

PENGEMBANGAN SENTRA INDUSTRI BATU BATA DI KABUPATEN BANGKALAN DENGAN PENDEKATAN DIVERSIFIKASI DAN INOVASI PRODUK

Sri Wilujeng, Fauzan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kanjuruhan Malang,
Email : media_myajeng@yahoo.co.id

Abstrak: Sentra usaha pembuatan batu bata di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan mempunyai peran yang sangat strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun mempunyai permasalahan dalam mengembangkannya salah satunya adalah produk yang dihasilkan masih monoton dan kurang menarik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan jumlah dan kualitas produksi, peningkatan kemampuan ketrampilan kelompok usaha dalam membuat produk batu bata yang beraneka bentuk, meningkatkan daya saing produk batu bata melalui diversifikasi dan inovasi produk. Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat sangat tertarik dan termotivasi mengembangkan usahanya dengan pendekatan diversifikasi dan inovasi produk dengan cara mengikuti pelatihan dan pendampingan pembuatan batu bata aneka bentuk. Alih teknologi yang diberikan dan dilatihkan berupa alat cetak batu bata inovatif dengan harapan mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang dihasilkan.

Kata kunci: Sentra Usaha, Diversifikasi, Inovasi Produk

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran dan kemiskinan dialami oleh setiap bangsa di seluruh dunia. Jawaban atas pertanyaan bagaimana bangsa-bangsa bisa mengatasinya begitu sulit ditemukan. Banyak program sudah disusun dan diterapkan. Jutaan dolar sudah diinvestasikan untuk menciptakan proyek-proyek yang bisa mengentaskan kemiskinan. Namun pengangguran dan kemiskinan masih tetap ada di abad ke-21 ini.

Bagi negara-negara yang dianugerahi kekayaan alam yang berlimpah-limpah, situasi yang ditemukan mungkin lebih buruk.

Dari sisi sumber daya alam mereka memiliki segalanya bagi kesejahteraan. Akan tetapi kenyataannya, sebagian besar rakyat hidup di bawah garis kemiskinan. Apa yang sebenarnya terjadi? yang hilang adalah jiwa, pengetahuan dan keterampilan Kewirausahaan.

Kemampuan di bidang wirausaha oleh setiap komponen masyarakat dapat menghasilkan sebuah efek domino bagi perubahan ekonomi dan sosial. Kewirausahaan bagaikan sebuah kunci vital untuk membuka setiap potensi ekonomi manusia. Kewirausahaan akan memperkaya dan memperkuat masyarakat

agar mampu melewati perjalanan panjang menuju kesejahteraan dan meraih kehidupan yang mampu menciptakan perbedaan bagi kelompok mereka. Pemikiran ini terkesan ambisius, akan tetapi sebenarnya ini tidaklah seambisius seperti yang dipikirkan. Karena dengan jiwa, pengetahuan dan keterampilan wirausaha yang kuat, akhirnya akan membawa kepada kesejahteraan.

Di negara-negara sedang berkembang usaha-usaha yang banyak tumbuh di masyarakat (*kewirausahaan*) pada umumnya tergolong sebagai usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Fakta ini menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan mayoritas kegiatan masyarakat yang memberikan kontribusi signifikan pada penciptaan pendapatan penduduknya. Fakta-fakta seperti berikut ini adalah kenyataan bahwa: (a). Di banyak negara, 99% dari semua bisnis adalah usaha kecil. (b). 40% pekerja bekerja di sektor usaha kecil. (c). 40% dari volume bisnis di banyak negara dilakukan oleh usaha kecil. (d). 75% persen dari pekerjaan baru dihasilkan oleh sektor usaha kecil. (e). 50% dari usaha kecil gagal pada dua tahun pertama. (f). Usaha kecil menampung porsi terbesar pegawai dalam industri ritel, grosir dan jasa. (g). Usaha kecil menyumbang bagian terbesar dari penjualan di sektor manufaktur. (h). Manajemen yang buruk adalah penyebab terbesar kegagalan usaha kecil. (i). Di hampir semua negara, usaha kecil adalah tempat lahirnya kewirausahaan. (Dirjen Pendidikan Nonformal dan Informal, 2010).

