

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
DI KOTA BATURAJA**

Rani Anwar¹, Titie Syahnaz Natalia²

¹Universitas Baturaja, Indonesia, ranianwar20@gmail.com

²Universitas Baturaja, Indonesia, syahnaztitie@gmail.com

ABSTRACT

Micro, small and medium businesses have an important role for the economy in Indonesia. One of them is economic growth in employment and distribution of development results. On the other hand, MSMEs also face various problems, including limited working capital, low quality of human resources, and a lack of mastery in science and technology. Not only that, the lack of clarity about business prospects and planning, and how to market or promote the products being marketed. The method used in this research is descriptive method. The study population is MSMEs in the City of Baturaja. The data collection techniques used are observation, interviews and questionnaires while the data analysis technique uses SWOT analysis and then formulates strategies to overcome them. The purpose of the strategy for development of middle small micro businesses in the City of Baturaja is expected to increase the income so that welfare is also increasing

Keyword : *MSME, development, coaching, mentoring*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah lama menjadi perhatian penting dalam mengembangkan pertumbuhan sosial ekonomi suatu negara. Pada saat ini, banyak cara untuk mengembangkan perekonomian suatu negara. Salah satu cara untuk memajukan perkembangan ekonomi suatu negara yaitu dengan berkontribusi melalui Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM). UMKM juga bisa mengembangkan potensi yang dimiliki suatu daerah atau wilayah, sehingga dapat meningkatkan suatu usaha, penyerapan tenaga kerja, dan pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Pemberdayaan UMKM salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah, dengan tujuan untuk mengurangi kesenjangan pendapatan melalui keterampilan pengelolaan usaha.

Pada masa sekarang, UMKM dituntut dapat berkembang serta memiliki strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. UMKM yang terus

mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dengan menawarkan produk yang berane ragam dan inovatif. Dengan kondisi seperti saat ini, UMKM sangat menjadi perhatian karena dampak covid-19 dari segi ekonomi secara tidak langsung mengancam pendapatan para pelaku UMKM di Indonesia sendiri khususnya. Bukan hal yang tidak mungkin bahwa selama masa pandemi covid-19 aktivitas produksi terhenti, daya beli masyarakat menurun, dan beberapa bidang tertentu yang mengalami kerugian, namun ada juga beberapa bidang yang mengalami keuntungan dari adanya pembatasan sosial selama pandemi covid-19.

Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Suryana, 2013:2). Diantara daerah yang ada di Provinsi Sumatera Selatan, Kota Baturaja merupakan salah satu daerah yang konsisten dalam melestarikan UMKM. Di Kota Baturaja memiliki begitu banyak peluang berwirausaha yang berpotensi besar untuk dapat dikembangkan, seperti usaha di bidang kuliner, usaha di bidang fashion, usaha di bidang pendidikan, dan usaha di bidang lainnya. Hal tersebut dapat dilihat juga dari banyaknya sumber daya alam yang dimiliki. Di Wilayah Baturaja khususnya Sungai Ogan sangat melimpah hasil ikan seluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk di olah menjadi pempek, kerupuk, tekwan, dan lain-lain. Selanjutnya didukung juga hasil perkebunan seperti kebun kopi, kebun karet, kebun sawit, dan hasil kebun lainnya yang memiliki kelebihan dari kaulitas dan kuantitas.

Untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Kota Baturaja perlu menjadi perhatian Pemerintah daerah setempat. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Menurut Alyas, dkk (dalam Hafsa, 2004:43-44) dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya seperti: (a) Penciptaan iklim usaha yang kondusif; (b) Bantuan pemodal; (c) Perlindungan usaha; (d) Pengembangan Kemitraan; (e) Pelatihan; (f) Mengembangkan promosi; dan (g) Mengembangkan kerjasama yang setara.

Di Kabupaten OKU, UMKM adalah tulang punggung ekonomi. Dimana jumlah UMKM di Kabupaten OKU saat ini sebanyak 8.568 dengan rincian Usaha Mikro (memiliki modal Rp 50 juta kebawah di luar tanah dan bangunan) jumlahnya 4.555 unit dan tersebar diseluruh Kecamatan dalam Kabupaten OKU. Selanjutnya Usaha Kecil (memiliki modal Rp 60 juta – Rp 500 juta diluar tanah dan bangunan) jumlahnya saat ini mencapai 3.612 unit. Sedangkan Usaha Menengah (memiliki modal Rp 50 juta hingga 10 Miliar di luar tanah dan bangunan) jumlah saat ini mencapai 383 unit.

Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan dengan banyak pelaku UMKM di Kota Baturaja sangat diperlukan adanya strategi pengembangan untuk meningkatkan UMKM. Terlebih lagi pada saat ini banyak pelaku UMKM yang mengalami penurunan pendapatan. Hal ini akibat dari terjadinya wabah virus corona di seluruh dunia, termasuk di Indonesia sendiri. Selama masa pandemi banyak pelaku UMKM yang menghadapi

berbagai permasalahan diantaranya membuat penjualan UMKM khususnya di Kota Baturaja mengalami penurunan. Tidak hanya hanya itu, selama pandemi, daya beli masyarakat pun menurun, dan pelaku UMKM yang mengalami permasalahan pembiayaan, mengalami masalah dalam distribusi barang dan juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Oleh karena itu perlu adanya strategi dalam pengembangan UMKM.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, oleh karena itu UMKM perlu melakukan strategi untuk tetap mempertahankan keberlanjutan usaha selama masa pandemi covid-19 dan tentunya sampai pandemi berakhir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM di Kota Baturaja untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu metode deskriptif. Menurut Muhyiddin (2017:10-11) metode deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik populasi, atau bidang tertentu. Kemudian disusun secara sistematis dan selanjutnya dianalisis untuk menciptakan kesimpulan, untuk menjawab perumusan masalah tentang strategi pengembangan terhadap UMKM di Kota Baturaja.

Pengumpulan data penelitian menggunakan data primer melalui survey penelitian. Data penelitian diperoleh melalui survey yang dibagikan kepada pelaku UMKM yang berada di Kota Baturaja. Penentuan sampel responden menggunakan metode purposive sampling. Sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Rianse, 2008:208). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT kemudian merumuskan strategi untuk mengatasinya.

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut (Hikmawati, 2017:80):

1. Observasi. Penelitian dapat memperoleh data dengan mempelajari dan memahami tingkah laku secara langsung.
2. Wawancara. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
3. Kuesioner. Kuesioner berupa penyebaran angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini berdasarkan dari penyebaran kuesioner. Adapun populasi dan responden dalam kuesioner tersebut merupakan pelaku usaha UMKM di Kota Baturaja.

UMKM merupakan kelompok usaha yang berjumlah paling besar di Indonesia dan terbukti mampu mendongkrak perekonomian pasar. UMKM di Kota Baturaja memiliki potensi yang cukup besar. Beberapa strategi perlu dilakukan oleh pelaku usaha UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Terlebih lagi strategi UMKM pada saat ini perlu menjadi perhatian untuk menjaga keberlangsungan usaha dalam menghadapi krisis pada saat pandemi covid-19.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam mempertahankan keberlangsungan UMKM, diantaranya melalui E-commerce, Digital Marketing, dan memperbaiki kualitas produk dan pelayanan.

Pada penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Baturaja.

Analisis SWOT menurut Sudaryono (2015:191) adalah analisis pasar yang merupakan proses penilaian yang meliputi segmentasi pasar, riset pemasaran, dan peramalan penjualan produk. Dalam strategi pemasaran tersebut dapat digunakan rumus SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Treat). Berikut ini adalah analisis identifikasi dan deskripsi strategi pengembangan UMKM di Kota Baturaja. Analisis Identifikasi dan Deskripsi Strategi Pengembangan UMKM di Kota Baturaja

Tabel 1. Indikator Produk

No	Pernyataan	Persentase	Kriteria
1	Kualitas produk mempunyai daya tahan produk yang awet	90%	Efektif
2	Produk yang ditawarkan memberikan manfaat kepada konsumen	95%	Efektif
3	Kualitas bahan baku yang digunakan	93%	Cukup Efektif
4	Menawarkan produk yang mampu memenuhi kepuasan konsumen	90%	Efektif
5	Daya tarik pada kemasan produk	85%	Cukup Efektif

Sumber: data 2020

Dari tabel 1 mengenai indikator produk diatas menunjukkan daya tahan produk sebesar 90%, produk yang ditawarkan memberikan manfaat kepada konsumen sebesar 95%, kualitas bahan baku sebesar 93%, dan kepuasan konsumen sebesar 90% dengan kriteria adalah efektif. Untuk itu pelaku usaha UMKM di Kota Baturaja tetap

mempertahankan kualitas dari segi bahan baku dan harga yang terjangkau oleh masyarakat atau konsumen dengan tujuan masyarakat atau konsumen tersebut tetap bertahan dan menjadi pelanggan tetap. Sedangkan daya tarik pada kemasan produk menunjukkan 85% cukup efektif. Dalam hal ini pemerintah perlu memperhatikan kembali untuk memberikan pelatihan kepada UMKM setempat sehingga bisa memperbaiki kemasan produk menjadi lebih menarik minat konsumen.

Tabel 2. Indikator Promosi

No	Pernyataan	Persentase	Kriteria
1	Jangkauan Promosi	85%	Cukup Efektif
2	Daya Tarik Promosi	85%	Cukup Efektif
3	Kualitas penyampaian pesan dalam kegiatan promosi	85%	Cukup Efektif
4	Kuantitas penayangan iklan di media promosi	85%	Cukup Efektif
5	Strategi promosi	80%	Cukup Efektif

Sumber: data 2020

Dari tabel 2 mengenai indikator promosi menunjukkan bahwa jangkauan promosi, daya tarik promosi, kualitas penyampaian pesan dalam kegiatan promosi, kualitas penayangan iklan di media promosi dan strategi promosi hasilnya cukup efektif. Untuk itu, perlu adanya strategi dalam pengembangan UMKM melalui pelatihan terkait digital marketing. Dengan tujuan agar promosi sampai kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui produk yang dipasarkan.

Tabel 3. Indikator Harga

No	Pernyataan	Persentase	Kriteria
1	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum	90%	Efektif
2	Harga yang bervariasi sesuai dengan bahan baku produk	95%	Efektif
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan	93%	Efektif
4	Harga yang dipasarkan mampu bersaing dengan harga yang ditawarkan pelaku usaha lain	90%	Efektif
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	90%	Efektif

Sumber: Olah data 2020

Dari tabel 3 mengenai indikator kualitas harga diatas menunjukkan Harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum sebesar 90%, Harga yang bervariasi sesuai dengan bahan baku produk sebesar 95%, Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan sebesar 93%, Harga yang dipasarkan mampu bersaing dengan harga yang

ditawarkan pelaku usaha lain dan Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan sebesar 90% dengan kriteria adalah efektif. Untuk itu pelaku usaha UMKM di Kota Baturaja tetap mempertahankan harga yang bisa dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dengan memberikan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik. Harga yang terjangkau oleh masyarakat atau konsumen dengan tujuan masyarakat atau konsumen tersebut tetap bertahan dan menjadi pelanggan tetap.

Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Baturaja:

Tabel 4. Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM

	KEKUATAN:	KELEMAHAN:
FAKTOR INTERNAL	<p>Memiliki produk yang berkualitas karena banyak tersedia bahan baku langsung dari daerah setempat</p> <p>Izin produk di akui oleh umum</p> <p>Harga produk yang mampu bersaing dari produk-produk sejenis</p> <p>Bahan baku mudah didapatkan</p> <p>Harga bahan baku murah</p> <p>Peningkatan kualitas tenaga kerja dengan memberikan pelatihan dan pendampingan</p> <p>Hubungan kerjasama yang baik dengan distributor</p>	<p>Kurangnya tenaga kerja yang memiliki keahlian dan pengalaman</p> <p>Keterbatasan modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM</p> <p>Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi usaha untuk memasarkan produknya</p> <p>Sebagian besar UMKM di Kota Baturaja belum terdaftar dalam Asosiasi Usaha yang ada di Kota Baturaja</p> <p>Kurangnya jaringan pemasaran dan teknologi informasi sebagai penunjang pengembangan bagi UMKM</p>
	PELUANG:	ANCAMAN:
FAKTOR EKSTERNAL	<p>Adanya fasilitas yang berupa Kredit Usaha Rakyat yang disediakan oleh pemerintah untuk UMKM</p> <p>Memiliki Sumber Daya Alam yang potensial dibandingkan dengan daerah lain</p> <p>Tingginya animo daya beli masyarakat</p> <p>Kota Baturaja sebagai daerah tujuan wisata, sehingga bisa dimanfaatkan para pelaku UMKM</p> <p>Konsumen yang memiliki selera tertentu dari kebutuhan konsumen</p> <p>Adanya Program dari Pemerintah Daerah untuk meningkatkan potensi UMKM di Kota Baturaja</p>	<p>Tingginya daya saing usaha yang sejenis, sehingga menimbulkan persaingan dalam usaha</p> <p>Tingkat inflasi yang terus meningkat setiap tahunnya</p> <p>Masih kurangnya perlindungan hukum bagi UMKM di Kota Baturaja dari monopoli perdagangan</p> <p>Rumitnya prosedur pendanaan dengan bunga lunak yang mengakibatkan sulitnya pelaku usaha mendapatkan modal usaha</p> <p>Mahalnya sewa tempat usaha</p> <p>Keadaan ekonomi yang tidak stabil menyebabkan turun naiknya harga bahan baku</p>

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, menunjukkan bahwa UMKM di Kota Baturaja dapat ditentukan oleh kombinasi dari faktor internal dan eksternal. Untuk itu perlu adanya strategi pengembangan UMKM dari hasil analisis sebagai berikut:

Membuat Kelompok Lokal

Membuat kelompok local sama halnya dengan membuat kelompok usaha dengan tujuan untuk memperkuat saluran distribusi. Jika usaha yang digerakkan secara perorangan membawa dampak lambatnya akumulasi modal. Hal ini dapat diatasi apabila dalam satu lingkungan dengan produk yang sejenis dijadikan satu dalam wadah kelompok usaha. Strategi ini memungkinkan UMKM mempunyai kekuatan untuk mengendalikan distribusi.

Pembentukan kelompok atau organisasi juga dapat diarahkan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan dan membangun skala usaha yang lebih besar dan menguntungkan. Membentuk kelompok juga akan mempermudah jalinan kemitraan dengan pihak lain. Dengan adanya persatuan kelompok, pemberdayaan masyarakat juga akan tercapai.

Meningkatkan Sistem Promosi

Meningkatkan sistem promosi dapat dilakukan dengan cara mengembangkan pemasaran. Promosi produk merupakan strategi pengembangan UMKM yang sangat penting. Langkah-langkahnya antara lain:

E-Commerce

Pada masa pandemi covid-19 ini, banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan dalam hal penjualan, dikarenakan sebagian masyarakat banyak berdiam diri dirumah. Selain itu, banyak juga sebagian pelaku usaha yang tidak membuka toko atau usaha mereka dikarenakan diberlakukannya pembatasan jam operasional. Untuk itu, agar tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar, pelaku UMKM dapat memanfaatkan penjualan e-commerce. E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara bisnis. Di era revolusi industri 4.0 para pelaku usaha seharusnya memang sudah bergerak ke perdagangan secara e-commerce karena pola pergeseran penjualan dan pembelian. Ditambah lagi adanya pandemi covid-19 yang menjadikan perdagangan e-commerce salah satu pilihan yang baik untuk para pelaku UMKM untuk bisa tetap bertahan bahkan berpotensi untuk dapat menjangkau pangsa pasar baru.

