

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ABON SAPI PADA UKM MUTIARA “HJ. MBOK SRI” DI KOTA PALU

Development strategies for beef floss industry at UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” in Palu

Yusran¹⁾, Made Antara²⁾, RustamAbd. Rauf²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
Email: yusran.oghi@yahoo.com

ABSTRACT

UKM (Small-Middle Industry) Mutiara “Hj. Mbok Sri”nis one of the home industries in Palu and it produces beef floss. This research aims at finding out the development strategies for beef floss industry at UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”. In addition, the research results are expected to be beneficial as an input for the industry in order to define its vision and manuals for its further development. The data gathered were analyzed by using SWOT analysis. The research results show that there were two development factors of the beef floss industry at UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”, namely internal and external factors. The internal factor had a total value 3.4 in which the strength score was 2.36 and the weakness score was 1.04. It shows that the strength factor owned was higher than the weakness one. The external factor, on the other hand, had a total value 3.23 in which the opportunity score was 2.21 and the threat score was 1.02. It shows that the opportunity score was higher than the threat one. In conclusion, the alternative strategies used for developing the beef floss industry at UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” was based on the SO strategies in which the beef floss industry at UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” used its strength to take advanced of its opportunity.

Key Words : Beef floss, Development strategies, small-middle industry Mutiara “Hj. Mbok Sri”

ABSTRAK

Usaha Abon UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu merupakan salah satu industri rumah tangga. UKM ini merupakan salah satu industri yang memproduksi produk abon sapi di Kota Palu. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”, serta manfaat dari penelitian ini memberikan masukan bagi program usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” dalam menentukan arah dan pedoman pengembangan usaha. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor perkembangan usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki total nilai sebesar 3,4 dengan skor kekuatan 2,36 dan skor kelemahan 1,04. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal memiliki total nilai sebesar 3,23 dengan skor peluang 2,21 dan skor ancaman 1,02. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki lebih besar dari faktor ancaman, sehingga disimpulkan bahwa alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci : Abon Sapi, Strategi Pengembangan, UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”

PENDAHULUAN

Tingginya tingkat konsumsi produk olahan peternakan merupakan peluang usaha untuk dikembangkan. Bergesernya pola konsumsi masyarakat dalam mengkonsumsi produk olahan peternakan, terutama daging, dari mengkonsumsi daging segar menjadi produk olahan siap santap mendorong untuk dikembangkannya teknologi dalam hal pengolahan daging. Banyak cara yang dikembangkan untuk meningkatkan nilai guna dan daya simpan dari daging segar seperti diolah menjadi sosis, dendeng dan abon.

Pembangunan industri merupakan penggerak pembangunan sekaligus merupakan motor dalam pembangunan. Pembangunan sektor industri tidak saja ditujukan pada industri besar dan sedang, perhatian yang sepadan juga diarahkan pada industri kecil (Nurani, 2006).

Abon adalah makanan yang terbuat dari daging yang disuwir atau telah dipisahkan seratnya, kemudian ditambah bumbu dan digoreng. Daging sapi dan daging kerbau adalah daging yang umum digunakan dalam pembuatan abon (Perdana, 2009).

Akhir-akhir ini pembahasan tentang agribisnis telah berkembang sedemikian rupa sehingga menarik perhatian banyak orang, baik dari kalangan yang biasa mempelajari bidang pertanian maupun kalangan non pertanian, keadaan seperti ini dapat dimengerti karena kondisi perekonomian di Indonesia sudah mulai bergeser dari yang semula didominasi oleh sektor pertanian primer ke sektor sekunder (*agroindustry*), disamping itu juga adanya kemauan politik (*political will*) dari pemerintah yang mengarahkan perekonomian nasional Indonesia yang berimbang antara sektor pertanian dengan sektor industri, sehingga perkembangan sektor pertanian dan industri saling mendukung (Firdaus, 2007).

Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lainnya yang berkaitan dengan pertanian (Soekartawi, 2003).

