

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0

MSME DEVELOPMENT STRATEGY FACING INDUSTRY REVOLUTION 4.0

Diccy Jainur Zukrina¹⁾, Suryani²⁾, Ismaulina³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam IAIN Lhokseumawe
Jl. Medan - Banda Aceh, Alue Awe, Muara Dua, Kota Lhokseumawe, Aceh 24352
e-mail: suryapijar@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 dan untuk mengetahui Kendala serta peluang dalam pengembangan UMKM tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam adalah kualitatif dengan cara penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah UMKM pada Usaha Sablon Plastik Desa Mancang Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yang penulis dapatkan *Pertama*, Strategi pengembangan usaha sablon plastik desa mancang kec. samudera kabupaten Aceh Utara yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), dan *Promotion* (Promosi). Kedua Kendala dan Peluang dalam Pengembangan UMKM yaitu: 1) Kendala Pemain baru semakin banyak, produk pengganti, Bahan baku susah didapat, Persaingan di antara Sablon Sejenis, SDM terbatas, dan Modal Terbatas. 2) Peluang, Produk yang ditawarkan berkualitas, Harga relatif murah dan Lokasi yang strategis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Kendala, Peluang

Abstract

The research objective is finding out the strategy for developing MSMEs in the face of the Industrial Revolution 4.0 and to find out the Obstacles and opportunities in developing such MSMEs. The type of research used is qualitative by means of field research. The Data sources are primary data and secondary data. The object of this research is the MSMEs in the Plastic Screen Printing Business of Desa Mancang, Kecamatan Samudera, Kabupaten Aceh Utara. Data collection techniques use in this study are observation, interviews and documentation. The results are, the strategy of developing a plastic screen printing business in the of Desa Mancang, Kecamatan Samudera, Kabupaten Aceh Utara are Product, Price, Place, and Promotion. Both Constraints and Opportunities in the Development of MSMEs are: 1) Constraints of new players are increasing, substitute products, raw materials are difficult to obtain, competition among screen printing is similar, limited human resources, and limited capital. 2) Opportunities, quality products offered, relatively cheap prices and strategic location.

Keywords: Development Strategy, Constraints, Opportunities

PENDAHULUAN

Sablon plastik yang berlokasi di Desa Mancang Kecamatan Samudera Kabupaten

Aceh Utara merupakan salah satu usaha kecil menengah yang berdiri ditengah banyak nya persaingan tempat sablon plastic lainnya. Hal

Diccy Jainur Zukrina, Suryani, Ismaulina

Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0

ini mengakibatkan para pengusaha melakukan strategi bisnis masing-masing agar usahanya tetap bertahan lama serta konsumen lebih tertarik menggunakan jasa sablon plastik di tempat tersebut. Pemberian pelayanan pada konsumen, harga yang terjangkau dan juga kualitas adalah hal-hal yang diperhatikan konsumen dalam memilih tempat yang cocok dan sesuai. Sehingga konsumen merasa puas dan pengusaha dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memasarkan jasa sablon nya. Salah satu alasan memilih sablon plastik Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara karena banyaknya usaha sablon plastik yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dilakukan. Oleh karena itu pengusaha di tuntut untuk dapat menjalankan usahanya dengan strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dari tahun ke tahun.

Permasalahan yang di hadapi sablon plastik Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara adalah bahan bakunya yang terbatas, karena bahan baku yang diperoleh dipesan langsung dari medan dan dalam pengiriman barang tersebut sering mengalami keterlambatan dalam penyampaian barang, sehingga dengan bahan bakunya yang terbatas tidak bisa mencapai target dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Bahan baku yang harus dipenuhi membuat pemilik harus mengecek bahan baku masih tersedia. Menurut pemilik sablon plastik pencatatan bahan baku masih menggunakan cara manual

tidak dengan bantuan komputer, menyebabkan sablon plastik tidak memprediksi persediaan bahan baku untuk memenuhi pesanan yang baru.