Digital Marketing

Ditengah pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia, khususnya di Kota Baturaja yang mengakibatkan menurunnya omset penjualan UMKM. Pelaku UMKM dituntut untuk dapat memasarkan produk secara maksimal serta

berpikir kreatif dan inovatif. Penggunaan internet dimasa pandemi covid-19 seperti suatu keharusan termasuk dalam menjalankan bisnis dan salah satu cara untuk memasarkan produk yang disebut digital marketing. Ada beberapa bentuk digital marketing yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain: (1) Memanfaatkan penggunaan sosial media seperti facebook, instagram, twitter, dll yang sering digunakan oleh masyarakat setiap harinya, (2) Memanfaatkan aplikasi seperti shopee, tokopedia, buka lapal, lazada, dll, sebagai sarana untuk memasarkan produk, (3) Membuat foto dan video produk semenarik mungkin untuk di posting di akun sosial media secara intensif, (4) Melibatkan konsumen secara langsung bisa dengan melakukan promosi atau diskon dengan live di media sosial, sehingga masyarakat bisa melihat langsung meskipun melalui video. Dengan adanya digital marketing, pelaku usaha dituntut untuk untuk selalu belajar tentang kemajuan teknologi yang semakin berkembang. Dan tentunya digital marketing juga mempertimbangkan dalam menggunakan media sosial manakah yang cocok dan cara komunikasi yang tepat disesuaikan dengan segmen atau pangsa pasar yang dipilih.

Peningkatan Kualitas Produk Dan Layanan

Peningkatan kualitas produk dan layanan merupakan suatu perbaikan terhadap kualitas produk dan layanan. Penting bagi pelaku UMKM dalam melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen atau pelanggan. Bentuk peningkatan kualitas produk bisa dilakukan dengan melakukan kontrol mutu produk secara detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk. Selanjutnya, pelaku UMKM dapat menyesuaikan ketahanan produk dan kemasan karena penjualan sekarang lebih sering menggunakan penjualan online sehingga daya tahan dan keamanan produk harus ditingkatkan.

Selain peningkatan kualitas produk, peningkatan pelayanan juga perlu diperhatikan. Apabila produk dipasarkan secara online, maka pelaku UMKM dapat menggunakan jasa delivery untuk kenyamanan dan keamanan barang yang dipesan diantar secara langsung dan pastikan barang yang sampai dalam keadaan aman. Dan apabila produk dipasarkan secara offline, artinya konsumen berbelanja secara langsung. Untuk itu, kita harus memberikan service sebaik mungkin sehingga memuaskan konsumen dan konsumen merasa diberikan pelayanan yang baik.

Meningkatkan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor penting didalam UMKM. menurut Amir (2015:270), pengembangan sumber daya manusia adalah peningkatan kinerja. Salah satu faktor yang mendukung pengembangan sumber daya manusia yang berupa karyawan atau tenaga kerja yaitu pelatihan yang dilakukan oleh banyak perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawan agar mereka dapat berkinerja tinggi. Dengan meningkatkan kualitas SDM, sehingga dapat meningkatkan kualitas internal. Sumber daya manusia adalah faktor penting yang harus dikembangkan dalam semua jenis usaha.

