

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Ayu, Widia Resti. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Bag Cornet Ponorogo.
- Forijati Dkk. (2020). Analisis Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Ayam Geprek Mbok Moro Kota Kediri. 7, 49–58.
- Handika, M. R. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram By Kata Kunci : Media Sosial , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix , Dan Cost . Keyword : Social Media , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix . 15(2), 192–203.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan ” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian Hendry Hartono ; Karyana Hutomo ; Marshelia Mayangsari. 3(2), 882–897.
- Marketing, I., & Mix, M. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. 6(1), 11–18.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. 3(1), 73–92.
- Pemasaran, S., Memanfaatkan, D., Dalam, M., Kreatif, I., Media, M., & Karong, K. (2022). Universitas Tribhuwana Tungadewi Fakultas Ekonomi Malang 2022.
- Setiadi, A. (N.D.). Menurut Nasrullah (2015) Media Sosial Adalah Medium Di Internet Yang Memungkinkan Pengguna Merepresentasikan Dirinya Maupun Berinteraksi, Bekerja Sama, Berbagi, Berkomunikasi Dengan Pengguna Lain Membentuk Ikatan Sosial Secara Virtual. Dalam Media Sosial,. 1.
- Sofjan Assaru:168-169. (2018). Strategi Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tarbiyah, F., Kudus, I., & Kusuma, S. P. (2021). NCOINS : National Conference Of Islamic Natural Science (2021) Sosialisasi Kuliner Tradisional Berbahan Dasar Pati Ganyong (Canna Edulis) Dengan Strategi Pemasaran Online Melalui Influencer Marketing Guna Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. 115–128.
- Utami, Khairunnisa Ghariza Fahira. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Pemasaran Influencer Pada Instagram Hotel Iblis Styles Tanah Abang Jakarta.
- Yogyakarta, C. H., & Penjualan, V. (2018). Strategi Pemasaran Untuk

Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta T . Prasetyo Hadi Atmoko. 83–96.

Buku:

Abdurrahman, N. H. (2018). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.

Agustina, W., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Tiktok Terhadap Brand Image Bittersweet By Najla (Vol. 5, Issue 2).

Ellora. (2019). “Mengenal Berbagai Jenis Influencer Di Media Sosial.” Beauty Jurnal.Id. 2019. <https://Journal.Sociolla.Com/Lifestyle/Mengenal-Influencer-Media-Sosial>. 20(1), 2018–2021.

Heizer, Jay ; Render, B. (2015). Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan (11th Ed.). Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran. Andi.

Artikel:

Karong, K. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Ibfluencer Marketing Dalam Industri Kreatif Melalui Media Sosial Instagram @The Beauty Shop.Sply Whitening (Studi Kasus The Beauty Shop.Sply).

Zainurossalamia, S. (2021). Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi.

Internet:

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_\(perusahaan\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_(perusahaan))

<https://id.taximaxim.com/th/2093-jakarta/orde-a-taxi-online>

<https://koinworks.com/strategi-bisnis/ayam-geprek/faktor-pemikat-konsumen-bisnis-ayam-geprek/>

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Lampiran 1

A. Wawancara Admin Perusahaan Bisnis Ayam Geprek Bossku

Panduan Wawancara Admin Ayam Geprek Bossku

1. Ucapan salam dan terima kasih kepada informan atas kesediaannya untuk diwawancarai
2. Perkenalan diri dan jelaskan objek wawancara serta tujuan wawancara dilakukan
3. Jelaskan bahwa informan bebas menyampaikan pendapat, pengalaman, harapan, atau saran yang berkaitan dengan topik wawancara
4. Catat seluruh pembicaraan dan juga merekam hasil wawancara
5. Memintalah waktu lain jika informan hanya memiliki waktu yang terbatas saat itu.

Data Umum

Nama informan: Siti Nurkholifah, S.P.

Nama usaha: Bisnis Ayam Geprek Bossku

Produk: ayam geprek

Tanggal wawancara: 18 Desember 2022

Pertanyaan Wawancara:

1. Siapa nama pemilik Usaha Bisnis Ayam Geprek Bossku?
2. Pada tahun berapa Bisnis Ayam Geprek Bossku didirikan?
3. Apa Visi, Misi Bisnis Ayam Geprek Bossku?
4. Bagaimana sejarah Bisnis Ayam Geprek Bossku?
5. Ada berapa cabang outlet Bisnis Ayam Geprek Bossku di Kota Kendari?

6. Strategi pemasaran apa yang digunakan Bisnis Ayam Geprek Bossku untuk menarik calon konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan?
7. Bagaimana peran influencer dalam penjualan produk Ayam Geprek Bossku di media sosial?
8. Apakah ada perbedaan pendapat sebelum dan sesudah memanfaatkan jasa influencer?
9. Media sosial apa saja yang digunakan Bisnis Ayam Geprek Bossku dalam mempromosikan produknya melalui media sosial?
10. Apa yang membedakan produk Ayam Geprek Bossku dengan ayam geprek yang lain?
11. Apakah ada faktor penghambat dan pendukung dalam penjualan Ayam Geprek Bossku?

B. Wawancara Pembeli (konsumen) Ayam Geprek Bossku

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bossku?
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bossku?
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bossku?
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bossku?
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bossku?
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bossku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis?
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku dalam satu bulan terakhir?
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku?

Lampiran 2

Transkrip wawancara dengan Admin Ayam Geprek Bossku

Nama : Sitti Nurkholifah, S,P.

Jabatan : Admin

Domisili : Kendari

Hari, Tanggal wawancara : Jumat 19 Desember 2022

Tempat wawancara : Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu

Daftar pertanyaan wawancara

1. Siapa nama pemilik usaha Bisnis Ayam Geprek Bossku?

Jawaban: bapak Suwandis

2. Pada tahun berapa berapa Bisnis Ayam Geprek Bossku didirikan?

Jawaban: pada tanggal 9 November 2018

3. Bagaimana visi dan misi Ayam Geprek Bossku?

Jawaban: Visi menjadi market leader di kategori makanan dan minuman lokal Kota Kendari dengan kenyamanan, kepuasan dan kebahagiaan bersama. Misi yang perama membuat produk makanan dan minuman yang berkualitas dan berstandar baik Kedua memberikan pelayanan yang prima terhadap seluruh stakeholder. Ketiga menciptakan dan mengembangkan usaha menjadi terdepan dalam produk makanan dan minuman. Keempat menyeimbangkan dengan fokus pada pemanfaatan profit, kemanusiaan dan lingkungan.

4. Bagaimana sejarah Bisnis Ayam Geprek Bossku?

Jawaban: Ayam Geprek Bossku adalah sebuah usaha bisnis kuliner makanan cepat saji yang didirikan pada Tanggal 9 November 2018. Nama pemilih dari usaha Bisnis Ayam Geprek Boskku bernama Suwandis. Awal mula terbangunnya Ayam Geprek Bossku, berawal dari Bapak Suwandis yang hobby makan, pada suatu ketika owner keliling kota untuk mencicipi beberapa makanan. Dan pada saat itu ada satu ayam geprek yang enak yaitu ayam geprek kingkong, pada saat beliau menikmati makanan tersebut beliau melihat pangsa pasarnya yang ramai dan dari situ beliau terpacu untuk membuat usaha sendiri. Jadi kenapa bisa ayam geprek

bossku itu lahir yaitu owner yang terinspirasi dari salah satu produk ayam geprek yang lain dan merasa beliau bisa mengikuti dengan cara yang beda dan citarasa yang berbeda pula, karna beda orang beda resep.

5. Ada berapa cabang outlet Ayam Geprek Bossku di Kota Kendari?

Jawaban: cabang ayam geprek bossku ada 10 outlet, dan sekarang ini yang aktif ada 9 outlet yaitu di Anduonohu, Kota Lama, Lepo-Lepo, Bandara, Mandala, Mandonga, Wua-Wua, Punggolaka dan Kendari caddi. 1 outlet yang tertutup yaitu di cabang Baypass.

6. Strategi pemasaran apa yang digunakan Bisnis Ayam Geprek Bossku untuk menarik calon konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan?

Jawaban: Strategi pemasaran yang digunakan bisnis ayam geprek bossku untuk memarik konsumen agar melakukan pembelian di ayam geprek bossku yaitu dengan cara mempromosikan penjualannya melalui media sosial. Dan mereka juga menggunakan sistem bonus, contohnya seperti pelanggan yang melakukan pembelian banyak maka akan di beri bonus free es teh, yang dimana es the itu sendiri sebenarnya di bandrol dengan harga 5k.

7. Bagaimana peran influencer dalam penjualan produk Ayam Geprek Bossku di media sosial?

Jawaban: Penggunaan *influencer* dalam mempromosikan produk ayam geprek bossku melalui media sosial Instagram yaitu pada tanggal 22 januari bulan 7 tahun 2022. Peran dari penggunaan *influencer* dalam penjualan ayam geprek bossku sendiri yaitu memberikan peningkatan pembelian. Membuat konsumen kembali membeli ayam geprek bossku dan promosi tersebut berhasil. Waktu itu ayam geprek sempat redup tapi setelah owner bapak Suwandis menggunakan *influencer* semua kembali stabil lagi.

8. Apakah ada perbedaan pendapat sebelum dan sesudah memanfaatkan jasa influencer?

Jawaban: Peningkatan yang dirasakan dari penggunaan influencer pada produk ayam geprek dari segi pendapatan yaitu naik sekitar 10%-20%.

9. Media sosial apa saja yang digunakan Bisnis Ayam Geprek Bossku dalam mempromosikan produknya melalui media sosial?

Jawaban: media sosial yang digunakan dalam mempromosikan produk ayam geprek bossku yaitu Instagram dan media sosial yang berpengaruh lainnya yaitu aplikasi Grabfood karna banyak konsumen yang melakukan pemesanan secara online dan juga aplikasi Maximfood.

10. Apa yang membedakan produk Ayam Geprek Bossku dengan ayam geprek yang lain?

Jawaban: yang membedakan produk ayam geprek bossku dengan ayam geprek yang lain yaitu terletak dari segi produk dan rasa sambal yang enak yang banyak di sukai oleh para pelanggan.

11. Apakah ada faktor penghambat dan pendukung dalam penjualan Ayam Geprek Bossku?

Jawaban: iya ada. Faktor penghambat yang kami alami yaitu ketika bahan baku mahal dan faktor pendukungnya yaitu dari penggunaan influencer dapat meningkatkan penjualan dan juga orientasi pelayanan kepada konsumen. Untuk menjaga konsumen yaitu dengan cara menjaga kualitas produk, pematok harga yang dapat dijangkau konsumen, pelayanan yang baik, pematok harga yang dapat dijangkau konsumen, pelayanan yang baik, serta mengutamakan kepuasan konsumen.

Identitas Diri Wawancara Kepada Konsumen Ayan Geprek Bossku.

Nama responden : Waode Anggun Mahrani
Usia : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Domisili : Kendari

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna harga yang terjangkau
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bossku? Pertama kali saya mnegetahui ayam geprek bossku saat melewati perjalanan dan saya tertarik untuk mencoba
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bossku? Harga sesuai dengan yang disajikan
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bossku? Cukup strategis karna berada di pinggir jalan raya
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bossku? Cukup baik dan ramah
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bossku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis? Sangat membantu apa lagi kalo kita malas keluar rumah bisa pesan saja pake kurir
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku dalam satu bulan terakhir? 2 kali, karna saya habis dari luar kota jadi saya baru 2 kali pembelian dalam satu bulan ini
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna kebetulan sedang berada di lokasi dekat sini dan tergantung jika sedang berada di dekat lokasi anduonohu maka membeli disini dan biasanya jika sedang berada di lokasi lepo-lepo maka membeli ayam geprek yang di cabang lepo-lepo.

Identitas Diri Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Bossku.

Nama responden : Nabila Syalib

Usia : 17 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Domisili : Lepo-Lepo

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna tertarik dengan cita rasa sabal dari Ayam Geprek Bossku
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bossku? Dari teman
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bossku? Harga yang diberikan sesuai kantong dan sesuai dengan rasa
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bossku? Mudah dijangkau karna berada di pinggir jalan raya
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bossku? Pelayanan yang di berikan sangat baik
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bossku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis? Iya sangat membantu
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku dalam satu bulan terakhir? 5 kali
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna rasa yang enak dan harga yang terjangkau

Identitas Diri Wawancara Kepada Konsumen Ayan Geprek Bossku.

Nama responden : Muh. Nur Hidayat

Usia : 28

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Domisili : Anduonohu

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna ayamanya gurih dan sambalnya pedis-pedis enak
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bossku? Dari sosial media
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bossku? Terjangkau sesuai dengan rasa
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bossku? Sangat strategis apa lagi karna dekat dari rumah saya di anduonohu
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bossku? Bagus dan ramah
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bossku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis? Iya sangat membantu ketika sedang malas keluar rumah
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku dalam satu bulan terakhir? 5 kali
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna rasanya yang enak apa lagi rasa dari sambalnya.

Identitas Diri Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Bosku.

Nama responden : Adi
Usia : 25 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Domisili : Kendari

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bosku? Karna rasanya yang enak
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bosku? dari rekomendasi teman
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bosku? Harganya standar sesuai dengan rasanya
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bosku? Lokasinya mudah dijangkau karna berada di pinggir jalan raya
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bosku? Pelayanan yang diberikan cepat dan ramah
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bosku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis? Iya sangat membantu sekali dengan adanya via grabfood sama maximfood
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bosku dalam satu bulan terakhir? 6 kali
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bosku? Jujur saya yang saya suka dari Ayam Geprek Bosku itu sambalnya yang enak.

Identitas Diri Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Bossku.

Nama responden : Andre
Usia : 29 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Domisili : Makassar

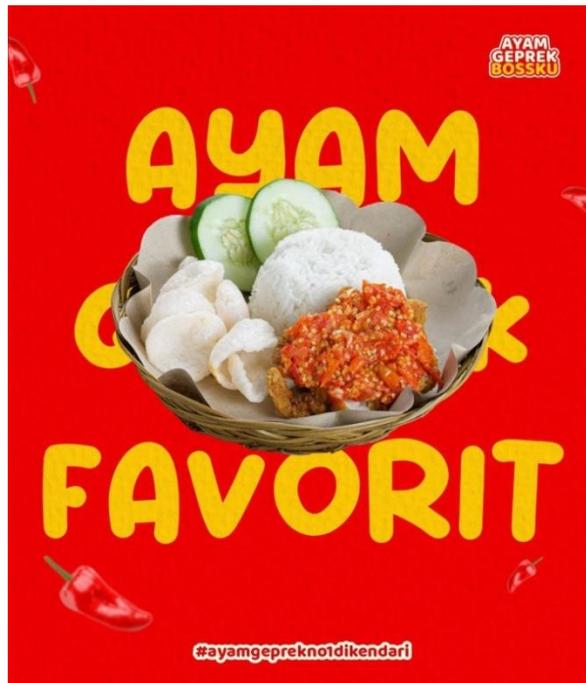
Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa yang membuat anda tertarik sehingga melakukan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna ayam dengan lomboknya enak
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Bossku? Dari teman
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Bossku? Mudah di jangkau dan murah
4. Bagaimana posisi tempat outlet dari Ayam Geprek Bossku? Mudah dijangkau karna di pinggir jalan raya
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan Ayam Geprek Bossku? Pelayananya sopan
6. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Bisnis Ayam Geprek Bossku dengan mempromosikan melalui media sosial memudahkan anda sebagai konsumen memesan makanan secara praktis? Iya sangat membantu
7. Seberapa sering anda melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku dalam satu bulan terakhir? 20 kali
8. Apa yang membuat anda berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Ayam Geprek Bossku? Karna saya sudah menjadi pelanggan apa lagi sayakan juga kurir pesan antar maximfood jadi sering melakukan pembelian

DOKUMENTASI



Gambar: Dalam rumah makan ayam geprek bossku.



Gambar: Produk ayam geprek bossku.



Dokumentasi wawancara Admin ayam geprek bossku



Dokumentasi wawancara pelanggan informa 1 dan 2 ayam geprek bossku



Dokumentasi wawancara konsumen iforma 3 dan 4 Ayam Geprek Bossku



Dokumentasi wawancara pelanggan informa 5 ayam geprek bossku.

BIOGRAFI PENULIS



Nama : Indah Purnama Sari
Tempat dan Tanggal Lahir : Kendari, 03 Januari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Baruga, Btn lajinta 2, Kendari, Sulawesi Tenggara
No. Telepon/Hp. : 082351281019
Email : sariindahpurnama83@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- 2006 : Tk Tunas Bangsa
- 2007-2013 : SDN 2 Buke
- 2013-2016 : SMPN 13 Konsel
- 2016-2018 : SMAN Keberbakatan Olahraga Bahteramas
- 2019-2023 : Institut Agama Islam Negeri Kendari

TRN : 125-050430



CERTIFICATE OF SIMILARITY



This award is given to

Indah Purnama Sari

Title :

"STRATEGI PEMASARAN BISNIS AYAM GEPREK YANG MEMANFAATKAN INFLUENCER MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS AYAM GEPREK BOSSKU CABANG ANDUONOBU)"

This is to Certify that document detailed below has been evaluated by plagiarism/ similarity checking software lithenscate (turnitin). The content was found plagiarism free of 33% (below permissible) limit).

Kendari, 10 mei 2023
Document Examiner

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. S. Sari'.

The Turnitin logo, featuring the word 'turnitin' in a red, lowercase, sans-serif font, with a stylized red and white 'i' icon to its right.





**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI TENGGARA
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

Jl. Mayjend S. Parman No. 03 Kendari 93121

Website : balitbang sulawesitenggara prov.go.id Email: badanlitbangsultra01@gmail.com

Kendari, 12 Desember 2022

K e p a d a

Nomor : 070/ 4287 / XI /2022
Sifat : -
Lampiran : -
Penhal : IZIN PENELITIAN

Yth. Walikota Kendari
Cq Kepala Badan Kesbang Kota Kendari
Di -
KENDARI

Berdasarkan Surat Dekan FEBI IAIN Kendari Nomor: 934 5/FE/FE/TL 00/12/2022 tanggal 09 Desember 2022 penhal tersebut diatas, Mahasiswa dibawah ini :

Nama : INDAH PURNAMA SARI
NIM : 19050101050
Jurusan : Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa
Lokasi Penelitian : Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu Kota Kendari

Bermaksud untuk Melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Daerah/Sesuai Lokasi diatas, dalam rangka penyusunan KTI/Skripsi/Tesis/Disertasi, dengan judul :

"STRATEGI PEMASARAN BISNIS AYAM GEPREK YANG MEMANFAATKAN INFLUENCER MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS AYAM GEPREK BOSSKU CABANG ANDUONOHU)".

Yang akan dilaksanakan dari tanggal : 12, Desember 2022 sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Senantiasa menjaga keamanan dan ketertiban serta mentaati perundang-undangan yang berlaku.
2. Tidak mengadakan kegiatan lain yang bertentangan dengan rencana semula.
3. Dalam setiap kegiatan dilapangan agar pihak Peneliti senantiasa koordinasi dengan Pemerintah setempat.
4. Wajib menghormati adat Istiadat yang berlaku di daerah setempat.
5. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Gubernur Sulawesi Tenggara Cq. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sulawesi Tenggara.
6. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian surat Izin Penelitian dibenkan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

an. GUBERNUR SULAWESI TENGGARA
KEPALA BADAN PENELITIAN & PENGEMBANGAN
PROV. SULAWESI TENGGARA



Dra. H. ISMA, M.Si

Pembina Utama Madya, Gol. IV/d
Nip. 19660806 198603 2 016

T e m b u s a n :

1. Gubernur Sulawesi Tenggara (sebagai laporan) di Kendari,
2. Dekan FEBI IAIN Kendari di Kendari,
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kendari di Kendari,
4. Pengelola Ayam Geprek Bossku Cab. Anduonohu di Tempat,
5. Mahasiswa yang bersangkutan