Dampak dari hal tersebut adalah bahan baku tidak mencukupi tetapi masih dalam proses pembuatan pesanan, sehingga dampak selanjutnya adalah akan melakukan pembelian ke tempat lain yang menyebabkan terbuangnya waktu proses pemesanan. Ketika melakukan proses pemesanan pegawai Sablon plastik sering kali terlambat dalam menyelesaikannya, dikarenakan beberapa faktor salah satunya yaitu karena dalam proses pembuatan pesanan tidak dipantau langsung pemilik dan pimpinan produksi sehingga monitoring dalam proses tersebut masih belum baik.

Proses pemesanan sablon plastik hanya memakai catatan manual yaitu nota, serta sablon plastik tidak mempunyai data pelanggan yang sebelumnya sudah pernah membuat pesanan. Mengatasi permasalahan tersebut diperlukan sistem manajemen bahan baku dan pemesanan yang diharapkan dapat membantu seluruh kegiatan dalam melakukan proses pemesanan di Sablon plastik sehingga tidak terjadi lagi kehabisan bahan baku pada saat proses pembuatan pesanan dan keterlambatan pesanan sesuai persetujuan pelanggan dan Permasalahan yang lain dihadapi berdasarkan observasi yang telah dilakukan, beberapa pesaing sejenis yang sudah ada untuk sablon plastik melihat kualitas warna dan gambar yang tidak pecah dan warna yang tidak tajam dari segi desain yang dihasilkan. Hal ini terjadi

karena proses produksi ada yang menggunakan teknik sablon manual maupun cetak dengan mesin print rakitan yang tidak mampu mengimbangi resolusi desain untuk dicetak pada sablon plastik. Permasalahan lain adalah keterbatasan modal untuk investasi mesin yang sangat mahal.

Daya saing sablon plastik di kecamatan samudera disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain ketersediaan tenaga kerja dan pendatang usaha baru. Menjalankan kegiatan usahanya sablon plastik di kecamatan samudera dihadapkan pada fungsi sumber daya manusia perusahaan. Yaitu persoalan turnover tenaga kerja pada bagian produksi tinggi. Hal tersebut berdampak pada kinerja bagian produksi yang menjadi terhambat karena persoalan kurangnya tenaga kerja maupun munculnya tenaga kerja baru yang belum berpengalaman. Selain itu, persoalan turnover juga berdampak pada meningkatnya biaya usaha. Sehingga secara keseluruhan kegiatan usaha sablon menjadi kurang efektif dan efisien.

Melihat hal tersebut para pelaku usaha hendaknya memiliki strategi dalam mengatasi masalah tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa perkembangan industri salon plastik yang ada di Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara memiliki prospek yang sangat baik dalam menunjang pertumbuhan ekonomi, dalam rangka mempertahankan produktivitas dan mengembangkan usahanya, salon plastik perlu menyusun strategi untuk mengatasi keterbatasan bahan baku. Strategi tersebut

ada tiga yaitu Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*), Strategi Intensif (*Intensive Strategy*) dan Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*).

Permasalahan lain yang dihadapi sablon plastik Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara yaitu terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas dan keterbatasan Sumber Daya Manusia karena tidak semua orang yang bekerja di sablon plastik tersebut, bisa mencetaknya, sehingga mereka harus belajar dulu cara mencetaknya dan itu bisa menghambat target produksi sablon plastik tersebut, dan adanya pesaing dengan adanya pesaing di desa mancang tersebut berdampak bagi pendapatan pada toko sablon plastik, diperlukan strategi yang jitu untuk saling memperebutkan konsumen, agar suatu usaha mampu bersaing adalah dengan membangun citra yang baik di mata konsumen maupun publik, karena citra dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk atau jasa. Citra menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran suatu usaha. Harga, pelayanan dan lokasi usaha menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk sablon.

Permasalahan lain yang dihadapi yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan, dan belum mantapnya visi dan misinya dan mengenai strategi pengembangan usaha sablon plastik yang kurang maksimal, dan permasalahan mengenai pemasaran atau kegiatan promosi mereka.