Khususnya bagi UMKM agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Peningkatan kualitas sumber daya manusia bisa dilakukan dengan pelatihan, seminar, pendidikan, lokakarya dan kerja sama usaha. Setelah itu dilanjutkan dengan pendampingan dari instansi terkait.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal terhadap UMKM di Kota Baturaja dalam analisis SWOT dapat diperoleh bahwa pelaku UMKM harus membentuk kelompok usaha. Dengan tujuan agar strategi ini memungkinkan UMKM mempunyai kekuatan untuk mengendalikan distribusi. Selanjutnya, meningkatkan promosi dengan melalui e-commerce dan digital marketing, dengan tujuan memudahkan promosi produk dan memperluas jaringan kemitraan dalam mendistribusikan produknya. Terakhir, pengembangan sumber daya manusia atau tenaga kerja juga perlu diperhatikan, karena manajemen usaha akan berhasil jika terdapat SDM yang berkompeten dalam menjalankan organsiasinya untuk mencapai tujuan masing-masing.

Saran

Bagi UMKM di Kota Baturaja peran pemerintah daerah setempat sangat berpengaruh untuk keberlangsungan usaha mereka. Perbaikan kualitas produk yang harus dilakukan pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya dengan mengutamakan konsumen. Selain itu, diharapkan pelaku UMKM juga melakukan perbaikan kualitas layanan dengan tujuan untuk menjaga hubungan baik dengan mitra.

Disinilah peran pemerintah sangat penting untuk mendorong kemajuan UMKM di Kota Baturaja. Peran pemerintah bisa berupa adanya pemberian pelatihan-pelatihan serta pendampingan kepada pelaku UMKM agar mendapatkan ilmu yang baru yang bisa diterapkan agar UMKM bisa berjalan kondusif dan terarah dalam pengembangan usahanya.

REFERENSI

- Alyas dan Rakib, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No.2 Juli 2017:114- 120.
- Amir, Mohammad Faisal. 2015. Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan Konsep Dan Penilaian Kinerja Di Perusahaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hafsah, M.J. 2004. Upaya Pengembangan Usaga Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Infokop*. Nomor 25 Tahun XX.
- Hikmawati, Dr.Fenti. 2017. Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Pers.

- Muhyiddin, Nurlina T, dkk. 2017. Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial. Jakarta:Selemba Empat.
- Nitisusastro, Dr.H.Mulyadi. 2012. Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil. Bandung: Alfabeta.
- Rianse Usman, Abdi. 2008. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi). Bandung:Alfabeta.
- Sudaryono. 2015. Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukirno, Sadono. 2006. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Sule, Ernie Tisnawati dan Saefullah Kurniawan. 2005. Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sumarni, Murti. Soeprihanto, John. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan). Yogyakarta:Liberty Yogyakarta.
- Suryana. 2013. Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Bandung:Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Moekijat. 1999. Manajemen Sumber Daya Manusia: Manajemen Kepegawaian. Bandung: Mandar Maju.
- Purnama, Andri, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Serang, Banten. Hlm; 40-44. ISSN; 2087-040X Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, Universitas Bina Bangsa. Vol. 10 No.4 Desember 2017
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bina Bangsa, 2011, Pedoman Penulisan Skripsi, Serang. STIE Bina Bangsa
- Setyowati Subroto,2018. "Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan" Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.12 No.1, 2018.
- Tim Penyusun, 1989 : Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta, Balai Pustaka. Cetakan ke 2
- Universitas Bina Bangsa, 2019. Pedoman Penulisan Skripsi dan Jurnal Ilmiah tahun akademik 2018/2019, Serang Bina Kreasindo.
- Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2013. Pedoman Penulisan Tesis Edisi ke 2, Program Pasca Sarjana, Serang Untirta
- Wiludjeng, Sri. 2007. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf, Furtasan Ali dan M Suparmoko. Perekonomian Indonesia Edisi 2. Penerbit In Media. Bogor. 2014.
- Yusuf, Furtasan Ali. Pedoman Penulisan Skripsi dan Jurnal Ilmiah. Universitas Bina Bangsa Banten. Serang. 2019.