

ISBN : 978-602-18249-1-7

SOSIOLOGI EKONOMI SUATU PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS



DRS. H. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, MPd



Drs. H. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, MPd



Adalah Dosen di beberapa Penguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Medan, saat ini menjabat sebagai ketua Forum Komunikasi Dosen Penguruan Tinggi Swasta se-Indonesia (FORDSSI) DPD Sumatera Utara. Pemegang Sertifikat Penatar P4 Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila. Selama 12 tahun mengajarkan mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan bagi mahasiswa PTN dan PTS di Medan.

Drs. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, MPd telah menulis beberapa buku ilmiah dan jurnal akademik dan sebagai nara sumber tetap di Radio Republik Indonesia Medan.

Drs. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, MPd Adalah Alumni Leader Trainer Asia Pasifik Regional World Organization Scouts Movement, Tahun 2009 tercatat sebagai anggota ATAS (Association Top Achiever Scout) No # 745. Penerima beberapa penghargaan seperti : Lencana Melati, Lencana Darma Bhakti, Lencana Panca Warsa dan Medali Gemilang Presiden, Anugerah Presiden, Pingat Setia, Pingat 100 Tahun Pengakap dan Medali ENO Silver Award serta beberapa penghargaan lainnya dari dalam dan luar negeri dalam bidang kepramukaan. untuk bidang pendidikan memperoleh medali peduli pendidikan yang diberikan oleh Dewan Pimpinan Pusat Forum Dosen Jakarta

Meyelesaikan pendidikan formal SD Negeri 82 di Medan, SMP Al-Ittihadiyah di Medan, SMA Taman Siswa di Medan, S1 Kependidikan IPA di Institut Agama Islam Negeri di Medan, S2 Manajemen Pendidikan di Universitas Negeri Medan dan S3 Manajemen Pendidikan di Universitas Negeri Medan.

Menikah dengan : Dra. Harlinda Zulkaidah Siregar, MPd dan dikaruniai 3 putera : 1. M. Rizal Fadillah Marpaung. 2. M. Thoriq Fadillah Marpaung. 3. M. Tholib Fadillah Marpaung.



ISBN : 978-602-18249-1-7



978-602-18249-1-7

PENERBIT YAYASAN FADILLAH MALAY ISLAMI



SOSIOLOGI EKONOMI SUATU PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS

Penyusun :

Drs. H. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, M.Pd



Penerbit Yayasan Fadillah Malay Islami

**SOSIOLOGI EKONOMI SUATU PENGANTAR
MANAJEMEN BISNIS**

Penyususun :

Drs. H. SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, M.Pd

Penerbit

Yayasan Fadillah Malay Islami
Email fadillahmalayislami@gmail.com
ISBN (978-602-18249-0-0)

Didistribusikan Oleh :

Yayasan Fadilah Malay Islami
Hp 0812 7990 0123
Email fadillahmalayislami@gmail.com

**Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Sosiologi Ekonomi Suatu Pengantar Manajemen Bisnis**

Syafri Fadillah Marpaung
Yayasan Fadillah Malay Islami Medan 2021
17.6 X 25 Cm



Penerbit Yayasan Fadillah Malay Islami



Kata Pengantar



Alhamdulillah, Puji dan Syukur kehadiran Allah Subbhahannahu Wat Taallah, yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk menyelesaikan penulisan Buku "Manajemen Bisnis Sebagai Wahana Berbangsa" karena berkat karunia dan seizinnyalah buku ini dapat diselesaikan, dan tak lupa juga sholawat beriring salam kepada Junjungan Alam nabi Besar Muhammad Sallallahu Allaihi Wassalam yang telah mengajari ummatnya dari alam Jahilliyah ke alam Modern dan Globalisasi ini.

Buku ini penulis susun dari pengalaman membawakan mata kuliah Manajemen Bisnis selama 20 tahun di beberapa Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta kota Medan serta disusun sesuai dengan Kurikulum yang berdasarkan dari Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi No : 44 / DIKTI / Kep / 2006, dan merupakan tambahan Literatur bagi pembaca khususnya mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan.

Buku ini hadir ditangan Pembaca karena dorongan dan motivasi dari penulis untuk menyelesaikannya serta untuk memotivasi ketiga Putera Penulis yaitu Muhammad Rizal (Taufan) Fadillah Marpaung, Muhammad Thoriq Fadillah Marpaung, Muhammad Tholib Fadillah Marpaung agar senantiasa berpacu dalam meningkatkan ilmu dan ibadahnya di dunia.

Buku ini juga merupakan ungkapan Terimakasih Kepada kedua Orang tua yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, Ayahanda Alm. Syahmenan Marpaung, ku Doakan setiap waktu semoga mendapatkan ampunan dan tempat terbaik disisi Allah Subbhahannahu Wat Taallah serta Ibundaku Cut Ratni Chaniago yang senantiasa mendoakan serta banyak memberikan Inspirasi, semoga senantiasa sehat wal afiat selalu. Terimakasih juga Kepada seluruh Guruku dari SD, SMP, SMA, dan Para Dosenku di S-1, S-2 dan S-3. Buku ini mungkin jauh dari kesempurnaan, ibarat kata pepatah Tiada Gading yang Tidak Retak , demikian jugalah dengan buku ini, untuk itu penulis sangat berterimakasih apabila berkenan mengkoreksi memberikan Kritik dan saran untuk kesempurnaan buku ini melalui E-mail penulis : syafri.fadillahmarpaung@yahoo.com

Medan, Maret 2021
Penulis

Drs. Syafri Fadillah Marpaung, MPd



DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi	ii

BAB 1

Konsep Dasar Dan Etika Manajemen Bisnis	1
A. Pengertian Bisnis	1
B. Tujuan Bisnis	3
C. Jenis Jenis Bisnis.....	8
D. Elemen Bisnis	8
E. Unsur Unsur Bisnis.....	9
F. Etika Bisnis.....	9

BAB 2

Start Up Business.....	14
A. Mendirikan Usaha Baru (Start Up).....	14
B. Membeli Perusahaan (Buy Out)	15
C. Kerjasama Manajemen Dengan Sistem Warlaba (Franchise)	17
D. Mengembangkan Usaha Yang Sudah Ada (Family Business).....	17
E. Kesuksesan Menjalankan Bisnis	18

BAB 3

Perencanaan Dan Aspek Dalam Manajemen Bisnis	20
A. Perencanaan Bisnis	20
B. Manfaat Perencanaan Bisnis.....	20
C. Aspek Aspek Manajemen Bisnis	21

BAB 4

Mengelola Bisnis	29
A. Pengertian Pengelolaan	29
B. Tujuan Pengelolaan.....	30
C. Fungsi Pengelolaan	31
D. Ciri Ciri Pengelolaan Bisnis Yang Baik.....	36



BAB 5

Mindset Dan Kreativitas Bisnis	39
A. Mindset Bisnis	39
B. Kreativitas Bisnis.....	48

BAB 6

Strategi Pemasaran	59
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	59
B. Tujuan Strategi Pemasaran.....	61
C. Manfaat Strategi Pemasaran	63
D. Jenis Jenis Strategi Pemasaran.....	64
E. Strategi Bauran Pemasaran	66
F. Bauran Pemasaran Dalam Islam.....	73

BAB 7

Elemen Pemasaran	83
A. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	83
B. Price (Harga).....	89
C. Place (Lokasi).....	94
D. Promotion (Promosi)	97
E. Minat	102

Bab 8

Mutu Produksi	106
A. Pengertian Mutu	106
B. Pengertian Mutu Produk Jasa	106
C. Jenis Jenis Mutu Produk Jasa	106
D. Faktor Yang Mempengaruhi Mutu	108
E. Konsep Pengendalian Mutu	110

Bab 9

Usaha Kecil Menengah.....	112
A. Pengertian Usaha Kecil Menengah	112
B. Klarifikasi Dan Ciri Ciri Usaha Kecil Menengah	113



C. Peluang Pengembangan Usaha Kecil Menengah	114
D. Permasalahan Dan Penghambat Usaha Kecil Menengah	118
E. Sasaran Pembinaan Dan Pemberdayaan	120
F. Fungsi Dan Peran Usaha Kecil Menengah	121

BAB 10

Mengelola Pemasaran Usaha Kecil	122
A. Defenisi Pemasaran	122
B. Analisis Lingkungan Pemasaran	123
C. Langkah Langkah Pengelolaan Pemasaran	127
D. Masalah Masalah Dalam Pengelolaan Pemasaran	130

BAB 11

Konsep Modal Dan Pendapatan Usaha.....	135
A. Modal	135
B. Pendapatan.....	138

BAB 12

Komunikasi Bisnis	141
A. Pengertian Komunikasi Bisnis	141
B. Fungsi Komunikasi Bisnis	141
C. Tujuan Komunikasi Bisnis	142
D. Jenis jenis Komunikas Bisnis	143
E. Media Komunikasi Bisnis	145
F. Proses Komunikasi Bisnis	155

DAFTAR PUSTAKA.....	160
TENTANG PENULIS	162
Lampiran Bank Perkreditan Rakyat Syariah Insani (BPRS)	167
Lampiran Pendirian Yayasan Fadillah Malay Insani.....	174
Lampiran Bintang Garuda Atas.....	180



BAB I

Konsep Dasar Dan Etika Manajemen Bisnis

A. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “*bisnis*” diambil dari bahasa Inggris “*bussines*”.¹ Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar yang berarti “*sibuk*” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skopnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis(hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “*bisnis pertelevisian*”. Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.²

Pengertian bisnis menurut para Ahli:

1. Menurut Peterson, bisnis adalah merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa secara konsisten

BAB 2

Start Up Business

A. Mendirikan Usaha Baru (*Start Up*)

Mendirikan usaha baru adalah memulai usaha dengan mendirikan perusahaan yang baru. Dalam hal ini yang harus dilakukan adalah mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan badan usaha, mulai dari akte notaris sampai ke pengadilan negeri (Departemen Kehakiman), kemudian mengurus izin-izin yang dibutuhkan. Di samping itu, tugas lain adalah mencari lokasi yang tepat dan menyediakan peralatan atau mesin yang sesuai dengan usahanya.³

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting agar kita mampu mengenal seluk beluk usaha tersebut dan mampu

¹ Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), hal. 25

² Top Lintas, *Pengertian bisnis*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 04.20 WIB melalui website <https://m.toplintas.com>

³ Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal 35



mengelolanya. Pemilihan bidang usaha ini harus disesuaikan dengan minat atau bakat seseorang karena minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha.

Di samping faktor minat atau bakat, faktor penentu lainnya adalah modal yang dimiliki. Setiap bidang usaha memerlukan modal yang besarnya tergantung usahanya. Menurut Kasmir⁴, modal dapat dicari dari berbagai sumber seperti dari kantong pribadi, para sanak famili, rekan-rekan sejawat, atau pinjaman. Namun untuk usaha baru, modal pinjaman relatif lebih sulit diperoleh karena jarang lembaga keuangan yang mau membiayai usaha yang masih baru.

Faktor lainnya adalah jangka waktu memperoleh penghasilan atau keuntungan atau laba. Ada usaha yang jangka waktu perolehan keuntungannya relatif pendek, sedang, dan panjang. Besarnya laba yang

BAB 3

Perencanaan Dan Aspek Dalam Manajemen Bisnis

A. Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan, karena di dalam perencanaan bisnis ini dapat diketahui posisi perusahaan saat ini, arah dan tujuan perusahaan, dan cara mencapai sasaran yang ingin dicapai.

Di dalam perencanaan bisnis perlu dilakukan analisis kelayakan Usaha, hal ini dikarenakan aspek utama dalam melakukan usaha pertama kali faktor kelayakan perlu diperhatikan dan merupakan hal yang cukup penting. Perencanaan usaha diperlukan dalam kegiatan bisnis yang akan dilakukan maupun yang sedang berjalan agar tetap berada di jalur yang benar sesuai dengan yang direncanakan. Perencanaan usaha merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha maupun pengambil keputusan kebijakan perusahaan. Perencanaan usaha juga dapat dipakai sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga. Ada lingkup yang perlu dijelaskan, untuk menuju perencanaan usaha yang optimal

B. Manfaat Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan perencanaan yang sangat spesifik. Penyusunannya harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan masing-masing bisnis secara individual. Perencanaan bisnis yang baik juga harus menggambarkan dengan jelas karakteristik bisnis yang sedang atau akan dilaksanakan, sehingga pihak-pihak yang tertarik dengan bisnis ini dapat melihat secara transparan dan mengerti secara jelas prospek perkembangan bisnis ini di masa yang akan datang.

Perencanaan bisnis diperlukan oleh pihak-pihak tertentu sebagai bahan masukan utama dalam rangka pengkajian ulang, untuk turut serta menyetujui atau sebaliknya menolak laporan tadi sesuai dengan kepentingannya. Pihak-pihak tertentu tersebut antara lain :

1. Pihak investor

BAB 4

Mengelola Bisnis

⁴ *Ibid* 37



A. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Nugroho mengemukakan bahwa Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (*to manage*) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai.⁵

Sedangkan menurut Syamsu menitikberatkan pengelolaan sebagai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai efisiensi pekerjaan.

Sementara Terry mengemukakan bahwa : Pengelolaan sama dengan manajemen sehingga pengelolaan dipahami sebagai suatu proses membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.⁶

Pengelolaan atau yang sering disebut manajemen pada umumnya sering

BAB 5

Mindset Dan Kreativitas Bisnis

A. Mindset Bisnis

1. Definisi Mindset Berwirausaha (Bisnis)

Mindset terdiri dari kata mind dan set dimana mind diartikan sebagai sumber pikiran dan memori yang menghasilkan perasaan, pikiran, ide dan penyimpan pengetahuan. Adapun kata set mempunyai arti mendahulukan peningkatan kemampuan dalam suatu kegiatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa mindset adalah sekumpulan cara berpikir atau kepercayaan yang menentukan perilaku, sikap, dan pandangan akan masa depan seseorang⁷.

Adapun kata wirausaha berasal dari dua kata wira yang berarti pahlawan dalam artian sikap berani dan usaha yang bermakna melakukan kegiatan bisnis. Jadi dapat disimpulkan bahwa

⁵ J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana hal 119

⁶ Terry, George R. 2009. Prinsip-prinsip Manajemen. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara hal 9

⁷ Adi W. Gunawan. 2007. Genius Learning Strategy; Petunjuk Praktis untuk Menerapkan Accelerated Learning. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 14



wirausaha adalah seseorang yang melakukan kegiatan bisnis dengan gigih untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan dengan hasil yang membanggakan⁸.

Sedangkan menurut Lambing dan Kuehl wirausaha merupakan orang yang berusaha membuat kombinasi yang baru baik dari proses, produk, pasar pemasok maupun struktur organisasi.⁹ Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa mindset berwirausaha adalah cara berpikir wirausaha yang mempengaruhi sikap dan perilakunya dalam mencapai tujuan hidupnya khususnya dalam menjalankan usahanya. Kewirausahaan merupakan pola pikir yang terbentuk sejak usia dini. Oleh karena itu pendidikan di sekolah sangat berkontribusi untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan, mulai dari sekolah dasar sampai

BAB 6

Strategi Pemasaran

A. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁰ Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.¹¹

Strategi pemasaran juga diartikan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapilingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Sedangkan strategi pemasaran syari'ah adalah cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat produk-produk yang diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan tidak boleh keluar kecuali tunduk mengikuti prinsip-prinsip tersebut.¹² Dalam melaksanakan kegiatan bauran pemasaran, perusahaan memerlukan sebuah strategi yang tepat sehingga segala tujuan dari perusahaan dapat dicapai dengan optimal sesuai dengan keinginan perusahaan. Istilah strategi sudah ada pada masa dan bahasa Yunani yaitu (*stratos* = milit dan *Ag* = pemimpin), yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.

Menurut Tjiptono strategi adalah suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan

⁸ Sukirno, Sadono. 2004. Pengantar Teori Makroekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal 367

⁹ Lambing, Peggy A. and Charles R.Kuehl. 2007. Entrepreneurship. 4th Ed. New Jersey: Pearson Practice Hall. Hal 16

¹⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), hlm. 1340

¹¹ Ibid

¹² Makhul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 57



BAB 7

Elemen Pemasaran

A. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

1. Pengertian *Marketing Mix*

Indriyo Gitosudarmo menuliskan definisi *Marketing Mix* menggunakan definisi Kotler dan Armstrong yaitu, *Marketing Mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market* artinya bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju. Untuk menunjang keperluan tersebut, pengusaha dapat melakukan kebijakan- kebijakan yang terdiri atas: *produk, price, place, dan promotion*.¹³

Philip Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikendalikan perusahaan, dari pasar sasaran, bauran pemasaran terdiri atas segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, yang dikenal dengan “empat P”, yaitu *product, price, lokasi, dan promosi*.¹⁴

Keempat variabel strategi tersebut sangat mempengaruhi pemasaran, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi acuan atau bauran. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran, pedoman yang mampu diandalkan pemimpin perusahaan itu penting. Oleh karena itu, strategi pemasaran (*Marketing Mix*) yang menggunakan unsur variabel keempat tersebut sangat diperlukan dalam kegiatan pemasaran.¹⁵

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, *Marketing*

Bab 8

Mutu Produksi

A. Pengertian Mutu

Mutu merupakan istilah yang mempunyai makna berbeda bagi setiap orang. Mutu produk suatu perusahaan melakukan langkah awal dalam mengembangkan dan memelihara produk dalam persaingan bisnis. Disukai atau tidak, konsumen merupakan pihak yang paling berkepentingan dalam menilai mutu yang dikonsumsi. Tiap definisi menekankan pada aspek mutu yang berbeda meliputi kecocokan penggunaan, tingkat dimana suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen, dan tingkat dimana suatu produk sesuai dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya.¹⁶

¹³ Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, Edisi II, (Yogyakarta: BPFE, 1996), hlm. 181

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terjemah: Benyamin Molan, Edisi 13, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 189

¹⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 181

¹⁶ Peter salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta : Modern Press, 1995), hal:160.



B. Pengertian Mutu Produk Usaha

Mutu produk dapat didefinisikan sebagai keunggulan dalam suatu produk bila dibandingkan dengan produk pesaing dilihat dari sudut pandang pelanggan. Mutu produk selalu dikaitkan dengan spesifikasi, fitur, fungsi, atau kinerja dari suatu produk. Mutu produk juga merupakan peluang menambah nilai bagi perusahaan agar dapat dipergunakan untuk meraih margin keuntungan yang lebih besar lagi. Mutu merupakan faktor ketertarikan berdasar logika atau pertimbangan-pertimbangan. Bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli produk tersebut.¹⁷ Maka, harus adanya ilmu konsep pengendalian mutu produk dalam membangun suatu kegiatan usaha yang memberikan atau menciptakan suatu kondisi yang dapat memuaskan konsumen saat membeli atau memakai produk yang sudah dihasilkan.

C. Jenis-Jenis Mutu Produk Usaha

Ada tiga jenis mutu yang diakui menurut Levienne Ramsey dan Berenson, yakni :

Bab 9

Usaha Kecil Menengah

A. Pengertian Usaha Kecil Menengah

Pembahasan usaha kecil menengah masuk dalam pengelompokan jenis usaha yang meliputi industri dan perdagangan. Pengertian tentang usaha kecil menengah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara itu. Mengenai pengertian usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disatu negara dengan negara lainnya. Dalam definisi tersebut mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan.

Pengertian usaha kecil menengah di Indonesia masih beragam. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) Usaha kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Sedangkan Menurut Badan Pusat Statistik UKM berdasarkan kuantitas kerja, yaitu usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d 99 orang.¹⁸

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah:

Usaha Kecil menurut Undang-Undang No.9 tahun 1995 adalah usaha

¹⁷ Abdillah Mundir, *Mutu Produk*, (Jurnal Ilmiah, Ruz Ress Pasuruan, 2012).

¹⁸ Ade Raselawati, *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Di Indonesia*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2011), hal. 12



BAB 10

Mengelola Pemasaran Usaha Kecil

A. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Selain itu ada pula tiga pendapat tentang pemasaran (marketing) yaitu:

1. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang diajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (William j.Stanton, 1978)
2. Pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan dunia usaha yang mengakibatkan aliran barang dan jasa dari para produsen ke para konsumen. (The American Marketing Association)
3. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. (Philip Kotler, 1995)

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut berarti pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran meliputi aspek fisik dan non fisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ketempat dimana mereka dibutuhkan. Sedangkan aspek nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula

BAB 11

Konsep Modal Dan Pendapatan Usaha

A. Modal Usaha

1. Pengertian Modal Usaha

Pengertian modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepaiawaian seseorang dalam menjalankan suatu usaha¹⁹

2. Jenis-Jenis Modal

a. Modal investasi

¹⁹ Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006)



Modal Investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lbh dari 1 thn. Penggunaan modal investasi jangka panjang untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mesin- mesin, peralatan, kendaraan, bersumber dari perbankan

b. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat sedang beroperasi. Modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dlm satu proses produksi.

c. Modal Operasional

Modal operasional adalah jenis modal yang harus dibayarkan untuk kepentingan biaya operasi bulanan bisnis. Contohnya antara lain gaji pegawai, pulsa telepon, air, PLN, serta retribusi. Intinya, modal operasional adalah uang yang harus dikeluarkan untuk

BAB 12

Komunikasi Bisnis

A. Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis terdiri dari dua suku kata, yakni komunikasi dan bisnis. Yang mana komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dalam rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pengertian bisnis sendiri menurut Lawrence D. Brennan adalah “*a dynamic structure of interchanging ideas, feeling and cooperative effortsto get profit*”, suatu struktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha bersama untuk mendapatkan keuntungan.²⁰

Suatu bisnis hanya mungkin berlangsung jika ada dua orang atau lebih berinteraksi dan berkomunikasi. Bisnis dapat dilakukan seseorang, namun demikian pada umumnya bisnis dilakukan oleh suatu badan (organisasi), yakni bentuk kerjasama dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

B. Fungsi Komunikasi Bisnis.

Dalam proses komunikasi bisnis ini, terdapat fungsi dan tujuannya. Sebagaimana dinyatakan Sutrisna Dewi, yaitu:²¹

1) Informatif

²⁰ Soeganda Priyatna Dan Elvinaro Ardianto, *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), hlm. 24-25

²¹ Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 23.



Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

TENTANG PENULIS



Syafri Fadillah Marpaung, terlahir di Medan pada tgl 05 Februari 1967, putera ke 4 dari 7 Bersaudara, Buah hati Pasangan H. Syahmenan Marpaung dan Hj. Cut Ratni. Semasa kecil sewaktu usia sekolah Dasar sudah bisa menghasilkan uang, beliau pada Tahun 1980 Menamatkan Sekolah Dasar Negeri 82 / O60800 di Jln Bakti Gg. Rahayu Medan. Setamat dari SD Selanjutnya pada tahun 1980 Meneruskan Sekolah di SMP Al-Ittihadiyah Mamiyai Jln. Bromo Medan, dan menamatkannya pada tahun 1983. Pada Masa ini sudah memiliki penghasilan sendiri dari beberapa karyanya. Selanjutnya ditahun 1983 beliau melanjutkan Sekolah Menengah Atas (Taman Madya) Taman Siswa di Jalan Tilak Medan dan menamatkannya tahun 1986.

Dimasa masa ini mulai merambah bisnis kecil kecilan Sepatu Bunut hingga ke Bandung. Tahun 1987 Syafri Fadillah Marpaung melanjutkan pendidikan nya ke Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan Fakultas Tarbiyah Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Alam dan menamatkannya pada tahun 1992. Pada periode ini sudah berani mendirikan Badan Usaha Perusahaan Dagang Bintang Garuda Atlas dan CV serta ikut Menanam Saham pendirian Bank BPRS Puduarta Insani. Pada tahun tahun ini juga Beliau Mulai Menjadi Guru di SMP Sutomo 1 Medan dan Pembina Pramuka di SMA Sutomo Jln Bintang/Bulan Medan. Serta Menjadi Dosen Luar Biasa di Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara. Juga Menjadi Kepala Sekolah Menengah Atas/ Sekolah Menengah Umum Supriyadi Jln Pinang Baris Medan, Selanjutnya Tahun 2001 beliau meneruskan Pendidikan di Program Pasca Sarjana UNIMED (Universitas Negeri Medan) Jurusan Administrasi Pendidikan Tamat tahun 2003. Pada periode periode ini beliau Tetap menjadi Guru, Kepala Sekolah, Dosen IAIN dan Dosen IBBI, serta juga berbisnis.

Tahun 2011 Beliau mendaftar menjadi Mahasiswa Program Doktor S-3 Manajemen Pendidikan Di Unimed (Universitas Negeri Medan) Sumatera Utara. Dengan Program Beasiswa dari Kemendikbud RI.

Beliau juga pernah menjadi Kepala SMA (Sekolah Menengah Atas) Chandra Kusuma Jakarta. Bisnis Travel dan Jasa angkutan pernah digelutinya, bahkan dia pernah beberapa kali Mencarter Pesawat udara, Medan - KL. Menikah dengan Dra. Hj Harlinda Zulkaidah Siregar, MPd pada 19 Juni 1994, dikaruniai 3 Orang Putera yang Bernama : 1. Muhammad Rizal Fadillah Marpaung, SM. 2. Muhammad Thoriq Fadillah Marpaung. 3. Muhammad Tholib Fadillah Marpaung. Beliau Banyak Menulis Buku dan Banyak Menerima Penghargaan dari dalam Negeri dan dari Luar Negeri, saat ini beliau menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam FITK UINSU Medan. Beliau juga telah menyempurnakan Rukun Islam kelima, yakni menunaikan Ibadah Haji pada Tahun 2017.



DAFTAR PUSTAKA

- A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran*, (Jakarta: AMZAH, 2013)
- Abdillah Mundir, *Mutu Produk*, (Jurnal Ilmiah, Ruz Ress Pasuruan, 2012).
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2007)
- Ade Raselawati, *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Di Indonesia*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2011)
- Adi W. Gunawan. 2007. *Genius Learning Strategy; Petunjuk Praktis untuk Menerapkan Accelerated Learning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Afifuddin. (2010). *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta
- Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, (Jakarta: Asy SyaamilPress & Grafika, 2001)
- Angelis, De Barbara, (2003). *Comfidence Sumber Sukses Dan Kemandirian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Assauri S, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali, 1993)
- Banu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pem penghapusan atau pernyataan tak berlakuthd surat-surat berharga yg telah dibayarkan kembali atau telah hilangnya Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008)
- Chandra I. Robby, *Etika Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 1998
- Christopher Lovelock, dkk., *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, Jilid 1, Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Dan B. Curtis dan James J. Floyd dan Jerry L. Winsor, *Komunikasi Bisnis dan Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004)
- Daryanto dan Muljo Raharjo. 2012. *Model Pembelajaran Inovatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- David Chandra, "Implementasi Penggunaan Social Media Optimization Sebagai Internet Marketing" dalam <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/David%20Chandra%202.pdf>.
- David, F.R. *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh*. (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2004)
- Depag RI., *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Diponegoro, 2012)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Tanjung Mas Inti Semarang, 1995)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008)
- Dewan Standar Akuntansi keuangan, *Pernyataan standar akuntansi keuangan* (Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia, 2009)
- Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Ferdinand dan Rian Pranomo, *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, Jurnal Diponegoro Business Review, (Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012),
- Fitri, Agus Zaenul. 2012. *Pendidikan Karakter berbasis Nilai dan Etika di Sekolah*. Jogyakarta: Ar – Ruzz Media
- Gita Febianty, "Menggunakan Media Komunikasi dalam <http://gitafebianty.blogspot.com/2013/02/komunikasi-bisnis.html?m=1>.
- Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001)
- Gunarso S., *Psikologi Remaja*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1985)
- Hakim, Thursan. 2002. *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara.
- Hamzah B. Uno dan Nurdin Muhammad, *Belajar dengan Pendekatan PAILKEM*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012
- Harian Netral RSS Feed, *Pengertian bisnis dan Tujuan Bisnis*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 04.30 WIB melalui website <https://hariannetral.com>
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi revisi cetakan ke tiga belas).



- Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Hendro, 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, Erlangga, Jakarta
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Syula
http://digilib.uin-suka.ac.id/16880/1/BABI_IV_DAFFTARPUSTAKA.pdf Di Akses pada tanggal 25 Februari 2016 pada pukul 21:45
- http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_9_1995.pdf. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor9 tahun 1995, Bab II, pasal 4, tentang Usaha Kecil*. Diakses 28 November 2018
- http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_9_1995.pdf. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor9 tahun 1995, Bab II, pasal 4, tentang Usaha Kecil*. Diakses 28 November 2018
- http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_9_1995.pdf. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor9 tahun 1995, Bab II, pasal 4, tentang Usaha Kecil*. Diakses 28 November 2018
- http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_9_1995.pdf. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor9 tahun 1995, Bab II, pasal 4, tentang Usaha Kecil*. Diakses 28 November 2018
- <http://usahakecilsutejo.com>, Jurnal Kontribusi Perusahaan Kecil, Diakses 30 November 2018
- <http://usahakecilsutejo.com>, Jurnal Kontribusi Perusahaan Kecil, Diakses 30 November 2018
- <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- <https://kartawan.files.wordpress.com>. *Departemen Koperasi, Beberapa Model Pengembangan Usaha Kecil*. Diakses 29 November 2018
- <https://kartawan.files.wordpress.com>. *Departemen Koperasi, Beberapa Model Pengembangan Usaha Kecil*. Diakses 1 Desember 2018
- <https://kartawan.files.wordpress.com>. *Departemen Koperasi, Beberapa Model Pengembangan Usaha Kecil*. Diakses 1 Desember 2018
- <https://kartawan.files.wordpress.com>. *Departemen Koperasi, Beberapa Model Pengembangan Usaha Kecil*. Diakses 29 November 2018
- <http://nurieas.blogspot.co.id/2012/07/modal.html> yang di akses pada tanggal 25 Februari 2016 pada pukul 21:14 WIB
- <https://parkjiyoung.wordpress.com/2013/07/02/pemasaran/>
- <http://hanifahmadi.blogspot.co.id/2014/06/contoh-permasalahan-pemasaran.html>
- <http://hidhea.blogspot.co.id/2016/11/makalah-pengelolaan-pemasaran.html>
- <http://hidhea.blogspot.co.id/2016/11/makalah-pengelolaan-pemasaran.html>
- Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007)
- Indriyo Gitosudarma, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua (Yogyakarta: BPF EYogyakarta, 2014)
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana
- Justin G Longenecker dkk, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: PT. Salemba Empan Patria, 2001)
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Permai, 2006)
- Kotler Philip dan Keller K Lane, *Manajemen Pemasaran*. (New jersey, Prentice Hall.2007)
- Laksmi, dkk. 2008. *Manajemen Perkantoran Modern*. Jakarta: Penaku. Hal 30
- Lambing, Peggy A. and Charles R.Kuehl. 2007. *Entrepreneurship*. 4th Ed. New Jersey: Pearson Practice Hall.
- Made Wena, *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013,
- Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN RadenIntan Bandar Lampung, 2012, hlm. 21
- Makhul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002)
- Mastuti & Aswi. 2008. *50 Kiat percaya diri*. Jakarta: PT. Buku Kita.
- Mohamad Mustari. (2011). *Nilai Karakter*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Momon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berfikir Kreatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Muhammad Ali, *Psikologi Remaja*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Munandar, Utami. (2009). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka cipta



- Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Liberty, 1995
- Muslich. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia, 2004
- Nasrun Haroen, M.A., *Ushul Fiqh 1: Sumber dan Dalil Hukum Islam*, (Jakarta: LogosPublishing House, 1996)
- Nitisusatro, Mulyadi, *Perlaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Ormrod, Jeane Ellis. (2008) Psikologi Pendidikan. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2004
- Peter salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta : Modern Press, 1995)
- Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah: Benyamin Molan, Jilid I, (Jakarta: Salemba Empat, 1999)
- Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan (Jakarta: Prenhallindo, 2005)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terjemah Hendra Teguh, dkk, (Jakarta: Prenhallindo)
- Purwanto. 2010. Evaluasi Hasil belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- R. Terry, George. Prinsip- Prinsip Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Republika, Persaingan Usaha Dalam Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam, diakses pada hari Minggu 1 Oktober 2017 pukul 10.00 WIB melalui website <https://republika.co.id>
- Reyypare, "Media Promosi" dalam <http://reyypare.blogspot.com/2010/11/media-promosi.html>.
- Rhenald Khazali, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1992)
- rief Rahmana, Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatang Daya Saing Usaha Kecil Menengah, Seminar Teknologi Informasi (SNATI), ISSN:1907-5022, (Yogyakarta, 2009)
- Risnawati, R. & Ghufron, M.N. (2010). Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta: ArRuzz Media Group
- Rudy Prihantoro, 2012, *Konsep Pengendalian Mutu*, Cetakan Pertama, Bandung.
- S. Dweck, Mindset: The New Psychology of Success, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2006), hlm. 20-21
- Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Sobri, dkk., 2009, Pengelolaan Pendidikan, Yogyakarta: Multi Pressindo
- Soeganda Priyatna Dan Elvinaro Ardianto, *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009)
- Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (edisi revisi FE, Jakarta:2008)
- Sukirno Agus. *Etika Dunia Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Supriyono, *Manageman Biaya*, (Yogyakarta: Buku Beta, 2002)
- Suryana Yuyus dan Bayu Kartib, *Kewirausahaan; Pendekatan Karakteristik Wirasabawan Sukses*, Jakarta: Kencana Media Group, 2010
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2003)
- Sutisna. SE, ME, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. RemajaRosda Karya, 2001)
- Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)
- Suwardjono, *Teori Akuntansi* (Jakarta: Gunadarma)
- Syeh Muhammad Bin Ahmad Al-Adawi, *Miftahul Khithobah*, (Lebanon: Bayrut, 1341H)
- Syeh Muhammad Bin Ahmad Al-Adawi, *Miftahul Khithobah*, (Lebanon: Bayrut, 1341H)
- Terry, George R. 2009. Prinsip-prinsip Manajemen. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Andi, 1995)
- Top Lintas, *Pengertian bisnis*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 04.20 WIB melalui website <https://m.toplintas.com>
- Trisno Yuwono, *kamus lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Arkola, 2010
- Yeni Rachmawati, *Strategi Pengembangan Kreativitas pada Anak Usia Taman Kanak-kanak*, Jakarta: Depdiknas, 2005
- Yoana, "Media dalam Komunikasi Bisnis" dalam <http://yoanasite.blogspot.com/2013/01/media-dalam-komunikasi-bisnis.html?m=1>.
- Zeithaml. Valerie, Bitner & Gremler. *Service Marketing*. (Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc., 2008)
- Zuriah, Nurul. 2007. Pendidikan Moral dan Budi Pekerti dalam Perspektif Perubahan Mengagas platform Pendidikan Budi Pekerti secara Kontekstual dan futuristik. Jakarta: PT Bumi Aksara.



Ptkomunikasi, "Facebook sebagai Bentuk Dukungan Sosial" dalam <http://ptkomunikasi.wordpress.com/>.
Salemba Empat, 2009,
Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

Lampiran Bank Perkreditan Rakyat Syariah Insani (BPRS)

PERSEROAN TERBATAS
"P.T. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH INSANI"
Nomor: 3.-

-Hari ini, Selasa, tanggal empat Juli seribu sembilan ratus sembilan puluh empat.

-Datang menghadap saya, CHAIRANI BUSTAMI, Sarjana Hukum, bertempat di Medan, dengan dihadiri oleh saksi-saksi yang saya, notaris, kenal dan akan disebut dibawah ini :

1. -Tuan Doktorandus RAMLAN SITORUS, partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan Kertas Gang Sosial

NOTARIS
NY. CHAIRANI BUSTAMI S.H.
S.K. MENKRI RI NO. Y.A. 7724/18 THN. 1977
TANGGAL 11 NOVEMBER 1977

DAN
b. atas kekuatan "Surat Kuasa" dibawah tangan PEJABAT PEMBUAT AKTA TANAH KOTAMADYA MEDAN bertanggal cukup bertanggal 14 (empat belas) Juni tahun 1993 (seribu sembilan ratus sembilan puluh tiga) sebagai kuasa dari Medan dan atas nama :

1. -Tuan Doktorandus NAFIAH, partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan Williem Iskandar II/1E;

2. -Nyonya Doktoranda Hajjah TJEK TANTI, Lisence, partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan Garu II nomor 10-F (komplek Univa);

3. -Tuan Doktorandus LAHMUDDIN NASUTION, partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan PERSEORAN TERBATAS nomor 13;

4. -Tuan Doktorandus BUDIMAN SELIAN, partikular, "P.T. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH INSANI"

Berkedudukan di Kecamatan Percut Sei Tuan
Kabupaten Deli Serdang

Vertical text on the left side of the document:
akta ini termasuk pada keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia, tertanggal 20 Desember 1994 nomor Cg-38.01.01.01.94
Diketahui :
Direktur Jenderal dan Far-Indragien
b. b. Aktif Perdana
3.
Chairani Bustami, SH
NIP. 440013295

Seal on the left side:
KOTAMADYA MEDAN
NOTARIS
NY. CHAIRANI BUSTAMI, SH
NIP. 440013295



- bertempat tinggal di Medan, Jalan Pelita 1 ---
nomor 1:-----
5. -Tuan SUPRIADI, partikular, bertempat tinggal---
di Medan, Jalan IAIN nomor 1 (kampus IAIN):---
6. -Nyonya Doktoranda ZULIYENNI POHAN, partikular
bertempat tinggal di Medan, Jalan Timur -----
nomor 6-A:-----
7. -Tuan Professor Doktor Haji MUHAMMAD RIDWAN --
LUBIS, partikular, bertempat tinggal di Medan.
Jalan Adinegoro nomor 7:-----
8. -Tuan Doktorandus Haji AHMAD RIVAI SIREGAR, --
partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan-
Williem Iskandar II, Lingkungan XI nomor 4:---
9. -Tuan SUKATNO, partikular, bertempat tinggal -
di Medan, Jalan Garuda nomor 70:-----
10. -Tuan Doktorandus Haji FAKHRUR RAZY -----
DHALIMUNTHE, partikular, bertempat tinggal ---
di Medan, Jalan Adinegoro nomor 51:-----
- II. -Tuan Professor Doktor MUHAMMAD YASIR NASLION, ---
partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan Muara-
Sipongi nomor 13:-----
- dalam hal ini menurut keterangannya bertindak :---
- a. -untuk diri sendiri:-----
- b. -atas kekuatan "Surat Kuasa" dibawah tangan -----
bermaterai cukup tertanggal 14 (empat belas) Juni
tahun 1993 (seribu sembilan ratus sembilan puluh-
tiga) sebagai kuasa dari karena itu masing-masing
untuk dan atas nama :-----
1. -Tuan Doktorandus THAMRIN MUNTHE, partikular,--
bertempat tinggal di Medan, Jalan Baharu, -----



- Jangka Gang Sosial nomor 15;-----
11. -Nyonya Professor Doktor Hajjah CHALIDJAH --
HASAN, partikular, bertempat tinggal di Meda
Jalan Pancing nomor 15 Komplek IAIN;-----
 12. -Tuan Doktorandus MUHAMMAD HATTA, partikular
bertempat tinggal di Medan, Jalan Sambu ----
nomor 23;-----
- IX. -Tuan Doktorandus DARWIS RANGKUTI, partikular, ----
bertempat tinggal di Medan, Jalan Pelita I, Gang ----
Kelapa nomor 81;-----
- dalam hal ini menurut keterangannya bertindak :-----
- a. -untuk diri sendiri;-----
 - b. -atas kekuatan "Surat Kuasa" dibawah tangan ----
bermaterai cukup tertanggal 14 (empat belas) Juni
tahun 1993 (seribu sembilan ratus sembilan puluh-
tiga), sebagai kuasa dari- karena itu untuk dan -
atas nama :-----
1. -Tuan Doktorandus KASIM SIYO, Master of ----
Science, partikular, bertempat tinggal di ----
Medan, Jalan Dahlia IV nomor 22B;-----
 2. -Tuan Doktorandus SYAFRI FADILLAH, partikular,
bertempat tinggal di Perumnas Mandala, Jalan -
Eriti 2 nomor 242, Kecamatan Percut Sei Tuan -
Kabupaten Deli Serdang;-----
 3. -Tuan Doktorandus Haji BURHANUDDIN NASUTION,-
partikular, bertempat tinggal di Medan, Jalan-
Pukat Gang Melati Senja nomor 2;-----
 4. -Nyonya Hajjah SYARIFAH HARAHAP, partikular, -
bertempat tinggal di Medan, Jalan Sei Asahan -
nomor tanpa nomor;-----



(DARI-II) dan diltar Kotamadya Medan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Direksi, dengan persetujuan dari Dewan Komisaris.