Tentunya banyak alasan yang melatarbelakangi, masyarakat kita lebih tertarik menjalankan kewirausahaannya dengan memulai dari usaha kecil. Alasan tersebut di antaranya adalah: (a). Banyak orang yang terlibat dalam usaha kecil. (b). Usaha-usaha kecil menghasilkan kelompok “senasib”, yang bisa sangat vokal dan besar, sehingga secara politis tidak mungkin diabaikan. (c).

Para pelaku (pekerja, dan kadang pemilik) cenderung kurang mampu (terkait dengan pendapatan dan standar hidup). (d). Usaha kecil menawarkan banyak kesempatan kerja. (e). Usaha kecil mengurangi kemiskinan dan memiliki sumbangan terhadap pembangunan ekonomi nasional. (Dirjen Pendidikan Nonformal dan Informal, 2010).

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro, kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Namun, tidak dapat dielakkan lagi semenjak dibukanya Perdagangan Bebas Asean Free Trade Agreement/AFTA-China 2010 menimbulkan kekhawatiran di kalangan industri di Indonesia. Terlebih lagi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, UMKM menjadi kelompok usaha yang memiliki kekhawatiran yang cukup besar. Kekhawatiran yang cukup beralasan, karena belum dibuka saja telah banyak produksi industri rumah tangga buatan Cina merambah pasar Indonesia dengan harga yang sangat murah. Lebih murah dari beberapa produk Usaha kecil dalam negeri. Dengan dibukanya CAFTA tentu akan semakin besar barang-barang Cina memasuki pasar yang selama ini menjadi wilayah Usaha mikro, kecil dan menengah. Salah satu jalan untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah Indonesia adalah dengan meningkatkan mutu produk dan efisiensi produksi dengan adanya penerapan Manajemen Usaha yang baik.

Kesuksesan suatu usaha bergantung pada

penilaian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Konsep produk memusatkan perhatian pada usaha yang menghasilkan produk unggul dan senantiasa melakukan perbaikan secara berkesinambungan. Produk adalah hal apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi). Karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi). Tjiptono, Chandra dan Adriana (2008) menyatakan diversifikasi yaitu strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil, dan berdampak pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi intinya

Bagi pelaku usaha kecil, manajemen usaha terkadang dianggap sebuah konsep yang terlalu muluk-muluk. Tetapi sebenarnya tidak demikian, banyak usaha kecil yang sebenarnya memiliki prospek baik akhirnya kandas di tengah jalan karena *miss-manajemen* atau salah kelola dari pemiliknya. Atau sebuah bisnis usaha kecil yang sebenarnya baik dan

memiliki prospek cerah tetapi tidak didukung oleh Manajemen Bisnis yang baik, akhirnya tidak berkembang. Karena itu penting bagi pelaku usaha kecil untuk mencermati dan belajar mengenai manajemen usaha ini. Manajemen sebuah usaha tidak semata-mata keterampilan mengelola tetapi juga sebagai sebuah seni. Dalam manajemen usaha kecil perpaduan antara seni dan keterampilan mutlak diperlukan. Tidak hanya manajemen usaha berlandaskan teori-teori manajemen semata tetapi diperlukan pendekatan dan perlakuan lain yang bersifat holistik.

Pelaku usaha kecil biasanya adalah pemilik usaha yang memiliki fungsi ganda, karena itu manajer dalam usaha kecil berhadapan langsung dengan semua hal yang berkaitan dengan usaha, produksi, sumber daya, pemasaran, pengembangan usaha dan lain-lain. Karena itu kemampuan manajemen mutlak diperlukan sebagai landasan kelangsungan usahanya. Di dalam manajemen usaha kecil ada dua hal yang perlu menjadi landasan keberhasilan usaha yaitu Manajemen yang berbasis profesionalisme dan kewirausahaan. Keduanya merupakan suatu tuntutan yang tidak dapat dihindari oleh setiap pelaku bisnis .

Banyak pelaku usaha kecil yang mengeluhkan sulitnya mengembangkan usaha. Usaha yang dirintis mengalami kemandekan pada satu posisi tertentu. Salah satu kunci jawaban dalam mengatasi persoalan tersebut adalah inovasi bisnis. Inovasi bisnis menjadi sebuah keharusan bagi setiap jenis usaha termasuk perusahaan dalam skala Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. Maka agar tetap eksis dalam persaingan usaha, pelaku usaha kecil harus menyelaraskan dengan perubahan itu. Untuk menyelaraskan dengan ritme perubahan adalah dengan melakukan inovasi bisnis.

Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan

menentukan kinerja organisasi (Hurley & Hult, 1998). Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing UMKM yang pada akhirnya berdampak pada kinerja usaha. Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, dimana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktikkan dalam suatu kultur (Quinn, Baruch & Zien, 1996). Inovasi baik inovasi produk maupun inovasi proses merupakan faktor penentu dalam persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan.

Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar (Damanpour, 1991). Lukas & Farel 2000 membedakan inovasi produk atas tiga kategori dasar, yaitu *“product line extensions, mee to products dan new to the world product. Product line extensions* adalah produk yang relatif baru dipasar namun tidak baru bagi perusahaan. *Mee to product* adalah produk yang relatif baru bagi perusahaan

namun relatif sudah dikenal di pasar. *New to the world product* adalah produk baru baik bagi perusahaan maupun bagi pasar.

Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk dan jasa akhir dari suatu perusahaan (Cooper, 1998). Inovasi proses merupakan sarana untuk meningkatkan kualitas dan juga

penghematan biaya. Hal ini mencerminkan bahwa adopsi proses inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk yang dihasilkan.

Usaha pembuatan Batu Bata merupakan salah satu kelompok usaha yang dikategorikan dalam usaha mikro. Aktivitas ini dikelola oleh masyarakat dengan tujuan utama adalah untuk mendapatkan penghasilan. Sumber daya alam sebagai bahan baku batu bata di desa Banyubunih dan Deleman, Kecamatan Galis, Kabupaten Bangkalan memiliki potensi yang besar, namun belum dikelola dengan profesional dan kewirausahaan. Tingkat produktivitas yang rendah, dana untuk mengembangkan usaha yang kecil, cara pemasaran yang masih berdasarkan pesanan, serta inovasi produk yang masih sederhana, merupakan masalah klasik yang menimpa para pembuat batu bata tersebut.

Sejak tahun 2000 para pembuat batu bata di Desa Banyubunih dan Desa Deleman membentuk kelompok kerja, dengan tujuan untuk mengkoordinir hasil produksi batu bata. Dengan adanya kelompok kerja tersebut diharapkan pemasaran dan distribusi hasil produksi batu bata lebih mudah dilakukan kepada para konsumen.

Kelompok Usaha Batu Bata “AL-BAROKAH” di Desa Banyubunih memiliki 6 pekerja, sedang Kelompok Usaha Batu Bata “MULIA JAYA” di Desa Deleman memiliki 7 pekerja. Rata-rata hasil produksi tiap pekerja per harinya, jam kerja normal mulai 07:00 – 16:00, dengan menggunakan peralatan sederhana sekitar 100 batu bata.

Tabel 1 Produksi Batu Bata

Kelompok Usaha Batu Bata	Jumlah Pekerja	Tahun (dalam biji)			Rata-rata Produksi/ bulan (dalam biji)
		2010	2011	2012	
AL-BAROKAH	6 Orang	57600	80640	115200	7040
MULIA JAYA	7 Orang	73920	87360	120960	7840

Sumber : Data diolah dari hasil wawancara dengan Ketua Kelompok Usaha 2012

Program pengembangan sentra industry pembuatan batu bata di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan dengan pendekatan inovasi produk dikemas dalam bentuk alih teknologi, pelatihan dan pendampingan selama 8 bulan dengan tujuan 1) meningkatkan jumlah dan kualitas produksi batu bata bagi kelompok usaha pembuatan batu bata di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sehingga mampu bersaing; 2) meningkatkan kemampuan ketrampilan kelompok usaha pembuatan batu bata dalam membuat produk batu bata dalam berbagai bentuk dan guna; 3) meningkatkan daya saing produksi batu bata melalui alat cetak batu bata inovatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang ditekankan pada jenis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *focus group discussion*. Teknik ini digunakan untuk mengungkap pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. Carey (1994) menjelaskan bahwa informasi atau data yang diperoleh melalui *focus group discussion* lebih kaya atau lebih informatif dibanding dengan data yang diperoleh dengan metode-metode pengumpulan data lainnya. Hal ini dimungkinkan karena partisipasi individu dalam memberikan data dapat meningkat jika mereka berada dalam suatu kelompok diskusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan mengembangkan sentra industri pembuatan batu bata di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan dengan pendekatan diversifikasi dan inovasi produk terdiri dari tiga kegiatan yaitu: Kegiatan Koordinasi dan Singkronisasi jadwal dan tempat pelatihan serta