Manfaat daging sapi bagi tubuh manusia adalah setiap 100 gram daging sapi mengandung protein 18,8 gram. Protein dari

daging sapi ini disebut protein hewani yang mempunyai struktur asam amino yang mirip dengan manusia, tidak dapat dibuat oleh tubuh (essensial), susunan asam aminonya relatif lebih lengkap dan seimbang. Daya cerna protein hewani lebih baik dibanding dengan protein nabati (dari tumbuh-tumbuhan). Tubuh makhluk hidup seperti manusia, protein merupakan penyusun bagian besar organ tubuh, seperti: otot, kulit, rambut, jantung, paru-paru, otak, dan lain-lain. Fungsi protein yang penting bagi tubuh manusia, antara lain untuk: 1) pertumbuhan; 2) memperbaiki sel-sel yang rusak, 3) sebagai bahan pembentuk plasma kelenjar, hormon dan enzim; 4) sebagian sebagai cadangan energi, jika karbohidrat sebagai sumber energi utama tidak mencukupi; dan 5) menjaga keseimbangan asam basa darah (Astuti, 2012).

Istilah abon sudah tidak asing lagi dimasyarakat kita, banyak masyarakat yang sangat menggemari abon sebagai teman makan atau dimakan langsung. Abon bentuknya mirip seperti serat, karena sebagian besar didominasi oleh serat-serat otot yang mengering. Umumnya kita dapat menjumpai abon berwarna coklat terang sampai berwarna kehitaman. Abon merupakan daging cincang yang telah dihaluskan, dididihkan dan digoreng. Abon dapat dibuat dari bahan daging sapi, dan disebut dengan abon daging sapi. Abon juga dapat dibuat dari daging selain sapi yaitu ayam, kambing, ikan dan lain-lain. Produksi agribisnis dapat diartikan sebagai seperangkat prosedur dan kegiatan yang terjadi dalam penciptaan produk agribisnis (produk usaha pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan, dan olahan dari produk-produk tersebut) (Said, dkk., 2001).

Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Usaha kecil juga memerlukan suatu rencana strategis terutama dalam pengembangan usahanya. Rencana strategis

bagi pengembangan usaha kecil sangat dibutuhkan mengingat usaha kecil harus mampu merespon berbagai perubahan lingkungannya yang sering kali tidak dapat diperkirakan (Syarifudin, 1995).

Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan upaya yang sangat penting untuk mencapai tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2001).

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pengembangan bisnis oleh perusahaan (industri kecil) pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi pengelolaan produksi (metode dan kerja sama tim) atas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, dan threats*). Analisis ini didapatkan tahapan seperti menilai keadaan, menentukan tujuan dan memutuskan (pemilihan dan evaluasi kegiatan), (Lutfia, W.,2011).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah, yaitu Bagaimanakah strategi pengembangan usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. MbokSri” di kota Palu?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha abonsapipada UKM Mutiara “Hj.Mbok Sri” di Kota Palu.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi program usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” dalam menentukan arah dan pedoman pengembangan usaha, serta sarana pembelajaran bagi penulis dalam penerapan ilmu yang dimiliki dan memperkuat kemampuan menganalisis permasalahan.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Mutiara “Hj Mbok Sri” Jl. Abd. Rahman Saleh, No.3 Palu, pada bulan Oktober sampai November Tahun 2012. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni pimpinan dan karyawan sebagai responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara langsung kepada responden yang menggunakan daftar pertanyaan (questionnaire), dan FGD (Focus Group Discustions).Data sekunder diperoleh dari instansi terkait, literatur-literatur, dan sumber-sumber tertulis yang lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *oprtnities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis Deskriptif hanya berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASA

Analisis Faktor Internal. Berdasarkan hasil penelitian pada responden UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu. Diperoleh faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan, total yang diperoleh Tabel IFAS yaitu sebesar 3,4 dengan skor kekuatan 2,36 dan skor kelemahan sebesar 1,04. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki oleh UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” lebih besar dari faktor kelemahan. Oleh karena itu UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha Abon Sapi UKM

Tabel 1. IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) UKM Mutiara “Hj.Mbok Sri” di Kota Palu, 2012.

| No | Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Bobot X Rating |
|--------------|---|-------|--------|----------------|
| Peluang | | | | |
| 1 | Pasar Tersedia | 0,11 | 3 | 0,33 |
| 2 | Perkembangan Teknologi Informasi dan Produksi | 0,14 | 3 | 0,42 |
| 3 | Adanya Dukungan Pemerintah | 0,26 | 4 | 1,04 |
| 4 | Pemasok Daging Ada Dalam Jumlah Yang Banyak | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 5 | Bertambahnya Jumlah Penduduk | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub Total | | 0,65 | 16 | 2,21 |
| Ancaman | | | | |
| 1 | Ancaman Pendetang Baru | 0,13 | 3 | 0,39 |
| 2 | Letak Yang Kurang Strategis | 0,12 | 3 | 0,36 |
| 3 | Daya Beli Konsumen Menurun | 0,03 | 3 | 0,09 |
| 4 | Tingkat Inflasi Yang Cenderung Meningkat | 0,04 | 3 | 0,12 |
| 5 | Persaingan Dengan Produk Substitusi | 0,03 | 2 | 0,06 |
| Sub Total | | 0,35 | 14 | 1,02 |
| Total (I+II) | | 1 | 30 | 3,23 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2012.

Mutiara “Hj. Mbok Sri” diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $2,36 - 1,04 = 1,32$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,32.

Analisis Faktor Eksternal. Berdasarkan hasil penelitian pada responden UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu. Diperoleh faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan total skor yang diperoleh Tabel EFAS yaitu sebesar 3,23 dengan skor peluang 2,21 dan skor ancaman sebesar 1,02. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UKM

Mutiara “Hj. Mbok Sri” lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” dapat lebih

memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya ke depan.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan usaha bawang goreng UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu $2,21 - 1,02 = 1,19$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,19. Berdasarkan hasil dari pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (1,32), sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (1,19) seperti tersaji pada Tabel 3.

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu 2012.

| No | Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Bobot X Rating |
|--------------|---|-------|--------|----------------|
| Peluang | | | | |
| 1 | Pasar Tersedia | 0,11 | 3 | 0,33 |
| 2 | Perkembangan Teknologi Informasi dan Produksi | 0,14 | 3 | 0,42 |
| 3 | Adanya Dukungan Pemerintah | 0,26 | 4 | 1,04 |
| 4 | Pemasok Daging Ada Dalam Jumlah Yang Banyak | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 5 | Bertambahnya Jumlah Penduduk | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub Total | | 0,65 | 16 | 2,21 |
| Ancaman | | | | |
| 1 | Ancaman Pendatang Baru | 0,13 | 3 | 0,39 |
| 2 | Letak Yang Kurang Strategis | 0,12 | 3 | 0,36 |
| 3 | Daya Beli Konsumen Menurun | 0,03 | 3 | 0,09 |
| 4 | Tingkat Inflasi Yang Cenderung Meningkat | 0,04 | 3 | 0,12 |
| 5 | Persaingan Dengan Produk Substitusi | 0,03 | 2 | 0,06 |
| Sub Total | | 0,35 | 14 | 1,02 |
| Total (I+II) | | 1 | 30 | 3,23 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2012.

Tabel 3. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Abon Sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”

| Kriteria | Koordinat | Ket |
|------------------|-----------|---------|
| Faktor Internal | | |
| Kekuatan | | |
| Kelemahan | 1,32 | Sumbu X |
| Faktor Eksternal | | |
| Peluang | | |
| Ancaman | 1,19 | Sumbu Y |

Data Primer Setelah diolah, 2012.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha bawang goreng UKM

Mutiara “Hj. Mbok Sri” yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha abon sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpotensi untuk berkembang. Hasil kuadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu strategi SO. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan

perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 4.

Penentuan Strategi yang digunakan untuk Pengembangan Usaha Abon Sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu. Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha abon sapi pada UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”, maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang lebih baik lagi. Hasil kuadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu strategi SO. Berdasarkan matriks SWOT IFAS dan EFAS, dapat ditetapkan strategi yang dapat digunakan dalam mendukung perkembangan usaha abon sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu, yaitu strategi SO.

Strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang digunakan dengan mengandalkan kekuatan perusahaan untuk mendapatkan peluang yang ada.

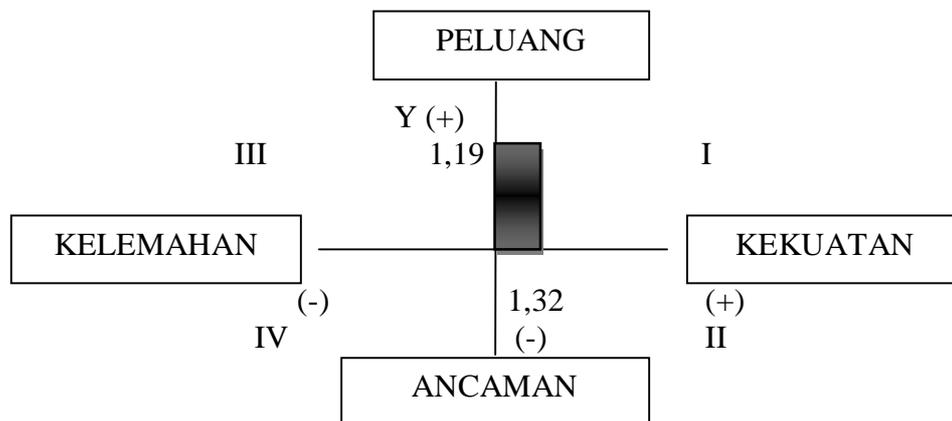
Strategi WO. Strategi WO merupakan strategi untuk memperkecil kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi ST. Strategi ST merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengantisipasi serta mengurangi dampak dari ancaman yang ada.

Strategi WT. Strategi WT merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi

kelemahan dan menghindari ancaman yang muncul.

Strategi yang dapat digunakan oleh UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu strategi SO, dengan melakukan aktivitas sebagai berikut: (1). memperluas jaringan distribusi, (2). pengadaan bahan baku, dan (3). meningkatkan produk.



Gambar 1. Posisi Pengembangan Strategi Usaha Abon Sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri”

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Pengembangan usaha Abon Sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” di Kota Palu, 2012

| | <i>Strengths (S)</i> | <i>Weaknesses (W)</i> |
|-------------|--|---|
| IFAS | 1. Ketersediaan Bahan Baku 2. Memiliki Pengalaman Usaha 3. Merk Yang Berkualitas 4. Kualitas Daya Simpan Produk Yang Baik 5. Memiliki Cita Rasa Yang Khas | 1. Saluran Pemasaran Belum Efektif 2. Pembagian Kerja Yang Belum Jelas 3. Belum Efektifnya Promosi 4. Administrasi Belum Rapi 5. Pemilik Tidak Fokus Pada Satu Produk |
| EFAS | Strategi SO 1. Memperluas Jaringan Distribusi (S2,S3,O1,O2) 2. Pengadaan Bahan Baku (S1,O3,O4) 3. Peningkatan Produk (S3,S4,S5,O2) | Strategi WO 1. Memperbaiki sistem administrasi dan keuangan perusahaan. (W2,W4,W5,O2,O3) 2. Memperbaiki Sistem Pemasaran Dan Menjalinkan Kemitraan (W1,W3,O1,O2,O4) |
| | Treaths (T) 1. Acaman Pendetang Baru 2. Letak Yang Kurang Strategis 3. Daya Beli Konsumen Menurun 4. Tingkat Inflasi Yang Cenderung Meningkat 5. Persaingan Dengan Produk Substitusi | Strategi ST Memelihara Serta Meningkatkan Kualitas Produk (S1,S3,S4,S5,T4,T5) |
| | | Strategi WT Memperbaiki Sistem Manajemen Dan Meningkatkan Kerja Sama (W1,W2,W3,W4,T1,T5,). |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2012

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan, Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha abon sapi UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” yaitu faktor internal dan faktor eksternal, untuk faktor internal memiliki total nilai yaitu sebesar 3,4 sedangkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal diperoleh yaitu sebesar 1,32 yang berada pada sumbu horizontal atau sumbu X. Faktor eksternal

memiliki total nilai yaitu sebesar 3,23. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UKM Mutiara “Hj. Mbok Sri” lebih besar dari faktor ancaman. Hasil perhitungan rating dan bobot faktor eksternal yaitu sebesar 1,19 yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu Y. Strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT yaitu strategi SO, yakni dengan Memperluas jaringan distribusi, Pengadaan Bahan Baku, dan Peningkatan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, M. 2007. *Manajemen Agribisnis*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Lutfia, W.,2011. *Strategi Pengembangan Usaha*. <http://lutfiawulandari.blogspot.com/>. Diakses pada hari Jumat 18 Desember 2012.
- Nurani, N. 2006. *Daya Saing Agribisnis, Aspek Hukum dan Strategi Pengembangan*. Nuansa, Bandung.
- Perdana, A. 2009. *Proses Pembuatan Abon Sapi*. <http://perdana.angga.wordpress.com/2009/06/04/proses-pembuatan-abon-dan-nugget/>. 10 Januari 2013.
- Said, G, dkk. 2001. *Manajemen Teknologi Agribisnis*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Aplikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syarifudin H, 1995. *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*. Bandung Yayasan Akatiga.