JANGKA WAKTU

Pasal 2.

-Perseroan ini dimulai pada tanggal anggaran dasar ini disetujui oleh yang berwenang dan didirikan untuk jangka waktu 75 (tujuh puluh lima) tahun lamanya.

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 3.

1. -Maksud dan tujuan dari Perseroan ini ialah :
 - menjalankan usaha sebagai Bank Perkreditan Rakyat yang semata-mata akan beroperasi dengan sistim bagi hasil terhadap debitur maupun kreditur, antara lain melalui:
 - a. -Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk deposito berjangka dan tabungan;
 - b. -Memberikan kredit bagi pengusaha kecil dan/atau masyarakat pedesaan;

M O D A L

Pasal 4.

1. -Modal dasar Perseroan ini berjumlah Rp.500.000.000,- (limaratus juta rupiah) terbagi atas 2.000,- (duaribu) saham, masing-masing saham bernilai nominal sebesar Rp.250.000,- (duaratus ribu rupiah);
2. -Dari saham perseroan terbatas tersebut telah diambil bahagian dan disetor penuh dengan uang tunai melalui kas perseroan oleh para pendiri



KANTOR NOTARIS
SRI DAMAYANI BARUS, SH
I. Prof. H.M. Yamin SH No. 224 AE Medan 20234
Telp./Fex. : (061) 447201

AKTA PENDIRIAN YAYASAN
"FADILLAH HALAY ISLAMI"

Nomor : 15.-

-Pada hari ini, Minggu, tanggal dua puluh Desember --
duaribu sembilan (20-12-2009), pukul 10.50 WIB ----
(sebelas lewat lima puluh menit Waktu Indonesia ----
bagian Barat),-----

-Berhadapan dengan saya, **SRI DAMAYANI BARUS**, Sarjana
Hukum, Notaris di Medan, dengan dihadiri saksi-saksi
yang nama-namanya akan disebut pada bagian akhir ---
akta ini : -----



-Tuan Doktor Doktorandus **SYAFRI FADILLAH** -----
MARPAUNG, Magister Pendidikan atau ditulis juga -
DR. Drs. **SYAFRI FADILLAH MARPAUNG**, MPD (dalam ---
Kartu Tanda Penduduk tertulis **SYAFRI FADILLAH** ----
MARPAUNG, Dr), lahir di Medan, pada tanggal lima-
Pebruari seribu sembilanratus enampuluh tujuh ---
(05-02-1967), Dosen, bertempat tinggal di Medan, -
Jalan Sei Bertu Nomor 8/35, Kelurahan Merdeka, --
Kecamatan Medan Baru, pemegang Kartu Tanda -----
Penduduk Nomor: 02.5003.050267.0001, Warga -----
Negara Indonesia;-----

-- menurut keterangannya dalam hal ini bertindak:

- a. untuk diri sendiri:-----
- b. selaku kuasa lisan dari dan karena itu -----

Lampiran Pendirian Yayasan "Fadillah Malay Islami" dan atas nama :-

-Nyonya **CUT RATNI**, lahir di Pangkalan -----
Berandan, pada tanggal tigapuluh satu Oktober--
seribu sembilanratus tigapuluh tujuh -----
(31-10-1937), Pensiunan, bertempat tinggal di-



Kabupaten Deli Serdang, Jalan Geriti 15
Nomor 242, Rukun Tetangga 03, Rukun Warga 01,
Kelurahan Kenangan, Kecamatan Percut Sei Tuan,
pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor :
1.05009/450A/024/DS/97, Warga Negara
Indonesia:

-Para penghadap telah dikenal oleh saya, Notaris.
-Dengan ini memisahkan dari harta kekayaan berupa
uang tunai sebesar Rp.50.000.000,- (limapuluh juta
rupiah).
-Bahwa dengan tidak mengurangi ketentuan peraturan
perundang-undangan yang berlaku serta izin dari
pihak yang berwenang, para penghadap sepakat dan
setuju untuk mendirikan suatu yayasan dengan
Anggaran Dasar sebagai berikut :

NAMA DAN TEMPAT KEDUDUKAN

Pasal 1.

- (1) Yayasan ini bernama Yayasan **FADILLAH MALAY
ISLAMI** (selanjutnya dalam anggaran dasar ini
cukup disingkat dengan Yayasan), berkedudukan di
Medan.
- (2) Yayasan dapat membuka kantor cabang atau
perwakilan di tempat lain, baik di dalam maupun
di luar wilayah Republik Indonesia berdasarkan
keputusan Pengurus dengan persetujuan Rapat
Pembina.

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2.

Maksud dan Tujuan Yayasan ini ialah dalam bidang
Sosial, Keagamaan dan Kemanusiaan.



??

----- K E G I A T A N -----

----- Pasal 3. -----

----- Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut diatas.-----
----- Yawasan menjalankan kegiatan sebagai berikut :-----

1. Di bidang Sosial :-----

a. Menyelenggarakan lembaga pendidikan Nonformal:

- -pendidikan anak usia dini (PAUD);-----
- -Play group dan Taman Kanak-Kanak (TK);-----
- -Kursus-kursus, program ketrampilan, dan -----
- pelatihan;-----

b. Menyelenggarakan panti asuhan, panti Jompo, dan
----- panti wreda;-----

c. Menyelenggarakan rumah sakit, poliklinik, dan
----- laboratorium;-----

d. Menyelenggarakan pembinaan untuk kemajuan di
----- bidang olahraga;-----

e. Menyelenggarakan pusat pendidikan dan latihan
----- (Diklat);-----

f. Menyelenggarakan penelitian dan observasi
----- untuk kemajuan ilmu pengetahuan;-----

g. Studi banding peningkatan kegiatan dalam
----- bidang pengetahuan dan kebudayaan;-----

2. Di bidang Keagamaan :-----

a. Mendirikan sarana ibadah;-----

b. Meningkatkan pemahaman keagamaan;-----

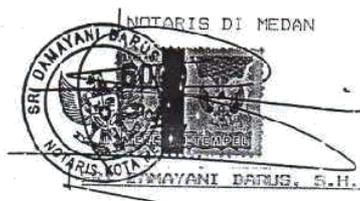
c. Menyelenggarakan pondok pesantren dan tempat
----- pengajian;-----

d. Mengadakan penelitian, seminar, ceramah
----- ceramah, karya-karya keagamaan;-----

e. Menerima dan menyalurkan infaq dan sedekah;-----



-Minuta akta ini telah ditandatangani dengan
sempurna.
-Diberikan sebagai salinan.





KANTOR NOTARIS
SK. Menkeh. No.C-139/HT.03.02. Th. 1992
Tgl. 16 Juni 1992
DAN
PPAT
(PEJABAT PEMBUAT AKTA TANAH)
KOTAMADYA MEDAN
SK. Kepala BPN. No. 10-XI-1993
Tgl. 23 Februari 1993

AFRIZAL ARSAD HAKIM, SH

Jl. Mangkubumi No. 1 Tel. 321981
MEDAN



AKTE

Lampiran Bintang Garuda Atas

KETERANGAN USAHA MILIK PERSEORANGAN

"P.D. BINTANG GARUDA ATAS".

Tanggal 25 Juli 1994.

Nomor 57.

-Tuan Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG-



KANTOR NOTARIS AFRIZAL ARSAD HAKIM, SH.
Jalan Mangkubumi No. 1
Telp. 321981 Medan

KETERANGAN USAHA MILIK PERSEORANGAN

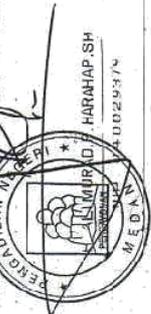
"P.D. BINTANG GARUDA ATLAS"

Nomor : 57.-

-Pada hari ini, hari senin tanggal 25 (cuapuluh lima) -
Juli 1974 (seribu sembilanratus sembilanpuluh empat).--
-Berhadapan dengan saya, AFRIZAL ARSAD HAKIM, Sarjana--
Hukum, Notaris di Medan, berdasarkan Surat Keputusan--
Menteri Kehakiman Republik Indonesia nomor C-139.HT.03.
02.Th.1992, tanggal 16 (enam belas) Juni 1992 (seribu --
sembilanratus sembilanpuluh dua) dengan dihadiri oleh--
saksi-saksi yang telah saya, Notaris Kenal.-----
-Tuan Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, Wiraswata,
bertempat tinggal di Kabupaten Deli Serdang, Jalan ----
Seriti II Nomor 242, pemegang Kartu Tanda Penduduk ----
(KTP) nomor 1.05598/450A/024/DS/93, -sementara berada -
di Medan. -----
-Penghadap telah saya, Notaris kenal.-----
-Penghadap menerangkan dengan ini untuk dan guna ----
kepentingan serta pembuktian kepada pihak ketiga-----
terutama kepada perusahaan-perusahaan, instansi-instan-
si Pemerintah, Militer, Kantor-kantor pos, jawatan-----
jawatan lainnya atas usaha yang telah didirikan dan ---
dijalankan oleh penghadap, dalam Kotamadya Medan, dan -
perusahaan mana bergerak dalam bidang pemborongan umum
(General Contractor), leveransir, gressir, distributor,
dan suplier, serta usaha-usaha lain.-----
-Eahwa penghadap dengan ini menerangkan dan menyatakan
sebagai berikut : -----
1. bahwa penghadap Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG
adalah pemilik dan pengusaha suatu perusahaan -----



PADA HARI INI...SEMIN...TANGGAL 22...2001
AKTA/ANGGARAN DASAR INI TELAH DIDAFTRAKAN DALAM BUKU
DAFTAR UNTUK TUJUH DI KEPANTERANGAN NEGARA
MELAN DIBAWAL: NDMOR...2001
DAMITEN...KENDALAN NEGERI MEDAN





perusahaan ini didalem dan diluar Pengedilap. -----
 mengikat perusahaan dengan pihak lain atau -----
 perseorangan yang diberi nama Perusahaan Dagang -----
 sebaliknya pihak lain dengan perusahaan tanpa ada -----
 "P.D. BINTANG GARUDA ATLAS, berkedudukan dan -----
 yang dikecualikan. -----
 berkantor pusat di Kotamadya Medan. -----
 5. Seluruh modal usaha ini disediakan dan dimasukkan -----
 2. bahwa maksud dan tujuan usaha ini adalah : -----
 oleh penghadap Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG -----
 a. menjalankan usaha-usaha dalam bidang pemborongan -----
 dan karenanya segala keuntungan yang diperoleh dan -----
 Umum (General Contractor) untuk segala jenis dan -----
 mungkin kerugian yang diderita atas usaha ini -----
 dalam segala bidang, terutama guna pembangunan -----
 menjadi hak dan kewajiban serta tanggungan penghadap -----
 jembatan-jembatan, gedung-gedung, irigasi-irigasi -----
 Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG, -----
 instalasi listrik dan instalasi air dan pekerja -----
 6. bahwa dalam menjalankan usaha ini penghadap -----
 an sipil lainnya yang reka yasa ; -----
 Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG atas tanggung -----
 b. menjalankan usaha-usaha sebagai leveransir, dis -----
 jawabnya berhak untuk mengangkat seorang atau lebih -----
 tributor dan supplier serta grosir ; -----
 sebagai kuasa dengan luas kekuasaannya seperti yang -----
 c. menjalankan usaha-usaha dalam bidang percetakan, -----
 dicantumkan dalam kuasa tertulis yang diberikan -----
 perlengkapan kantor, sekolah (office equipment, -----
 untuk itu. -----
 furniture). -----
 Akhirnya tentang akte ini dan cengar segala akibatnya -----
 d. berdagang pada umumnya termasuk perdagangan -----
 penghadap telah memilih tempat kediaman hukum yang -----
 impor dan ekspor, antar pulau dan perdagangan -----
 sah dan tidak berubah pada Kantor Paritera Pengadilan -----
 lokal, baik untuk perhitungan sendiri maupun -----
 Negeri di Medan. -----
 secara komisi atas perhitungan pihak lain. -----

 -DEMIKIAN AKTE INI -----
 e. dan usaha-usaha lainnya yang dapat membawa keun -----
 -Dibuat dan dilangsungkan di Medan, pada hari dan -----
 tunggan bagi perusahaan, sepanjang tidak berten -----
 tanggal tersebut diatas dengan dihadiri oleh tuan -----
 tangan dengan peraturan yang berlaku. -----
 ISKANDAR AZHARI SARAGIH dan nona FIZA MAWARNI, -----
 3. bahwa usaha ini telah didirikan terhitung sejak -----
 keduanya pegawai Notaris bertempat tinggal di Medan, -----
 tanggal 25 (duapuluh lima) Juli 1994 (seribu sembi -----
 sebagai saksi-saksi. -----
 lanratus seblanpuluh empat) dan didirikan untuk -----
 -Segara setelah akte ini diharakan oleh saya, Notaris -----
 jangka waktu yang tidak ditentukan lamanya. -----
 kepada penghadap dan saksi-saksi, maka akte ini -----
 4. Bahwa usaha ini dipimpin langsung oleh penghadap -----
 ditanda tangani oleh penghadap, kemudian oleh -----
 Doktorandus SYAFRI FADILLAH MARPAUNG sebagai -----
 saksi saksi dan saya, Notaris. -----
 pemilik dan penanggung jawab dengan gelar/jabatan -----
 sebagai "DIREKTUR" karenanya berhak untuk mewakili -----





-Dibuat tanpa memakai perubahan. ---
-Minut akte ini ditanda tangani sebagaimana mestinya. ---
-Dikeluarkan sebagai S A L I N A N. ---