materi pelatihan pembuatan batu bata dengan aneka bentuk; Pengadaan alat cetak batu bata inovatif dan simulasi cara menggunakannya; Pelatihan dan pendampingan membuat batu bata dengan pendekatan diversifikasi dan inovasi produk. Adapun hasil dan pembahasannya terpapar di bawah ini:

Kegiatan Koordinasi dan Singkronisasi jadwal dan tempat pelatihan serta materi pelatihan pembuatan batu bata. Pada kegiatan awal ini, koordinasi masih bersifat umum, belum ke teknis per kegiatan. Karena koordinasi teknis per kegiatan dilakukan setiap awal kegiatan pelatihan dan pendampingan. Koordinasi awal ini mengarah pada kesepakatan umum tentang jadwal dan tempat pelatihan bertujuan agar anggota kelompok usaha batu bata bisa hadir dan tidak berbenturan dengan kegiatan lain. Sedangkan Singkronisasi materi pelatihan disusun didasarkan atas analisis kebutuhan peserta yang dilaksanakan melalui Tanya jawab (diskusi) dengan melibatkan perwakilan anggota kelompok usaha batu bata. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam kondisi usaha batu bata dan kebutuhan mereka. Dengan demikian materi pelatihan betul-betul sesuai kebutuhan dan pelatihannya bisa berjalan efektif dan efisien. Dalam hal ini peserta (anggota kelompok usaha batu bata) juga diharapkan mampu menginventaris berbagai barang/bahan yang akan diperlukan dalam setiap pelatihan. Dalam koordinasi awal ini masing-masing mitra diwakili 3 orang peserta, tim 3 orang dan mahasiswa yang terlibat 3 orang.

Pengadaan alat cetak batu bata inovatif dan simulasi cara menggunakannya. Pada kegiatan ini tim telah berhasil melakukan pengadaan alat cetak batu bata inovatif yang lebih produktif, dengan harapan produk batu bata yang dihasilkan oleh kelompok usaha batu bata Desa Banyubunih dan Deleman tidak monoton. Masing-masing kelompok mitra mendapat seperangkat alat cetak batu bata, dengan berbagai bentuk. Alat ini

diharapkan dapat meningkatkan produksi batu bata setiap harinya. Selanjutnya dilakukan simulasi penggunaan alat cetak batu bata inovatif kepada mitra. Mitra harus dibimbing langkah demi langkah pengoperasian alat. Hasil simulasi menunjukkan mula-mula para anggota mitra agak ragu-ragu, bisa apa tidak menggunakan alat tersebut, tapi kenyataannya setelah 2-3 kali mencoba mengoperasikan alat tersebut lebih dari 90% mengatakan bahwa alat ini lebih mudah, lebih ringan, dan 100% peserta senang dengan inovasi ini.

Pelatihan dan Pendampingan membuat pengembangan inovasi produksi batu bata. Pada kegiatan ini, tim bekerja sama dengan Bapak Hudan Mujadi, S.Sn (Alumni Sarjana Pendidikan Seni Universitas Negeri Malang). Inovasi yang diberikan kepada mitra mencakup: a) teknik membuat pengembangan produk batu bata, b) teknik pembuatan batu nisan, dan 3) bentuk produksi batu bata yang beraneka. Hasil yang diharapkan adalah batu bata yang diperoduksi oleh mitra lebih diminati oleh pembeli, karena lebih variatif. Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan: a) untuk variasi bentuk, lebih dari 60% peserta menerima inovasi ini, dan tidak mengalami kesulitan. Kurang dari 40% peserta mengatakan mengalami kesulitan, dan lebih ribet/rumit khususnya diversifikasi bentuk hasil produk batu bata (Batu Nisan, Asbak, dll), karena mitra telah terbiasa membuat batu bata hanya sebagai salah satu bahan bangunan. Tetapi mitra tetap diberi motivasi bagaimana untung ruginya. Kehadiran alat ini mampu memberikan keuntungan pada mitra, antara lain mempercepat produksi batu bata, yaitu; (a) jika 500 batu bata biasanya diselesaikan 3-4 jam, dengan alat inovatif cukup diselesaikan dalam waktu 2 jam, (b) Produk batu bata ukuran, ketebalan, lebih merata (terstandar), artinya ukuran, ketebalan batu bata lebih seragam, dan mengurangi cacat produk. (c) Bentuk lebih variatif, (d) Mengurangi biaya produksi, (e) Karena bentuknya lebih standar,