Permasalahan tidak hanya berhenti di situ saja, terdapat tantangan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang pada era kekinian. Terutama tatkala bangsa ini memasuki era revolusi industri 4.0. Paling tidak, ada tiga tantangan utama yang menjadi pekerjaan rumah bersama. *Pertama*, penerapan teknologi digital, dimana UMKM kini dituntut untuk melek teknologi bila ingin bersaing dalam dunia usaha dan industri. Penerapan teknologi digital, memang sudah menjadi keharusan bagi UMKM agar bisa berkembang merambah pasar global. *Kedua*, kolaborasi antara pemerintah dan dunia usaha dalam pendampingan UMKM guna mengakses pasar yang lebih luas. Termasuk upaya melahirkan sumber daya manusia handal. Pemerintah dan dunia usaha tidak boleh bekerja sendiri-sendiri dalam mendorong pengembangan UMKM. Upaya meningkatkan SDM, mengakses pasar serta melakukan pelatihan dan pendampingan untuk UMKM mestinya dilakukan secara kolaborasi. Jadi bukan hanya dari pemerintah saja tapi juga dari dunia usaha perlu untuk melakukan kolaborasi. *Ketiga*, tantangan yang kerap menghambat perkembangan UMKM adalah permodalan. Hingga saat ini, masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan mengembangkan usahanya karena tidak mendapatkan pinjaman dari perbankan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas maka penelitian ini diambil judul, “*Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0*”

METODE PENELITIAN

Diccy Jainur Zukrina, Suryani, Ismaulina

Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0

Jenis penelitian yang digunakan dalam adalah kualitatif dengan cara penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya untuk menemukan secara spesifik dan realitis tentang apa yang sedang terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat, dengan menggunakan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Untuk melengkapi dan memenuhi penelitian yang maksimal, maka jenis penelitian ini juga dilakukan yaitu lapangan dan perpustakaan, dalam melihat strategi pengembangan UMKM.

Objek penelitian ini adalah UMKM di Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara dalam bidang usaha sablon plastik. Sedangkan metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

Adapun metode yang digunakan adalah dengan bentuk pendekatan deskriptif. Menurut I. Made Wiratha (2006), penelitian deskriptif berkaitan dengan analisis data untuk memberikan gambaran atau pemaparan suatu konsep atau gejala, terdapat, organisasi dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0

Kegiatan pemasaran sering diartikan sebagai kegiatan dalam memasarkan suatu produk yang diperjual belikan oleh perusahaan dan ditujukan kepada para konsumen. Philip Kotler mendefinisikan

Bauran Pemasaran sebagai perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran, kegiatan-kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya seefektif mungkin, dikarenakan keempat unsur *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi) dan *Promotion* (Promosi).

Produk yang dihasilkan usaha sablon plastik antara lain produk Plastik PP, Plastik HD, Plastik PE, dan cetak gelas. Usaha sablon menjaga kualitas produk, menggunakan bahan-bahan baku yang berkualitas tinggi dengan menghasilkan sablon yang rapi, bagus. Setelah proses produksi selesai dicek lagi, ini untuk menghindari cacat barang. Kalaupun ada yang komplain tentang produk kami, misalnya barang tidak sesuai dengan gambar dan keterangan, kami siap menanggapi dan mengganti barang tersebut dengan senang hati. Kami selalu setia mendengarkan keluhan dan saran dari para konsumen. Karena itu, akan membuat usaha sablon menjadi lebih baik.

Harga, melihat harga bahan baku seumpama harga bahan baku naik maka harga produk juga naik dan sebaliknya dan harga ditetapkan sesuai dengan kualitas barang, harga yang diberikan itu sudah merupakan harga pas, dan tidak boleh di tawar, usaha sablon plastik, menyesuaikan antara harga dan kualitas dari masing-masing produk, dan harga yang diberikan itu, sudah berada pada standar harga pasar yang bisa

dijangkau kalangan menengah kebawah. Untuk Plastik PP harganya Rp 45.000 per/Kg, untuk Plastik HD harganya Rp 38.000 per/Kg, untuk Plastik PE harganya Rp 1.000 per/Lembar, dan cetak gelas satu rol/50 buah Rp. 30.000.

Lokasi, usaha sablon memiliki lokasi yang strategis, karena lokasinya di pinggir jalan raya Medan-Banda Aceh, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat dan banyak masyarakat yang mengetahui usaha sablon plastik tersebut. Dengan kemudahan akses jalan yang bagus, maka dapat memudahkan usaha sablon plastik dalam mendistribusikan produknya.

Promosi, usaha sablon plastik, melakukan promosi secara lisan dan diteruskan mulut ke mulut (*word of mounth*), media iklan yang digunakan umumnya menggunakan surat kabar, atau yang pamphlet/spanduk dipajang di depan usaha sablon plastik, dan memberikan potongan harga ketika membeli dalam pemesanan grosir, promo akhir dan awal tahun. Memberikan promosi-promosi menarik, berupa paket yang hemat, dan murah setiap awal dan akhir tahun. Tidak menganggap pesaing sebagai lawan, namun pesaing adalah motivasi bagi perusahaan untuk semakin baik lagi. Selain itu pada produk yang berkualitas, juga terdapat berbagai macam produk. Hal ini ditujukan untuk menghadapi persaingan dengan produk pengganti dari usaha sablon. Selain itu dengan penambahan produk yang dilakukan, pelanggan tertarik dengan produk yang dihasilkan.

Kendala Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0

Kendala strategi pengembangan usaha sablon plastik yaitu, 1) Pemain baru semakin banyak, asuknya pendatang baru potensial yang mampu bersaing pada usaha ini tergolong cukup tinggi. 2) produk pengganti, hingga saat ini Usaha sablon plastik belum menemukan produk pengganti pada sablon lain. 3) Bahan baku susah didapat, usaha sablon tidak memiliki pemasok tetap untuk baku utama sehingga proses produksi sablon ada yang terkendala, 4) Persaingan di antara Sablon Sejenis, jumlah pesaing usaha sablon banyak. Bersaing dengan para usaha sablon lainnya baik dari tingkat outlet sablon hingga penjual sekelas dengan usaha sablon plastik, 5) SDM terbatas, SDM usaha sablon sering harus lembur bekerja untuk memenuhi seluruh order dari pelanggan. usaha sablon mewajibkan seluruh karyawan untuk lembur, 6) Modal Terbatas, usaha sablon plastik memiliki keterbatasan modal dan pada pembukuan keuangan yaitu hanya mencatat transaksi dalam bentuk nota.

Sedangkan peluang dari pengembangan UMKM sablon plastik di antaranya yaitu, 1) Produk yang ditawarkan berkualitas, usaha sablon plastik ini memastikan bahwa produk yang dihasilkannya memiliki kualitas yang tinggi, kerapian, harga terjangkau dan disukai konsumen. 2) Harga relatif murah, usaha sablon menawarkan harganya relatif lebih mahal dari pada sablon-sablon lain. 3) Lokasi yang strategis, usaha sablon memiliki lokasi

yang strategis, karena lokasinya di pinggir jalan raya Medan-Banda Aceh, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat dan banyak masyarakat yang mengetahui usaha sablon plastik tersebut. Dengan kemudahan akses jalan yang bagus, maka dapat memudahkan usaha sablon plastik dalam mendistribusikan produknya.

Selain peluang, terdapat juga tantangan dalam pengembangan UMKM sablon plastik yaitu, penggunaan plastik yang semakin sering, ada banyak sekali bahaya yang mengintai. Plastik jadi salah satu penyebab terbesar kerusakan lingkungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 pada UMKM sablon plastik Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara yaitu:

1. *Product* (Produk) dibuat sesuai pesanan, dan apabila ada komplain maka produk akan diganti
2. *Price* (Harga) berada pada standar harga pasar yang bisa dijangkau kalangan menengah kebawah.
3. *Place* (Lokasi) berada di daerah strategis, mudah dijangkau sehingga memudahkan usaha sablon plastik dalam mendistribusikan produknya.
4. *Promotion* (Promosi) secara lisan dari mulut ke mulut (*word of mounth*), media iklan yang digunakan umumnya menggunakan surat kabar, atau yang pamphlet/spanduk

Kendala dan Peluang Pengembangan UMKM dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 pada UMKM sablon plastik Desa Mancang Kec. Samudera Kab Aceh Utara yaitu:

1. **Kendala**, Pemain baru semakin banyak, produk pengganti, Bahan baku susah didapat, Persaingan di antara Sablon Sejenis, SDM terbatas, dan Modal Terbatas.
2. **Peluang**, Produk yang ditawarkan berkualitas, Harga relatif murah dan Lokasi yang strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- A Welsh Jhon, dkk, *Badan Otonomi Ekonomika Edisi Mei-Agustus*, Jakarta: Gravindo, 1997.
- A. Michael Huberman dan B. Miles Matthew, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI- PRESS Media, 2005.
- Aan Komariah dan Djam'an Satori, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Abdullah Ma'ruf, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Adeyemi, Sidikat Laraba dan Aremu, Mukaila Ayanda, "Small and Medium Scale Enterprises as A Survival Strategy for Employment Generation in Nigeria". *Journal of Sustainable Development* Vol. 4 No. 1, February 2011.
- Afifuddin, *Pengantar Administrasi Pembangunan*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Alwi Hasan DEPDIKBUD, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka: 2005.
- Amalia, Euis, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2009.
- Arif, Handoko, *Strategi Kreatif untuk Pemasaran*, Jakarta: 2014.
- Arifin dan Anwar, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armilo, 1984.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi IV, cet, XIII*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Budiarta, Kustoro, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Daft, Richard L, *Management*, Fifth edition Orlando: The Dryden Press, 2000.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Disperindag, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia*, Pekanbaru: Kanwil desperindag Provinsi Riau, 1997.
- Hari, Purnomo Setiawan, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996.

- Harmaizar, *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: Dian Anugerah Prakasa, 2003.
- Hidayat, Mohammad, *an Introduction to The Sharia Economic, Pengantar Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010.
- Husein, Umar, *Strategic Management In Action*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Jakfar, Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Karim, Adiwarmanto, A, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro*, Jakarta: IIT Indonesia, 2002.
- Husni, M, *Manajemen Strategi*, DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2009.
- Tohar, M. *Membuka Usaha Kecil*, Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Mandilika dan Iskandar Wiryokusumo, *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan*, Jakarta: Rajawali, 1982.
- Muhammad dan Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta: Pustaka Amani, 1996.
- Muhsen, Sayyed, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Terj. Nukman Abbas), Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Nitisusastro Mulyadi, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Alfabeta, 2010.
- P., Siagian Sondang, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Patrick T. Pruitt and Brian R. Ford, Jay M. Bornstein, *The Ernst & Young Business Plan*, penerjemah Irma Andriani, Jakarta: Cahaya Insani Suci, 2008.
- Reksonohadiprojo, Sukanto, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003.
- Ridwan Muh, dkk, *Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Bontang*, Jurnal Administrative Reform Vol. 2 No. 2, Tahun 2014.
- Rukminto Adi dan Isbandi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Menperdayakan Masyarakat*, Jakarta: Rajawali, 2008.
- Said, HM Muh, *pengantar Ekonomi islam: dasar dasar dan pengembangan*, Pekanbaru: SUSKA Press, 2008.
- Solihin, Ismail, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*, Jakarta : Ken cana, 2006.
- Stricland dan Thomson, *Strategi Manajemen, Concepts, and Cases, Twelfth Edition Internasional Edition McGraw. Hill Companies, Inc*, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R@D*, Bandung: Alfabet, 2006.
- Sulaeman, Suherman, *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam*

- Menghadapi Pasar Regional dan Global*, Jakarta : Renaka Cipta, 2004.
- Swasto, Sunuharjo Bambang, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta : Yayasan Ilmu Sosial, 1999.
- Tantri, Francis, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2009.
- Thomas L. Wheelen dan David Hunger, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Tjiptono, F, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Wibowo, Sigih, dkk, *Petunjuk Mandiri Usaha Kecil*, Jakarta: Penerbit Swadaya, 2005.
- Wignjosoebroto, Sritomo, *Pengantar Teknik dan Manajemen Industri*, Jakarta: Penerbit Guna Widya, 2003.
- Wiratha, I. Made, *Metodelogi Penelitian Sosial Ekonomi*, Ed.I, Yogjakarta: Andi Offset, 2006.