**KEMITRAAN PRODUKSI DAN PEMASARAN UMKM SIRUP MANGGA****S.A. Sifa Imtihan,✉ Kardoyo.**

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel*Sejarah Artikel:*

Diterima Oktober 2018

Disetujui Januari 2019

Dipublikasikan Februari 2019

*Keywords;**Business development;**Marketing Partnership; and**Production Partnership***Abstrak**

Pengembangan usaha merupakan cara untuk mendapatkan kualitas dalam sebuah usaha. Penelitian ini bertujuan untuk (1). Mengetahui pengembangan usaha yang dilakukan UMKM sirup Michiko dari dua aspek yaitu aspek kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi. (2). Mengetahui setiap aspek pengembangan usaha kedalam sebuah pola atau konsep yang merupakan sebuah proses atau temuan selama penelitian berlangsung. Penelitian ini merupakan kualitatif studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari disperindag dan UMKM Kota Cirebon dan sirup Michiko. Keabsahan data menggunakan triangulasi data. Teknik analisis data menggunakan teknik *miles and huberman*. Temuan penelitian ini yaitu sebuah konsep kemitraan atau pengembangan usaha sector kemitraan yang di dalamnya terdapat sebuah pola kemitraan yang terbagi menjadi dua pola yaitu kemitraan produksi dan kemitraan pemasaran. Kemitraan pemasaran UMKM sirup bekerjasama dengan beberapa mitra yang bergerak dibidang pemasaran seperti pemasaran melalui media televisi serta dibantu oleh pemerintah melalui acara-acara yang diadakan oleh pemerintah baik Kota maupun Provinsi sehingga dapat memasarkan produk sirup Michiko secara merata. Kemitraan produksi sirup bekerjasama dengan beberapa mitra yang bergerak dalam bidang produksi seperti produksi buah mangga dan produksi kemasan. Dengan adanya kerjasama yang dilakukukan sirup Michiko maka produk dapat dikenal masyarakat luas dan mengoptimalkan proses produksi melalui kerjasama/kemitraan yang dijalankan oleh UMKM sirup Michiko dengan menedepankan kualitas.

Abstract

Business development is a way to get quality in a business. This study aims to (1). Knowing the business development undertaken by MSME syrup Michiko from two aspects, namely the marketing partnership and partnership of production. (2) Knowing every aspect of business development into a pattern or concept that is a process or finding during a research. This study is a qualitative case study. Sources of data in this study were obtained from the dinas and SMEs of Cirebon City and Michiko syrup. Data validity uses data triangulation. Data analysis techniques using miles and huberman techniques. The findings of this research is a partnership concept or business sector partnership development in which there is a partnership pattern that is divided into two patterns namely partnership of production and marketing partnership. MSME marketing partnership syrup in cooperation with several partners engaged in marketing such as marketing through television media and assisted by the government through events held by the government both City and Province so as to market the product Michiko syrup evenly. Syrup production partners cooperate with several partners engaged in production such as mango fruit production and packaging production. With the cooperation done by Michiko syrup, the product can be widely known and optimize the production process through cooperation / partnership run by MSMEs Michiko syrup by prioritizing the quality.

© 2019 Universitas Negeri Semarang

✉Alamat korespondensi:

Gedung L1 Lantai 1 FE Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: imtihansifa@gmail.com

p-ISSN 2252-6544

e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara, memiliki peran yang penting. Bukan saja di negara Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peran strategis di negara – negara lain juga. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah dapat dilihat dalam kontribusinya terhadap PDB, ekspor non – migas, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan sumber daya manusia yang cukup berarti (Irvan, 2000) dalam buku Pandji Anoraga.

Di Indonesia, tidak dapat diingkari betapa pentingnya peranan UMKM terhadap penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan masyarakat. Data terakhir dari Kementerian Negara Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa sampai pada pertengahan tahun ini, banyaknya UMKM di Indonesia mencapai 99,99 persen dari jumlah seluruh unit usaha. Peranan UMKM dalam penyerapan tenaga kerja juga sangat besar, yaitu menampung 99,44 persen dari seluruh angkatan kerja yang ada. Selain itu dari sisi pembentukan produk domestik bruto (PDB), kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 63,11 persen, sementara usaha besar yang merupakan 0,01 persen dari seluruh unit usaha memberikan andil sebesar 36,89 persen terhadap PDB (Setiawan, 2004) Pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) sangat penting bagi setiap negara terutama negara Indonesia selain wahana utama untuk dapat menyerap tenaga kerja, juga sebagai penggerak roda perekonomian serta pelayanan masyarakat. Hal ini dimungkinkan mengingat karakteristik usaha kecil yang kenyal terhadap krisis ekonomi karena dijalankan dengan ketergantungan yang rendah terhadap pendanaan sektor moneter serta keberadaanya tersebar diseluruh pelosok negeri sehingga

merupakan jalur distribusi yang efektif untuk menjangkau sebagian besar masyarakat Indonesia. Tidak dapat diingkari bahwasanya pengembangan dan pertumbuhan UMKM merupakan salah satu motor penggerak yang krusial bagi pembangunan ekonomi di banyak negara di dunia. Berdasarkan pengalaman di negara-negara maju menunjukkan bahwa UMKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan jumlah wirausahawan yang kreatif dan inovatif dan penciptaan tenaga kerja terampil dan fleksibel dalam proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat (Tambunan dalam Setiawan, 2004).