maka penerimaan dari konsumen lebih baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil kegiatan penelitian masyarakat ini adalah bahwa masyarakat (kelompok usaha pembuat batu bata) di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sangat tertarik dan termotivasi mengembangkan usahanya dengan pendekatan diversifikasi dan inovasi produk dengan cara mengikuti pelatihan dan pendampingan pembuatan batu bata aneka bentuk dan guna. Alih teknologi yang diberikan dan dilatihkan berupa alat cetak batu bata inovatif yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang dihasilkan.

Saran

Saran yang direkomendasikan bahwa agar kegiatan ini berkesinambungan yaitu untuk mengembangkan sentra industry pembuat batu bata di Desa Banyubunih dan Deleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan maka penelitian selanjutnya sebaiknya diarahkan pada teknik pengelolaan produksi dan pemasaran produk yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Blakely, E.J. 1989. *Planning Local Economic Development: Theory and Practice*. Second Edition. London: Sage Publication.
- Carey, M.A. 1994. *The group effect in focusgroups: planning, implementing, and interpreting focus group research*. In *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (Morse J.M., ed.). Sage: Thousand Oaks, 225-241.

- Cooper, J.R.1998. *A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. Management Decision*, 36(8): 493-502.
- Damanpour, F. 1991. Organizational Innovation: A Meta Analysis of Effect of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3): 555-590.
- Diota Prameswari Vijaya, Dewa Kadek Darmada. 2014. Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Bokor Aluminium Di Desa Menyali Kabupaten Buleleng Bali. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika JINAH* Volume 4 Nomor 1, Singaraja, Desember 2014, ISSN 2089-3310.
- Dirjen Pendidikan Nonformal dan Informal, 2010.
- Hadiati, Sri, 2008, Perilaku Wirausaha Industri Keramik Berskala Kecil untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Malang, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.10, No. 2, September 2008: 115-123.
- Hurley, R. & Hult, G.T. 1998. Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Exmination. *Journal of Marketing*, 62(3): 42-54.
- Lucius Hermawan. 2015. Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahhan Tahu Khas Kota Kediri. *Jurnal JIBEKA*. Volume 9 Nomor 2 Agustus 2015.
- Lukas, B.A & Ferrel, O.C. 2000. The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(2): 239-247.
- Munandar, Aries. 2012. [http://www.uin-malang.ac.id/index.php?option=com_content &view=article&id=2883:%20peran-ukm-dalam-pertumbuhan-ekonomi-bangsa&catid= 35: artikel-dosen&Itemid=210](http://www.uin-malang.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2883:%20peran-ukm-dalam-pertumbuhan-ekonomi-bangsa&catid=35:artikel-dosen&Itemid=210). Kamis, 7 Maret 2013
- Rida Rahim, Tafdil Husni, Yanti. 2014. Pengembangan Model Sentra Industri Kreatif Motif Kerajinan Minang Melalui Adaptability IKM, Inovasi, Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Volume 3, Nomor 2, September 2014*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Rita Indah Mustikowati, Irma Tyasari. 2014. Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Modernisasi, Volume 10, Nomor 1, Februari 2014*. Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi pertama, Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Quinn, J.B., Baruch, J. & Zien, K. A. 1996. Software-based innovation. *Sloan Management Review*, 37(4): 11-24.
- Sujadi, Edi Priyono, Fereshti N.D. 2008. Membangun Sinergi Bagi Pengembangan Produk UKM Berbasis Ekspor Di Klaster UKM, Serenan, Klaten. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Solo.
- Suryana, 2003. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Edisi Revisi, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu, 2011. Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Jakarta: Penerbit Kencana, Prenada Media Group
- Wijatno, S. 2009. Pengantar Entrepreneurship, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana

