karena tidak memiliki modal, mereka menganggap bahwa modal merupakan hambatan terbesar, dan jika tidak ada modal maka usaha yang didirikan tidak akan mengalami pengembangan, ada juga wirausahawan yang menganggap usaha yang dikelolanya hanya sebagai usaha sampingan saja dan ada wirausahawan yang mendirikan usaha dengan mengandalkan pengalaman dan pengetahuan seadanya, sehingga bisnis yang dikelolanya sulit untuk mengalami pengembangan. Kegagalan semacam itu terjadi karena wirausahawan hanya mengetahui salah satu faktor saja, tanpa mengetahui faktor-faktor lain yang sebenarnya bisa sebagai pacuan semangat atau sebagai jalan keluar agar usaha dapat dikembangkan.

Untuk itu, seorang pebisnis harus memiliki sikap optimis dalam perjalanan bisnisnya, mencari sumber-sumber bahan produksi dari hal yang baik, mempunyai lokasi produksi di tempat yang sesuai, memiliki sistem pengelolaan bisnis yang profesional, menjadikan tenaga kerja sebagai seorang patner bisnis, dan memasarkan hasil produksi bisnisnya dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dan penghambat perkembangan usaha busana muslim di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin serta untuk mengetahui strategi para pengusaha dalam menghadapi faktor-faktor yang menghambat perkembangan usaha busana muslim di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah Field research atau penelitian lapangan yaitu metode yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang alamiah. Dengan menggunakan metode ini dapat mengetahui lebih mendalam dan terperinci tentang suatu permasalahan atau fenomena yang akan diteliti. Lokasi penelitian yaitu di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin mengenai Analisis Strategi Kewirausahawan dalam Menghadapi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha busana muslim. Adapun data penelitian ini adalah data primer yaitu dari wawancara langsung dengan pengelola usaha busana muslim.

Data Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: Wawancara dan Dokumentasi. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Adapun pengelolaan data meliputi antara lain: 1. Data Reduction (Reduksi Data), 2. Display Data (Penyajian Data), 3. Verification.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Perkembangan Usaha Busana Muslim di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin**

Untuk mengetahui pengembangan usaha busana muslim di Desa Sungai Pinang maka peneliti melakukan wawancara pada 3 Wirausaha busana muslim yang ada di Desa Sungai Pinang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti maka diperoleh data sebagai berikut:

- a. Syafa Collection dipimpin oleh Ibu Sarimah berdiri pada tahun 2013. Usaha yang dimiliki Ibu Sarimah berkembang dengan baik. Dengan bermodalkan Tekad dan Kerja Keras yang Kuat Ibu Sarimah mampu mengelola usahanya dan mengembangkan usahanya sampai pada saat ini. Awal mula hanya memiliki 1 karyawan dan kini mampu berkembang menjadi 3 karyawan. Syafa Collection menjual berbagai macam jenis

- busana muslim, mulai dari gamis, Jilbab, Baju Koko dan Mukenah.
- b. Balqis Collection didirikan oleh Ibu Amalia Siska pada tahun 2014. Namun sebelum mendirikan usaha Ibu Amalia Siska berkecimpung di dalam dunia marketing terlebih dahulu. Dengan menggunakan skill, Ibu Amalia Siska mendirikan usaha dan mengembangkan usahanya sampai pada saat ini. Awal mula hanya memiliki 2 karyawan dan kini mampu berkembang 4 karyawan. Balqis Collection menjual berbagai macam jenis busana muslim dan pakaian wanita Mulai dari Mukenah, Baju Muslim, Sarung dan Mukenah.
  - c. Zahra Collection didirikan oleh Ibu Rita Septiani pada tahun 2012. Dengan menggunakan modal pribadi Ibu Rita Septiani mampu mendirikan usaha dan mengembangkan usahanya sampai pada saat ini. Awal mula berupa Butik Kecil yang hanya memiliki 1 karyawan dan kini mampu berkembang serta karyawan yang dimiliki saat ini adalah 5 karyawan. Zahra Collection menjual berbagai macam jenis busana muslim, mulai dari gamis bahan catton, blues, gamis bahan kaos, baju taqwa, dan mukena, dan segala macam busana muslim anak dan dewasa.

## **2. Faktor-faktor yang Mendorong Perkembangan Usaha Busana Muslim di Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan**

Berdasarkan temuan wawancara dan observasi lapangan, perkembangan usaha busana muslim di Desa Sungai Pinang tidak berdiri pada satu sebab tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi beberapa faktor internal pelaku usaha dan faktor eksternal pasar. Dari sisi internal, kemauan dan kemampuan menjadi fondasi awal yang menentukan apakah sebuah usaha bertahan dan naik kelas. Kemauan biasanya tampak dari keberanian mengambil keputusan, kesiapan belajar, serta konsistensi merawat relasi pelanggan; sedangkan kemampuan terkait keterampilan memilih produk, membaca tren, mengelola stok, hingga mengatur keuangan. Dalam konteks industri fashion halal yang terus tumbuh, peluang pasar terbuka lebar, tetapi pelaku usaha tetap dituntut memiliki kapasitas adaptasi agar bisa menangkap peluang tersebut (Rizkyana et al., 2022).

Faktor berikutnya adalah tekad yang kuat dan kerja keras. Tekad di sini tidak hanya berarti “semangat”, tetapi terwujud pada pola kerja yang teratur: disiplin jam operasional, konsisten memasarkan produk, dan mampu mempertahankan kualitas layanan saat permintaan meningkat. Banyak UMKM fashion yang berhasil berkembang karena pelaku usahanya menjaga ritme kerja dan tidak cepat puas pada penjualan musiman. Di sisi lain, tren fashion syariah juga bergerak cepat mengikuti preferensi konsumen, sehingga kerja keras harus

diikuti kemauan memperbarui wawasan tren, model, dan selera pasar (Srisusilawati et al., 2024).

Selanjutnya, kesempatan dan peluang menjadi faktor eksternal yang sangat menentukan. Peluang muncul dari meningkatnya minat masyarakat pada busana muslim, momen musiman (Ramadan, Idulfitri, tahun ajaran baru), hingga tren promosi berbasis media sosial. Banyak pelaku usaha kecil kini dapat menjangkau pasar di luar desa tanpa harus membuka cabang fisik, cukup dengan strategi pemasaran online dan pemanfaatan marketplace (Lestari et al., 2022). Di sisi lain, pemasaran digital terbukti membantu UMKM membangun kesadaran merek (brand awareness) secara lebih luas, terutama ketika pelaku usaha konsisten membuat konten, merespons calon pembeli, dan memanfaatkan kanal digital secara terencana (Malik et al., 2022). Bahkan dalam konteks pemasaran busana muslim, penguatan promosi melalui media sosial dapat menjadi pendorong pertumbuhan karena membantu memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan interaksi (Tan & Putra, 2025).

Faktor lain yang sangat menonjol adalah kualitas produk. Pada usaha busana muslim, kualitas tidak hanya dipahami sebagai “bagus” secara umum, tetapi mencakup ketepatan ukuran, kenyamanan bahan, kerapian jahitan, ketahanan warna, dan kesesuaian model dengan kebutuhan pelanggan. Kualitas yang stabil akan membangun kepercayaan dan pembelian berulang, sementara kualitas yang tidak konsisten sering memicu komplain, retur, atau penurunan reputasi dari mulut ke mulut. Dalam pasar fashion halal, persepsi “layak dan pantas” juga berkaitan dengan kesesuaian nilai: model yang sopan, tidak menonjolkan aurat, dan tidak menimbulkan unsur penipuan (gharar) dalam informasi produk. Pada level praktik, hal ini dapat diwujudkan melalui deskripsi produk yang jujur, foto sesuai kondisi barang, dan transparansi bahan/ukuran, sejalan dengan tuntutan meningkatnya “halal awareness” pada sektor fashion (Rizkyana et al., 2022).

Dari sisi rantai pasok, hubungan pemasok dan distributor menjadi pengungkit penting. Banyak UMKM busana bergantung pada pemasok kain/produk jadi, penjahit/konveksi, serta jalur distribusi (kurir, reseller, titip jual). Jika hubungan ini tidak stabil misalnya pasokan tersendat, harga bahan baku fluktuatif, atau distributor tidak konsisten maka usaha mudah terganggu. Penguatan rantai pasok melalui pemahaman alur supplier–produksi–distribusi–konsumen membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan menjaga keberlanjutan bisnis (Imaroh, 2024).

Terakhir, keuangan menjadi faktor yang sering menentukan apakah usaha “jalan di tempat” atau berkembang. Banyak UMKM mampu menjual, tetapi tidak berkembang karena arus kas tidak dikelola: uang usaha bercampur dengan uang rumah tangga, pencatatan minim, dan keputusan belanja stok

tidak berbasis perhitungan. Studi tentang pengelolaan keuangan UMKM menunjukkan bahwa perencanaan anggaran, pencatatan sederhana, dan kontrol keuangan adalah praktik dasar yang membedakan UMKM yang lebih tahan bersaing (Khadijah & Purba, 2021).

Sementara itu, faktor penghambat yang Anda temukan dapat dipahami sebagai “bottleneck” operasional dan manajerial. Keterbatasan waktu sering terjadi karena pelaku usaha memegang peran ganda (rumah tangga, pekerjaan lain), sehingga pengembangan bisnis tidak fokus. Lokasi yang kurang memadai berdampak pada traffic pembeli offline dan biaya akses. Ketidakmampuan melakukan peralihan kewirausahaan biasanya muncul saat pasar berubah (misalnya pergeseran ke digital), tetapi pelaku usaha tetap memakai cara lama. Tidak kreatif dan inovatif menyebabkan produk monoton sehingga kalah saing ketika tren berubah cepat (Srisusilawati et al., 2024). Terakhir, pola one man show membuat usaha rapuh: semua keputusan, pemasaran, stok, dan layanan ditumpukan pada satu orang sehingga bisnis mudah stagnan ketika pemilik sibuk atau sakit; masalah ini sering terkait lemahnya pendelegasian dan sistem kerja.

### **3. Strategi Para Wirausahawan Menghadapi Faktor-faktor yang Menghambat Pengembangan Usaha Busana Muslim di Desa Sungai Pinang**

Strategi wirausahawan pada dasarnya perlu diarahkan pada dua tujuan: menjaga kestabilan usaha (survive) dan mendorong pertumbuhan (grow). Dalam temuan Anda, dua strategi yang menonjol mengelola sumber daya keuangan dan mengelola karyawan sebenarnya dapat diperluas menjadi paket langkah praktis yang saling menguatkan.

Pertama, mengelola sumber daya keuangan sebaiknya dimulai dari disiplin yang paling mendasar: pemisahan uang usaha dan uang pribadi, pencatatan transaksi harian, serta penyusunan target stok dan target penjualan berbasis musim. Praktik ini relevan karena penelitian UMKM menunjukkan banyak usaha belum kuat pada aspek pelaporan dan pemahaman laporan keuangan, padahal perencanaan dan pencatatan sederhana terbukti membantu kontrol usaha (Khadijah & Purba, 2021).

Pada level implementasi, wirausahawan dapat membuat “pos” anggaran: belanja stok, biaya operasional, promosi, dana darurat, dan tabungan investasi usaha. Strategi ini mengurangi risiko kehabisan kas saat permintaan turun atau pemasok menaikkan harga. Dalam perspektif etika bisnis Islam, pengelolaan keuangan yang tertib juga membantu menjaga amanah, menghindari ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi, dan menguatkan prinsip keadilan dalam pembayaran kepada pemasok maupun pekerja.

Kedua, mengelola karyawan secara efektif tidak harus berarti struktur organisasi yang rumit. Untuk UMKM busana muslim, yang penting adalah pembagian tugas yang jelas: siapa yang melayani pelanggan, siapa yang mengelola stok, siapa yang membuat konten digital/unggahan, dan siapa yang menangani pengiriman. Dengan pembagian peran, risiko “one man show” berkurang dan pemilik usaha bisa fokus pada keputusan strategis (pemilihan produk, pemasaran, relasi pemasok). Jurnal yang membahas strategi pengelolaan karyawan pada UMKM menekankan bahwa pengelolaan SDM yang efektif merupakan kunci peningkatan kinerja bisnis (Surtinah, 2025). Dalam praktiknya, pelaku usaha dapat menyusun SOP sederhana: standar respon chat, standar pengecekan barang sebelum kirim, standar penanganan komplain, hingga standar penataan display. SOP ini membuat kualitas layanan lebih konsisten meskipun pemilik usaha tidak selalu berada di tempat.

Di samping dua strategi utama tersebut, ada strategi pendukung yang logis untuk menutup hambatan yang Anda sebutkan. Untuk mengatasi keterbatasan waktu dan lokasi, wirausahawan dapat memperkuat kanal digital: konsisten promosi di media sosial, memanfaatkan marketplace, dan mengoptimalkan pesan singkat/WA Business untuk katalog serta auto-reply. Strategi pemasaran online dan e-commerce terbukti menjadi jalan bagi UMKM fashion untuk meningkatkan daya saing tanpa memerlukan modal fisik yang besar (Lestari et al., 2022). Selain itu, digital marketing juga berperan dalam membangun brand awareness UMKM ketika dilakukan secara terencana (Malik et al., 2022). Pada konteks busana muslim, optimalisasi media sosial melalui konten visual yang baik, konsistensi unggahan, dan interaksi dengan audiens dapat memperluas pasar sekaligus meningkatkan engagement (Tan & Putra, 2025).

Untuk menghadapi persoalan pasokan dan distribusi, wirausahawan perlu membangun rantai pasok yang lebih aman: memiliki lebih dari satu pemasok, membuat jadwal restock, serta mengikat kerja sama sederhana dengan reseller atau mitra titip jual. Penerapan pemahaman rantai pasok dari pemasok hingga produk diterima konsumen direkomendasikan sebagai langkah untuk mengatasi hambatan bahan baku dan produktivitas UMKM serta memperkuat keberlanjutan bisnis (Imaroh, 2024).

Terakhir, terkait isu kurang kreatif dan inovatif, strategi yang relevan bukan sekadar “mengikuti tren”, tetapi melakukan inovasi yang terukur: variasi model, paket bundling (misalnya khimar + inner), peningkatan kualitas foto, serta penguatan identitas produk (label, kemasan, storytelling). Mengingat tren fashion syariah berkembang dinamis, pembaruan produk dan cara komunikasi nilai menjadi penting agar usaha tidak tertinggal (Srisusilawati et al., 2024).

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan: Strategi Wirausahawan dalam Menghadapi Hambatan Usaha Busana Muslim di Desa Sungai Pinang. Setiap usaha mengalami hambatan, namun selalu ada solusi untuk meminimalisirnya. Wirausahawan perlu memiliki strategi untuk meminimalisir kegagalan dan memahami faktor yang mendukung keberhasilan usaha. Strategi wirausahawan di Desa Sungai Pinang untuk mengembangkan usaha busana muslim antara lain adalah: Mengelola Sumber Daya Keuangan dengan mengembangkan sistem informasi keuangan untuk pengambilan keputusan bisnis. Wirausahawan perlu memahami kesehatan bisnisnya untuk dapat mengendalikannya. Mengelola karyawan secara efektif sangat penting karena pemilik bisnis tidak bisa bekerja sendiri.

Bagi Pihak Kewirausahaan, Kewirausahaan di Desa Sungai Pinang harus bisa mempertahankan perkembangan usahanya dan lebih giat mengsosialisasikan strategi yang sudah ada. Dan diharapkan dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha busana muslim di Desa Sungai Pinang dapat memberikan kontribusi bagi wirausahawan lain untuk dapat mengembangkan usaha yang dikelola.

## BIBLIOGRAFI

- Adam, Muhammad. (2022). Pengaruh promosi, kepercayaan dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1).
- Agustina, M. S., Fiandi, M., & Ramayanti, T. P. (2023). Pengaruh brand trust dan marketing public relation terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan Batara Haji dan Umrah BTN iB. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 2(1), 24–31. <https://doi.org/10.59066/jmae.v2i1.250>
- Alawiyah, T., & Mochlasin, M. (2021). Peran kepercayaan dalam memoderasi pengaruh sales promotion, advertising dan religiusitas terhadap keputusan menabung. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 9(2), 257. <https://doi.org/10.20961/hpe.v9i2.54638>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (hlm. 131). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bank Sumsel Babel Syariah. (n.d.). *Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah*.
- Bank Sumsel Babel kenalkan tabungan haji usia dini ke siswa madrasah. (2022, September 19). *Inmassumsel*.
- Choiruman, D., & Widaningsih, S. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Indihome (Studi kasus PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Graha Merah Putih Bandung Tahun 2022). *e-Proceeding of Applied Science*, 9(1), 609.

- Chrismardani, Y. (2016). Theory of planned behavior sebagai prediktor intensi berwirausaha. *Kompetensi*, 10(1), 90–103. <http://www.dbpia.co.kr/Article/3031618>
- Fadia, T. P. (n.d.). Kenali apa itu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. ebizmark Blog.
- Hidayatullah, S. (2015). Cara mudah menguasai statistik deskriptif (hlm. 10). Jakarta Selatan: Salemba Teknika.
- Imaroh, T. S. (2024). Penerapan supply chain produk usaha mikro kecil dan menengah menuju keberlanjutan bisnis. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 8368–8373. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.34208>
- Jauhariyah, N. A., Munawar, A., & Mahmudah, M. (2020). Strategi pemasaran syariah dan waiting list terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji pada PT BRISyariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 74–92. <https://doi.org/10.35896/jse.v2i1.61>
- Khadijah, K., & Purba, N. M. B. (2021). Analisis pengelolaan keuangan pada UMKM di Kota Batam. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(1), 51–59. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.337>
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Mixue di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Malik, Z. A., Srisusilawati, P., Silviany, I. Y., Fajaria, R. M., & Tsania, S. C. (2022). Digital marketing in developing brand awareness of MSMEs. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 282–288. <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.8.2.282>
- Mulyono. (2019). Analisis uji asumsi klasik. Jakarta.
- Ningsih, E. S., Fatimah, F. S., Sarwadhamana, R. J., & Sulistyaningsih, E. (2021). Uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner manajemen talenta. *Indonesia Journal of Hospital Administration*, 4(2), 52–55.
- Oktaviani, R. P., Indriastuti, H., & Zainurossalamia, S. ZA. (2022). Pengaruh promosi, kepercayaan, kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan haji (MABRUR): Studi pada Bank BRI Syariah Cabang Samarinda Seberang. *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(1), 105–114.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi. (2017). Supply chain management (Ed. 3). ANDI.

- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jymb.v6i2.6690>
- Rizkyana, E., Syafa'ah, P., & Husnurrosyidah, H. (2022). Industri halal fashion di Kota Pati: Peluang dan tantangan. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 76–87. <https://doi.org/10.33477/eksy.v4i02.4043>
- Srisusilawati, P., Ananda, R., & Fauziah, A. (2024). Tren fashion muslim dan pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 953–961. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8397>
- Sugiyono. (2018). *Statistika untuk penelitian* (hlm. 61). Bandung: CV Alfabeta.
- Suarniki, N. N., Budiati, P. L., & Afriana, R. A. (2022). Pengaruh brand awareness dan perceived quality terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna smartphone iPhone di PT Teletama Artha Mandiri). *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 278–287.
- Sunyoto, D. (2018). *Metodologi penelitian untuk ekonomi: Alat statistik & analisis output komputer* (hlm. 141). Yogyakarta: CAPS.
- Supranto. (2019). *Statistik: Teori dan aplikasi* (Cet. ke-6, hlm. 10). Jakarta: Erlangga.
- Surtinah, S. (2025). Pengelolaan karyawan dan manajemen strategis sebagai kunci pengembangan UMKM: Studi kasus UMKM UD. Monik Banjarmasin. *Research Community Development Journal*, 5(4), 4206–4212. <https://doi.org/10.31004/rcdj.v5i4.33347>
- Tan, H., & Putra, E. (2025). Optimalisasi digital marketing dan strategi pemasaran untuk pengembangan UMKM pada mahasiswa. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 577–583. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.5113>
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan nasabah sebagai mediator pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 79–86.