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja dan modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar, dan kesulitan dalam pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi/antar wilayah, antar sentra, antar sektor/antar subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan/sektor yang sama (Tambunan dalam Setiawan, 2004)

Setiap daerah pasti ingin usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di daerahnya dapat berkembang dan terus meningkat, di daerah Provinsi Jawa Barat tepatnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini bahwa UMKM dari tahun ke tahun terus berkembang jumlah per – unit dan tenaga kerjanya hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. UMKM Provinsi Jawa Barat

Kabupaten/Kota	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Unit Usaha	Tenaga Kerja
	2010		2011		2012		2013	
Bogor	14.333	135.733	14.975	336.594	14.975	338.687	14. 975	338. 687
Sukabumi	15.329	128.748	15.471	214.278	15.471	214.278	15. 471	214. 278
Cianjur	1.211	106.892	1.244	159.294	1.244	159.294	1.244	159. 294
Bandung	12.269	123.812	13.473	188.855	13.483	189.850	13. 483	189. 850
Garut	9.763	102.592	9.813	168.188	9.813	168.188	9.813	168. 188
Tasikmalaya	1.382	91.161	1.414	171.440	1.480	171.899	1.480	171. 899
Ciamis	1.313	68.806	1.382	189.917	1.382	189.917	1.408	189. 917
Kuningan	2.169	106.134	2.350	191.760	2.350	191.760	2.430	191. 760
Cirebon	10.427	32.029	10.677	88.476	10.699	88.972	10. 679	88.972
Majalengka	7.366	93.866	7.396	143.681	7.396	143.681	7.396	143. 681
Sumedang	5.030	103.540	5.130	159.477	5.130	159.477	5.130	159. 477
Indramayu	2.329	76.381	2.377	123.391	2.377	123.391	2.377	123. 391
Subang	3.380	48.858	3.410	140.693	3.410	140.693	3.410	140. 693
Purwakarta	10.704	32.004	10.850	117.395	10.850	117.395	10. 850	117. 395
Karawang	9.242	114.150	9.341	215.580	9.341	215.580	9.341	215. 580
Bekasi	10.580	118.106	10.704	194.221	10.704	194.221	10. 704	194. 221
Jawa Barat	198.478	2.280.375	203.060	4.216.671	203.312	4.221.285	203. 419	4.221 393

Sumber: Bps Jabar_diolah, 2013

Dari data pada tabel 1 menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak dan terus meningkat setiap tahunnya mulai dari 198.478 hingga mencapai angka 203.419 pada tahun 2013 hal ini menunjukkan bahwa provinsi Jawa Barat adalah provinsi yang sangat berkompeten dalam mengembangkan usaha kecil menengah (UMKM), pada Kota Cirebon tepatnya, Kota ini juga memiliki UMKM yang setiap tahunnya berkembang dan meningkat. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 pada tahun 2010 jumlah UMKM di kota Cirebon hanya 10.247 unit UMKM dan

terus meningkat hingga 10.679 UMKM pada tahun 2013.

Dalam dunia usaha di Kota Cirebon terdapat usaha industri yang sangat menarik yaitu usaha industri sirup mangga gedong gincu "michiko" sirup ini sangat terkenal di Kota Cirebon. Industri sirup michiko merupakan salah satu produk unggulan di Kota Cirebon karena rasa khas mangga gedong yang menjadi unggulan dalam rasanya. Selain rasa, nilai penjualan dari sirup Michiko sendiri paling tinggi diantara usaha industri khas Kota Cirebon lainnya, hal ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. UMKM Khas Kota Cirebon Tahun 2017

No	Nama UMKM	Jenis UMKM	Pemilik	Tenaga kerja	Jumlah produksi (pcs/unit)	Modal (Rp)	Nilai penjualan per tahun (Rp)
1	Agro mitra abadi	Minuman sari buah mangga gedong khas Cirebon	Uun unerie	10	15 000	200.000.000	1.500.000.000
2	Sari gurih	Kerupuk kulit khas Cirebon	Slamet widodo	8	1 000	120.000.000	600.000.000
3	Distro topeng sanggar	Kerajinan etnik khas Cirebon	Dian mulyadi	10	1 000	150.000.000	500.000.000

4	alam D'D keche	Klitik jagung khas Cirebon	Amdul rochim	6	500	50.000.000	200.000.000
5	PD. bangun	Kerupuk kulit akar kelapa khas Cirebon	Kosim	8	300	50.000.000	150.000.000

Sumber: Disperindag dan UMKM Kota Cirebon 2017

Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa usaha minuman mangga gedong gincu khas Cirebon memiliki omzet sebesar Rp.1.500.000.000 dengan modal awal Rp.200.000.000 minuman ini juga telah memasarkan produknya hingga diluar Kota Cirebon diantaranya Jakarta, Bandung, Banten, Semarang, Malang, Surabaya, Yogyakarta. Omset yang tinggi dibandingkan dengan UMKM khas Cirebon lainnya menjadikan usaha industri Michiko ini mendapat berbagai macam penghargaan seperti, penggerak kewirausahaan tingkat nasional dari Kemenpora, penghargaan sidhakarya tingkat Jawa Barat dari Kemenpora dan Dinas koperasi UMKM Jawa Barat, penghargaan bintang 4 tingkat nasional dengan kategori *one village, one product* dari Kementrian Perindustrian.

Dari berbagai macam prestasi dan penghargaan yang diperoleh UMKM ini membuktikan bahwa usaha industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko adalah industri yang berkompeten dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya hingga saat ini sehingga memberikan dampak positif bagi perekonomian di daerah Cirebon khususnya. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka peneliti mengambil judul “Kemitraan dan pengembangan sumber daya manusia umkm sirup mangga gedong gincu Michiko Kota Cirebon.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai satu kesatuan yang utuh. Desain penelitian ini adalah *study* kasus, yang merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi atau individu), peristiwa latar secara mendalam tujuan dari penelitian ini gambaran mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti. Pengumpulan data diperoleh dari wawancara, dokumentasi dan observasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi focus penelitiannya itu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi yang diterapkan oleh umkm Kota Cirebon dan pengembangan sumber daya manusia yang fokus kepada perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia. Lokasi dari penelitian ini yaitu di Kota Cirebon tepatnya Jl. Kalijaga Permai. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata – kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain –lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Sumber Data Penelitian

Data	Sumber Data	Metode Pengambilan Data	Teknik Pengumpulan Data
Strategi Kemitraan			
a. Identifikasi pola kemitraan	a. Pemilik UMKM	a. Observasi	a. Lembar observasi
b. Strategi Kemitraan sirup MICHIKO dengan industri lainnya.	b. Staff pemasaran c. Staff produksi	b. Wawancara c. Dokumenta	b. Lembar wawancara

	si	c. Lembar dokumentasi
Sumber daya manusia		
a. Strategi perencanaan sumber daya manusia	a. Pemilik UMKM	a. Wawancara
b. Strategi pengembangan sumber daya manusia	b. Karyawan	b. Observasi
	c. UMKM sekitar	c. Dokumentasi
		a. Lembar observasi
		b. Gambar dokumentasi
		c. Wawancara

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada responden yang dianggap dapat memberikan data yang kredibel dan dapat dipercaya serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik analisis model miles and huberman, yang didalam tekniknya terdapat langkah langkah yaitu mengumpulkan data (*data reduction*), dalam hal ini data yang didapatkan yaitu data mengenai kemitraan dan pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan UMKM sirup Michiko.

Setelah itu penyajian data (*data display*). Dalam penelitian ini data yang disajikan yaitu berupa gambaran deskriptif atau berupa konsep suatu gambaran mengenai kemitraan dan pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh UMKM sirup Michiko. Kesimpulan (*conclusion/verification*) dari penelitian ini berupa temuan baru terkait kemitraan dan pengembangan sumber daya manusia, temuan ini merupakan sebuah gambaran atau konsep mengenai kemitraan dan pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan dalam pengembangan usaha sirup mangga Michiko Kota Cirebon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Cirebon terletak pada 6°41 LU - 108°33'BT pantai Utara Pulau Jawa, bagian timur Jawa Barat, memanjang dari barat ke timur 8 kilometer, Utara ke Selatan 11 kilometer dengan ketinggian dari permukaan laut 5 meter (termasuk dataran rendah). Kota Cirebon dapat

ditempuh melalui jalan darat sejauh 130 km dari arah Kota Bandung dan 258 km dari arah Kota Jakarta. Kota Cirebon dikenal sebagai kota wali karena penyebaran agama islam di kota ini sangat pesat dan memiliki beberapa pesantren terkemuka pencetak para ulama seperti pesantren buntet, lalu pesantren kempek dan pesantren lainnya. Kota Cirebon juga terkenal sebagai kota Berintan karena banyak terdapat makanan – makanan khas yang terbentuk menjadi UMKM pada saat ini, sehingga Kota Cirebon dijuluki sebagai “Cirebon kota berintan”.

Sesuai dengan rencana awal bahwa jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara dalam pengambilan informasi dan data baik data primer maupun sekunder dan menggunakan waktu yang cukup lama dalam memperoleh data juga menggunakan sumber data yang berbeda untuk membuktikan suatu temuan. Sehingga data hasil temuan penelitian dapat dibuktikan secara jelas.

Berikut ini peneliti uraikan semua hasil dan pembahasan serta temuan baru mengenai strategi pengembangan Usaha Industri Mangga Gedong Gincu Michiko “Argo Mitra Abadi” di Kota Cirebon. Kemitraan atau kerjasama yang dilakukan oleh industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko “Argo Mitra Abadi” yang dalam proses pengembangannya bekerjasama dengan beberapa mitra terkait, berdasarkan penelitian yang dilakukan hasil yang didapatkan dalam proses kerjasama/kemitraan, Industri Sirup Michiko membagi menjadi dua bagian yang pertama yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi seperti yang dijelaskan oleh

Direktur Perusahaan bahwa “mengenai proses kemitraan kita membagi menjadi dua sistem yang pertama kemitraan dalam membantu proses produksi yang kedua kemitraan yang membantu dalam proses pemasaran” (wawancara tanggal 15 juli 2017).

Proses kemitraan yang dilakukan perusahaan industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi adalah membuat kontrak dengan perusahaan besar penyedia buah mangga dari 3 wilayah yaitu Kota Cirebon, Kabupaten Indramayu dan Kabupaten Majalengka lalu membuat kontrak berdasarkan kesepakatan bersama kontrak tersebut yaitu mengenai harga, waktu, dan produksi mangga gedong. Seperti yang dijelaskan oleh staff pemasaran essa dan karyawan ibu roseti bahwa: “Dalam proses pengembangan kita kerjasama mas dengan beberapa perusahaan contohnya saja para petani mas, terus botolnya, percetakanya itu semua bukan kita melainkan perusahaan lain yang mengerjakan yang penting ada kesepakatan diawal.” (wawancara tanggal 20 September 2017).

Langkah awal dalam sistem kemitraan produksi adalah membuat kontrak dengan

perusahaan - perusahaan yang sebelumnya telah dipertimbangkan lalu perusahaan tersebut mulai membuat atau memproduksi bahan yang diperlukan oleh industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi setelah bahan yang dibutuhkan telah siap maka perusahaan Argo Mitra Abadi mulai efektif menjalankan produksinya sehingga keuntungan yang didapatkan bukan hanya dari satu pihak saja tetapi dari kedua belah pihak. Ketika perusahaan sirup Michiko sukses dalam penjualanya maka kontrak pun akan diperpanjang oleh Argo Mitra Abadi. Bukan hanya kemitraan produksi akan tetapi mitra yang membantu memasarkan produk sirup juga mendapatkan keuntungan yang diinginkan setelah kedua belah pihak membuat kontrak dan mulai bekerjasama.

Setelah wawancara peneliti berhasil mendapatkan data mengenai beberapa perusahaan atau mitra yang menajalin kerjasama dengan industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi yang bersumber dari direktur perusahaan Uun Unerie. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Kemitraan Usaha Industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko”Argo Mitra Abadi” tahun 2008 - 2017

No	Kemitraan Pemasaran (Pola dagang umum)	No	Kemitraan produksi (Pola Subkontrak)
1	PT. Carefour yang memasarkan outlet di seluruh Indonesia	1	Petani mangga gedong dari 3 daerah untuk produksi bahan baku
2	Toko oleh – oleh di seluruh Pulau Jawa.	2	CV. Teguh Jaya percetaakan untuk produksi dus sirupdan stiker
3	Beberapa hotel diseluruh Indonesia	3	CV. Mata elang untuk produksi botol dan tutup botol sirup
4	Beberapa katering yang ada dikota Cirebon		

Sumber : Data primer 2017

Berdasarkan tabel 4 usaha Industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi memiliki dua pola dalam menjalankan kerjasama antar industri terkait yakni pola dagang umum yang didalamnya

bekerjasama dengan beberapa mitra seperti PT. Carefour Indonesia, toko oleh – oleh, hotel – hotel, dan katering - katering di Kota Cirebon, lembaga/industri tersebut membantu Usaha Industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko

“Argo Mitra Abadi” dalam memasarkan produk. Mitra produksi juga menjadi pilihan industri ini dilihat dari produksi yang tidak dikerjakannya sendiri dan butuh kerjasama antar mitra dengan ikatan kontrak. Adanya lembaga-lembaga atau mitra-mitra tentu sangat membantu bagi Usaha Industri Sirup Mangga Michiko karena industri sirup ini tidak serta merta dapat menjalankan industrinya secara individual seperti yang dijelaskan oleh direktur perusahaan bahwa: “Ya, kami akui kami tidak mampu menjalankan proses pengembangan usaha secara individual, kami lebih memilih bekerjasama dengan industri lain karena menurut saya bekerjasama akan mempermudah dalam pelaksanaan pengembangan usaha” (wawancara tanggal 15 Juli 2017).

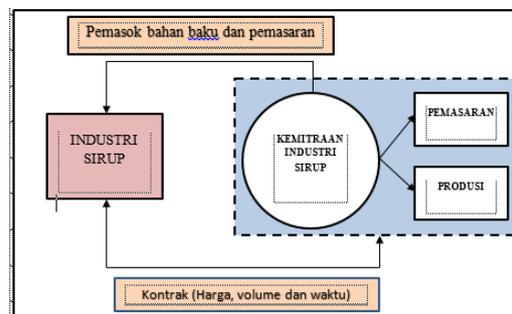
Tujuan dari kemitraan atau kerjasama antar industri ini adalah untuk dapat mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik dan menjadikan usaha yang berkompeten dan juga menjadikan usaha agar dapat dikenal oleh banyak masyarakat, lalu mempermudah perusahaan dalam memproduksi sirup mangga gedong gincu itu sendiri sehingga direktur membagi kemitraan menjadi dua pola kemitraan yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi. Dalam sistem kemitraan dimulai oleh Industri Sirup Mangga Gedong Gincu “Argo Mitra Abadi” sejak membuka usaha yaitu pada tahun 2008 hingga saat ini berjalan dengan baik.

Salah satu mitra yang bekerjasama dengan industri sirup mangga gedong gincu Michiko Argo Mitra Abadi dalam proses kemitraan pemasaran adalah PT.Carefour Indonesia yang memasarkan sirup ke 32 outlet diseluruh Indonesia. Berdasarkan penelitian mengenai kemitraan bahwa dalam mendirikan sebuah usaha sistem kemitraan atau kerjasama lebih dipilih direktur perusahaan Industri Sirup karena dengan adanya sistem kemitraan industri sirup mangga gedong gincu michiko Argo Mitra Abadi dapat mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik, professional dan berkompeten.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan sirup mangga Argo mitra abadi dalam melakukan proses strategi kemitraanya

dengan menggunakan pola dagang umum dan proses pola subkontrak sehingga membentuk sebuah pola atau temuan strategi dalam kemitraanya. Maka dalam hal ini hasil penelitian ini sesuai dengang teori yang ada terkait strategi kemitraan namun tidak menggunakan semua atau kelima aspek yang dituliskan didalam teori.

Hafsah (1999) mengatakan bahwa kemitraan terbagi menjadi beberapa pola dan masing-masing memiliki proses yang berbeda, ada 5 pola didalam buku tersebut antara lain pola subkontrak, pola dagang umum, pola inti plasma, pola keagenan dan waralaba. Pola kemitraan di Indonesia hingga detik ini dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu: pola keterkaitan langsung dan keterkaitan tidak langsung dalam jurnal Kuncoro (2000) pola kemitraan di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yaitu: pola keterkaitan langsung meliputi; Pertama, Pola PIR (Perusahaan Inti Rakyat), di mana perusahaan inti menyediakan lahan sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen menampung, mengelola dan memasarkan hasil produksi disamping itu perusahaan inti tetap memproduksi kebutuhan perusahaan. Maka temuan penelitian yang didapatkan terkait kemitraan yang dilakukan oleh industri Argo Mitra Abadi yaitu strategi kemitraan yang membentuk pola hubungan antara industri sirup Argo Mitra Abadi dengan pihak kemitraan yang membagi proses kemitraanya menjadi dua bagian yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi dalam proses kerjasamanya.



Gambar 1. Kemitraan Sirup Michiko (Temuan penelitian)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan temuan kemitraan yang dijalankan oleh industri sirup mangga Gedong Gincu Michiko pada gambar 1

yaitu industri sirup mangga gedong gincu Argo Mitra Abadi saling bekerjasama yang menghubungkan antara industri sirup dengan beberapa mitra terkait produksi dan pemasaran, lalu membuat kontrak yang telah dibuat antara industri Argo Mitra Abadi Dengan Mitra terkait produksi dan pemasaran, setelah membuat kontrak mitra betugas menjalankan fungsinya diantaranya memasarkan dan memproduksi.

Perlu adanya kekonsistenan dari kedua belah pihak dalam menjalankan strategi kemitraan ini sehingga proses strategi kemitraan dapat berjalan dengan baik. Kemitraan atau kerjasama antar industri ini adalah untuk mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik dan menjadikan usaha yang berkompeten dan juga menjadikan usaha agar dapat dikenal oleh banyak masyarakat. Lalu mempermudah perusahaan dalam memproduksi sirup mangga gedong gincu itu sendiri sehingga direktur perusahaan benar-benar mempertimbangkan dalam menjalankan kemitraan agar industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko menjadi

industri yang mampu bersaing dengan industri-industri besar lainnya.

Dalam rangka memperjelas pola kemitraan yaitu kemitraan pemasaran dan produksi yang dijalankan oleh industri sirup mangga Gedong Gincu Argo Mitra Abadi maka dapat dijelaskan secara rinci terkait strategi kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi pada penjelasan berikut ini, sirup mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra abadi memiliki berbagai macam cara dalam bekerjasama antar perusahaan, salah satunya kemitraan pemasaran seperti yang dilakukan saat ini, yaitu melalui mitra yang bergerak di media televisi lalu memperkenalkan produk melalui bazar atau undangan dari dinas dan mengikuti acara seperti pada hari – hari besar yang dijadikan dalam sebuah acara seperti hari jadi Koperasi dan UMKM, *Expo* provinsi Jabar dan hari jadi Kota Cirebon sehingga mampu menguasai pasar lokal dan nasional. Untuk lebih rinci peneliti membuat tabel rangkaian kegiatan dalam memperkenalkan produk sirup sebagai berikut:

Tabel 5. Daftar Rangkaian Promosi Industri Usaha Sirup Mangga Gedong Gincu “Mitra Abadi” tahun 2017

No	Cara memasarkan/memperkenalkan produk yang pernah diikuti	Tempat	Penyelenggara
1	Media televisi (TV)	Kantor perusahaan terkait dan Tv Cirebon	Tim dari perusahaan “Argo Mitra Abadi” dan <i>crew</i> stasiun TV
2	Bazar tahunan	Balai kota Cirebon	Disperindag Kota Cirebon
3	<i>Expo</i> jabar	Pelataran gedung sate bandung	Dinas koperasi dan UMKM provinsi jawa barat
4	Hari jadi Koperasi dan UMKM kota Cirebon	Alun – alunkejaksankota Cirebon	Dinas perindustrian dan koperasi UMKM Kota Cirebon
5	Pameran produk unggulan daerah	Pelataran citra land kota cirebon	Dinas perindustrian dan koperasi UMKM Kota Cirebon

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Tabel 5 menjelaskan bahwa beberapa kemitraan pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko”Argo Mitra Abadi” hal ini

perlu dilakukan baik di dunia maya ataupun dunia nyata pemasaran adalah proses paling penting dalam sebuah perusahaan karena sebuah perusahaan dapat dikenal oleh

masyarakat secara luas dan menyeluruh, seperti yang dikatakan oleh direktur perusahaan bahwa: “Pemasaran kita nomor satukan karena memasarkan/memperkenalkan produk kepada masyarakat sangatlah penting, makanya kami selalu ikut program – program pemerintah kota lalu bergerak dibidang online dan mempromosikanya setiap ada acara hari – hari jadi seperti kemarin sore tanggal 14 juli 2017 di bandung” (wawancara tanggal 15 juli 2017)

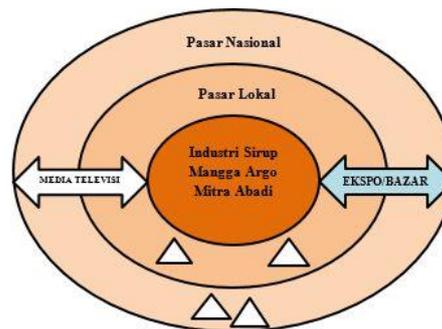
Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan pengambilan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara maka selama proses yang diamati selama 3 bulan 20 hari dalam pengembangan pemasarannya Industri Sirup Argo Mitra Abadi menggunakan media televisi dan bazar atau *expo* yang diadakan oleh pemerintah setempat atau universitas baik dalam daerah maupun tingkat provinsi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan sirup mangga Argo mitra abadi dalam memperkenalkan produknya yaitu sesuai dengan teori yang dikatakan dalam jurnal Kuncoro (2000) mengatakan bahwa pola kemitraan di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yaitu: pola keterkaitan langsung meliputi; Pertama, Pola PIR (Perusahaan Inti Rakyat), di mana perusahaan inti menyediakan lahan sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen menampung, mengelolah dan memasarkan hasil produksi disamping itu perusahaan inti tetap memproduksi kebutuhan perusahaan.

Kedua, pola dagang dimana salah satu mitra memasarkan hasil atau produk mitra yang kerjasama. Namun, dalam hal kemitraan pemasaran ini industri sirup menggunakan pola dagang umum saja, dan menurut menurut Anoraga (2007) bahwa pemerintah turut mendukung dan membina dalam dalam proses pengembangan usaha, hal ini dilakukan oleh pemerintah Kota Cirebon dan pemerintah Provinsi Jawa Barat yang selalu mengadakan bazar, *expo* dan pelatihan yang diikuti oleh industri Sirup Michiko Argo Mitra Abadi. Dalam hal pemasaran saluran pemasaran sesuai dengan teori yang tertulis dalam buku *Kotler dan Keller*, (2008) ada tiga saluran pemasaran dalam

menjalankan cara berpromosi yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran layanan, namun dalam hal ini temuan yang dilakukan dalam pemasaran atau cara memperkenalkan produk hanya menggunakan dua jenis saluran pemasaran saja yaitu saluran komunikasi dan distribusi yang termasuk dalam saluran komunikasi seperti melalui media televisi, sedangkan menggunakan saluran pemasaran atau distribusi yang didalamnya bekerjasama dengan perusahaan distribusi atau distributor guna mengembangkan pemasaran yang akan dijalankan.

Sehingga temuan terkait kemitraan pemasaran yang dilakukan oleh industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko membentuk sebuah gambaran atau pola dimana sebuah upaya dalam memasarkan atau memperkenalkan *brand* (merek) kepada seluruh konsumen baik tingkat lokal, maupun nasional. Temuan kemitraan pemasaran dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Kemitraan Pemasaran (Temuan Penelitian)

Keterangan :

-  : Mitra dan pemerintah
-  : Promosi Lewat Media Televisi
-  : Promosi Lewat Ekspo/Bazar

Gambar 2 menjelaskan bahwa kemitraan pemasaran perlu dilakukan melalui banyak aspek diantaranya melalui mitra yang bergerak di media televisi dan bergerak sebagai distributor sehingga proses pemasaran dapat dijalankan dengan sistem kerjasama ini perlu adanya ikut serta dalam setiap acara bazar atau *expo* yang dilakukan oleh pemerintah juga turut membantu dalam strategi kemitraan pemasaran ini.

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan bahwa dalam proses pemasaran industri sirup mangga menggunakan saluran penting dalam pemasaran yaitu saluran komunikasi dan saluran distribusi dalam proses pemasaran atau cara memperkenalkan produk sirup, juga perlu adanya penetapan harga yang sesuai dengan isi kantong masyarakat tetapi tidak merugikan bagi industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi itu sendiri.

Aspek teknis produksi adalah aspek yang berhubungan dengan pembangunan dari proyek

yang direncanakan, baik dilihat dari faktor lokasi, luas produksi, proses produksi, pembangunan teknologi (mesin/peralatan), maupun keadaan lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi. Dalam produksi sirup mangga Michiko aspek teknis produksinya adalah mangga gedong gincu yang didapatkan dari kerjasama mitra di tiga wilayah penghasil mangga gedong gincu itu sendiri yaitu daerah Indramayu, Majalengka dan Kuningan. Adapun Mitra produksi yang bekerjasama dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Kemitraan Produksi Sirup Michiko Argo Mitra Abadi

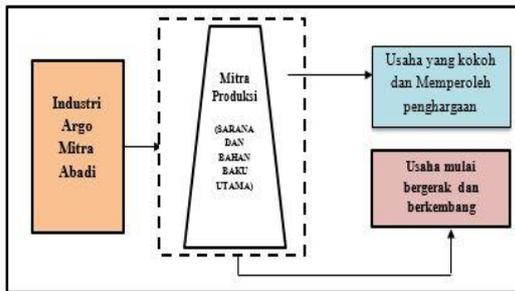
No	MITRA PRODUKSI	ALAMAT
1	Petani mangga gedong dari 3 daerah untuk produksi bahan baku	Jl. Karangsong No 21 RT 04/03 Kab.Indramayu.
2	CV. Teguh Jaya percetakan untuk produksi dus sirup dan stiker	Jl. Kanggraksan No.11 perempatan Kesambi Kota Cirebon
3	CV. Mata elang untuk produksi botol dan tutup botol sirup	Jl. Kalitanjung No.24 RT01/01 Kesambi sebelum Ma.Ghufi Kota Cirebon

Sumber :Data Primer, 2017

Tabel 6 adalah data kemitraan produksi yang bekerjasama dengan industri sirup mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi ada tiga mitra yang bekerjasama yaitu mitra atau golongan petani yang memproduksi mangga gedong gincu untuk diproduksi menjadi sirup lalu mitra percetakan Teguh Jaya yang membantu dalam proses produksi dus sirup mangga Gedong Gincu Michiko dan mitra yang memproduksi tutup dan botol sirup mangga Gedong Gincu Michiko yaitu CV.Mata Elang yang bertempat di Jl. Kalitanjung Kota Cirebon. Berdasarkan dalam jurnal Kuncoro (2000) pola kemitraan di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yaitu: pola keterkaitan langsung meliputi Pertama, Pola PIR (Perusahaan Inti Rakyat), di mana perusahaan inti menyediakan lahan sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen menampung, mengolah dan memasarkan hasil

produksi disamping itu perusahaan inti tetap memproduksi kebutuhan perusahaan. Kedua, pola dagang dimana salah satu mitra memasarkan hasil atau produksi UMKM mitra yang kerjasama. Sedangkan dalam buku Anoraga (2007) bahwa aspek pengembangan produksi perlu diperhatikan.

Dalam hal ini temuan kemitraan industri sirup mangga Argo Mitra Abadi hanya membaginya menjadi dua bagian saja yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi yang setelah diamati dan dikaitkan dalam teori masuk kedalam proses pola dagang umum dan pola subkontrak saja tanpa menggunakan semua aspek yang ada dalam teori Hafsah 1999 dan dapat berjalan dengan baik, konsisten, dan profesional. Sehingga temuan terkait strategi pengembangan produksi seperti pada gambar 3 berikut ini:

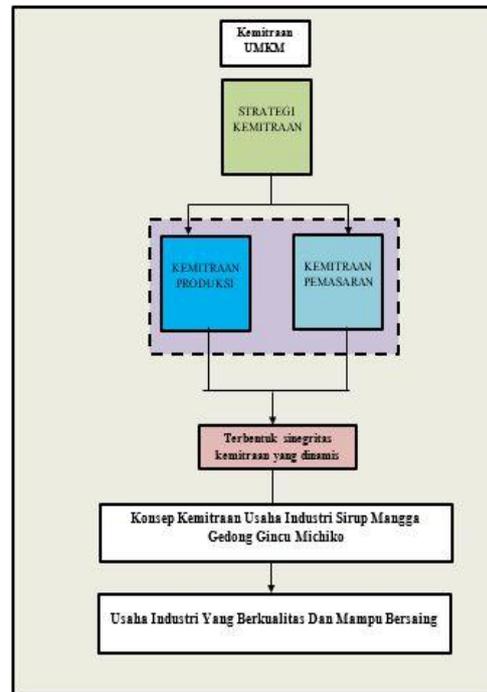


Gambar 3. Kemitraan Produksi (Temuan Penelitian)

Gambar 3 adalah temuan penelitian terkait kemitraan produksi atau kerjasama antara industri sirup mangga Gedong Gincu Michiko dengan industri yang bergerak dibidang produksi dapat dijelaskan bahwa Industri Argo Mitra Abadi dalam menjalankan produksinya tentu menggunakan strategi maka strategi yang dibuat dalam proses produksinya adalah kerjasama atau kemitraan produksi dimana pihak industri sirup Michiko mengambil keputusan untuk bekerjasama dengan industri yang bergerak dibidang produksi mulai dari bahan baku mangga gedong dan sarana produksi seperti botol, stiker dan lain sebagainya sehingga ada keuntungan yaitu strategi mampu membawa nama baik sirup mangga Gedong Gincu Michiko ditingkat Kota Maupun tingkat Provinsi dalam memperoleh penghargaan.

Peneliti mengamati dua aspek dalam penelitian yang dilakukan pada Industri sirup Argo Mitra Abadi yaitu aspek kemitraan produksi dan kemitraan pemasaran sehingga UMKM sirup Michiko Mampu meraih berbagai macam penghargaan baik tingkat lokal maupun nasional. Dalam mengembangkan usaha tentu perlu adanya usaha serta konsisten dalam pelaksanaannya dalam mengembangkan sebuah industri bukan hanya merencanakan tetapi menjalankan strategi yang baik serta akurat dalam mengembangkan Industri sirup mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi. Dalam hal ini peneliti berhasil menemukan lalu merumuskan sebuah konsep pengembangan usaha kedalam sebuah gambaran bagan atau konsep yang dinamakan konsep pengembangan usaha dua aspek. Dimana dalam gambar ini

dapat dijelaskan gambaran serta pembahasan singkat dan jelas mengenai pengembangan usaha.



Gambar 4. Temuan Penelitian

Gambar 4 adalah temuan penelitian yang menjelaskan bahwa keistimewaan sebuah usaha atau keberhasilan sebuah usaha dalam meraih berbagai macam penghargaan dan mampu bersaing adalah pengembangan usaha yang baik dan mampu berjalan secara optimal atau konsisten dalam prosesnya. Hal ini yang ditemukan dalam penelitian strategi pengembangan usaha pada industri Argo Mitra Abadi, bahwa sebuah usaha yang dikatakan baik bukan usaha yang mampu berdiri dan memiliki merk terkenal tetapi sebuah usaha yang baik adalah sebuah usaha yang sanggup bergerak, bersaing dan komitmen dalam melakukan sebuah proses pengembangannya.

Dari gambar 4 dapat diketahui bahwa dua aspek penting dalam menjalankan sebuah pengembangan usaha dalam hal ini adalah usaha Industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Aabadi. Dari dua aspek tersebut dapat dijelaskan bahwa tahap pertama dalam melaksanakan pengembangan usaha adalah kemitraan, didalam buku Hafsah (1999)

bahwa kemitraan terbagi menjadi beberapa pola dan masing-masing memiliki proses yang berbeda, ada 5 pola didalam buku tersebut antara lain pola subkontrak, pola dagang umum, pola inti plasma, pola keagenan dan waralaba namun dalam hal ini temuan strategi kemitraan industri sirup mangga Argo Mitra Abadi hanya membaginya menjadi dua bagian yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi yang setelah diamati masuk kedalam proses pola dagang umum dan pola subkontrak.

Setelah menemukan pola kemitraan yang dijalankan oleh Industri langkah selanjutnya dalam strategi kemitraan adalah memperpanjang kontrak dengan mitra tersebut dalam proses kerjasama berjalan dengan kondusif dan konsisten sehingga terjalin sinergitas kemitraan yang dinamis. Dalam strategi kemitraan pemasaran dilihat dari cara berpromosi atau memperkenalkan produk yang tujuannya mencari pelanggan baik tingkat lokal atau nasional.

Kuncoro (2000) mengemukakan bahwa pola kemitraan di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yaitu: pola keterkaitan langsung meliputi Pertama, Pola PIR (Perusahaan Inti Rakyat), di mana perusahaan inti menyediakan lahan sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen menampung, mengolah, dan memasarkan hasil produksi. Disamping itu perusahaan inti tetap memproduksi kebutuhan perusahaan. Kedua, pola dagang dimana salah satu mitra memasarkan hasil atau produk mitra yang kerjasama, sedangkan dalam buku Anoraga (2007) bahwa aspek pengembangan produksi perlu diperhatikan.

Temuan kemitraan industri sirup mangga Argo Mitra Abadi hanya membaginya menjadi dua bagian saja yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi yang setelah diamati dan dikaitkan dalam teori masuk kedalam proses pola dagang umum dan pola subkontrak saja tanpa menggunakan semua aspek yang ada dalam teori Hafsa (1999) dan dapat berjalan dengan baik, konsisten dan profesional. Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan sirup mangga Argo mitra abadi

dalam memperkenalkan produknya yaitu sesuai dengan teori yang dikatakan dalam jurnal Kuncoro (2000:11) mengatakan bahwa pola kemitraan di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yaitu: pola keterkaitan langsung meliputi Pertama, Pola PIR (Perusahaan Inti Rakyat), di mana perusahaan inti menyediakan lahan sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen menampung, mengolah dan memasarkan hasil produksi disamping itu perusahaan inti tetap memproduksi kebutuhan perusahaan.

Kedua, pola dagang dimana salah satu mitra memasarkan hasil atau produk mitra yang kerjasama. Namun, dalam hal kemitraan pemasaran ini industri sirup menggunakan pola dagang umum saja dan menurut menurut Anoraga (2007) bahwa pemerintah turut mendukung dan membina dalam dalam proses pengembangan usaha, hal ini dilakukan oleh pemerintah Kota Cirebon dan pemerintah Provinsi Jawa Barat yang selalu mengadakan bazar, *expo* dan pelatihan yang diikuti oleh industri Sirup Michiko Argo Mitra Abadi.

Dalam hal pemasaran saluran pemasaran sesuai dengan teori yang tertulis dalam buku Kotler dan Keller (2008) ada tiga saluran pemasaran dalam menjalankan cara berpromosi yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi, dan saluran layanan. Namun, dalam hal ini temuan yang dilakukan dalam pemasaran atau cara memperkenalkan produk hanya menggunakan dua jenis saluran pemasaran saja yaitu saluran komunikasi dan distribusi yang termasuk dalam saluran komunikasi seperti melalui media televisi, sedangkan menggunakan saluran pemasaran atau distribusi yang didalamnya bekerja sama dengan perusahaan distribusi atau distributor guna mengembangkan pemasaran yang akan dijalankan.

Proses pemasaran sendiri tidak lepas dari peran pemerintah, universitas, dan industri lain yang turut membantu dalam memasarkan produk sirup mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi. Strategi kemitraan pemasaran sangatlah penting karena dengan adanya strategi ini industri dapat mengembangkan penjualan produknya ke berbagai pasar baik lokal dan nasional.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian deskripsi temuan dan hasil penelitian yang membahas mengenai pengembangan usaha Industri Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko Argo Mitra Abadi maka dapat menarik kesimpulan yaitu: dapat diketahui bahwa terdapat dua aspek penting dalam menjalankan sebuah pengembangan usaha yaitu aspek kemitraan temuan dari penelitian ini yaitu kemitraan pemasaran dan kemitraan produksi. Dalam kemitraan pemasaran UMKM Sirup Mangga Gedong Gincu Michiko bekerja sama dengan mitra yang bergerak dibidang pemasaran melalui media televisi baik lokal maupun nasional sehingga produk sirup Michiko dapat dikenal melalui pemasaran yang efektif yaitu melalui televisi.

Selain bekerja sama dengan mitra yang bergerak dibidang pemasaran UMKM sirup Michiko juga bekerja sama dengan mitra yang bekerja sama dengan mitra yang bergerak dibidang produksi sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik optimal dan dapat menghasilkan produk sirup yang berkualitas dan dapat dinikmati masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Prof. Dr. Faturrokhman, M. Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang. Dr. Wahyono, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang. Dr. Ade Rustiana, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Dr. Kardoyo M.Pd., Dosen pembimbing Skripsi, yang dengan penuh dengan ketegasan, kesabaran dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberi ilmu dan pengalamannya.

Seluruh jajaran UMKM Industri sirup mangga gedong gincu Michiko Argo Mitra Abadi mulai dari direktur perusahaan hingga staff dan karyawan yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian. Kedua orang tua tercinta yang selalu

memberikan doa, dukungan dan dorongan baik lahir maupun batin. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Koperasi A 2013 dan semua teman-teman sepermainan yang tidak bisa ditulis satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P, 2007. *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Handoko, T, H. 2012. *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Yogyakarta: BPFPE
- Hafsah, Jafar. 2002. *Bisnis Gula di Indonesia*. Jakarta: CV.Mulia Sari.
- Hafsah, Jafar. 2000. *Kemitraan Usaha Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Pustaka Sinar Harapan.
- Ibrahim Y. 2009. *Studi kelayakan bisnis*, Jakarta: pt rineka cipta
- Kotler, P & Keller, K.2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kuncoro, M. 2002. *Usaha kecil di Indonesia, profil, masalah dan strategi pemberdayaan*.
- Moelong, & Lexy.1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Posdakarya.
- Partomo, T, & Soejono, R.2002. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*.
- Saroch, M. & Widodo, J. 2017 "strategi kemitraan minimarket di koperasi mahasiswa (studi kasus pada koperasi mahasiswa universitas sebelas maret)". Jurnal EEAJ.
- Stoner, J, AF, & Wankel C, 2003. *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sukino, S.2010. *Mikro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO.
- Sujarweni, W, 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sugiono, 2014. *Metodelogi penelitian pendidikan (pendekatan kualitatif, kuantitatif dan R&D)*.Bandung: CV. Alfabet.
- Setiawan, A, 2004. *Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol. 1 No. 2.

Wilantara, F.R & Susilawati.2016. *strategi dan kebijakan pengembangan UMKM, upaya peningkatan daya saing UMKM nasional di era MEA*.Bandung: PT.Refika Aditama.