

**ANALISIS KEUNGGULAN PRODUK KERAJINAN RAMBUT
DI DESA KARANG BANJAR KECAMATAN BOJONGSARI, PURBALINGGA, 2007,
(PENDEKATAN REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE (RCA) DAN SUSTAINABLE
COMPETITIVE ADVANTAGE (SCA))**

Oleh:
Agus Arifin¹⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

This research was aimed to evaluate the advantage of hair production in Karangbanjar village, Bojongsari, Purbalingga, Central Java, wherefore this product has the mainly advantage in Purbalingga regency. The analysis object is small enterprises in the hair production centre which is the traditional hair product located in Karangbanjar village. The product advantage was analyzed through comparative and competitive advantages approaches. The research tools are Revealed Comparative Advantage (RCA) to analyze comparative advantage and Sustainable Competitive Advantage (SCA) to study competitive advantage. The results obtained from this research are based on product advantage analysis, small enterprises of hair production exactly have comparative and competitive advantages.

Key words: comparative advantage, competitive advantage, hair production

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, baik di negara-negara maju maupun negara-negara yang sedang berkembang. Di negara-negara maju, UKM memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor dan sebagai penyedia input bagi usaha yang berskala besar melalui subkontrak (*subcontracting*) sedangkan di negara-negara yang sedang berkembang, secara umum peranan UKM lebih terokus pada upaya pemerintah dalam mengentaskan berbagai permasalahan ekonomi dan sosial, seperti kemiskinan, pengangguran, dan pemerataan pendapatan.

Dari sisi kontribusi UKM terhadap penciptaan nilai tambah nasional, tercatat bahwa tahun 2006 sebesar 1.778,75 triliun rupiah setara dengan 53,3 persen dari Produk Domestik Bruto (Indikator Makro UKM 2007, Kementerian Negara KUKM). Kalau kita meninjau ke belakang, peran sentral UKM ini justru semakin tampak setelah terjadi krisis ekonomi pertengahan tahun 1997. Krisis ekonomi telah menawarkan peluang memperbaiki sektor kecil yang secara bertahap mengalami kemunduran sepanjang Orde Baru (Berry, 2001). Dari sisi finansial, terbukti bahwa perusahaan kecil dapat menjawab dengan cepat dan fleksibel terhadap guncangan yang mendadak dibandingkan perusahaan besar. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, perusahaan kecil telah mampu menghadapi krisis tanpa pengurangan dalam jumlah tenaga kerja mereka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purbalingga melalui Bagian

Bina Perekonomian tahun 2003, telah ditetapkan produk potensial, andalan, dan unggulan.

Pada tabel 4.1 tersebut skoring dilakukan menggunakan *Force Field Analysis* atau Metode Medan Kekuatan dengan mempertimbangkan 8 aspek kriteria, meliputi Bahan Baku (A), Tenaga Kerja (B), Teknologi (C), Laju Pertumbuhan (D), Pemasaran (E), Kekhasan Produk (F), Omset (G), dan Keterkaitan (H). Produk yang memiliki nilai lebih dari 320 ditetapkan sebagai produk unggulan, nilai $240 < N < 320$ sebagai produk andalan, dan nilai 120-240 sebagai produk potensial. Kerajinan rambut menempati peringkat pertama sebagai produk unggulan.

Dengan mengamati hasil dan metode analisis yang digunakan pada penelitian di atas, penulis menemukan beberapa hal yang mendorong untuk melakukan penelitian kembali (*research*), yang kemudian dirumuskan dalam *research problem*. *Research problem* yang mendasari penelitian ini adalah adanya tumpang tindih (*overlapping*) dalam penggunaan beberapa aspek kriteria penentuan produk oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga serta definisi operasional beberapa aspek kriteria yang kurang jelas sehingga menimbulkan makna ambigu.

Overlapping tampak pada penggunaan aspek pemasaran dan omset, di mana menurut sumber penelitian lain kedua aspek tersebut dikategorikan dalam pengertian yang dapat saling menggantikan. Jika pemasaran baik secara otomatis omzet akan naik pula (Sugiyanto, PSEKP UGM dan BI, 2007). Makna ambigu tampak pada penggunaan aspek kekhasan produk.

Tabel 4.1. Rekapitulasi Skoring Produk: Unggulan, Andalan, dan Potensial Kabupaten Purbalingga, 2002

| No | Komoditas | Nilai | | | | | | | | TOTAL | Kriteria |
|----|----------------------------|-------|----|----|----|----|----|-----|----|-------|-----------|
| | | A | B | C | D | E | F | G | H | | |
| 1 | Kerajinan rambut | 25 | 45 | 30 | 50 | 60 | 50 | 100 | 40 | 400 | Unggulan |
| 2 | Kayu olahan | 35 | 30 | 30 | 40 | 60 | 30 | 100 | 50 | 375 | Unggulan |
| 3 | Sapu glagah & aneka | 40 | 30 | 30 | 20 | 75 | 50 | 40 | 50 | 335 | Unggulan |
| 4 | Keramik | 35 | 30 | 30 | 20 | 75 | 50 | 40 | 40 | 320 | Unggulan |
| 5 | Gula kelapa | 40 | 75 | 20 | 20 | 30 | 20 | 60 | 50 | 315 | Andalan |
| 6 | Kerajinan kayu & furniture | 40 | 30 | 30 | 30 | 45 | 30 | 40 | 50 | 295 | Andalan |
| 7 | Kerajinan bambu | 50 | 15 | 20 | 10 | 75 | 30 | 40 | 50 | 290 | Andalan |
| 8 | Tepung tapioka | 40 | 30 | 30 | 30 | 45 | 10 | 60 | 40 | 285 | Andalan |
| 9 | Mie kering & soun | 40 | 30 | 30 | 30 | 45 | 10 | 40 | 40 | 265 | Andalan |
| 10 | Kerajinan tempurung | 50 | 15 | 20 | 20 | 45 | 40 | 20 | 50 | 260 | Andalan |
| 12 | Aneka makanan | 35 | 30 | 20 | 20 | 30 | 40 | 40 | 40 | 255 | Andalan |
| 11 | Variasi Knalpot | 35 | 30 | 20 | 10 | 45 | 50 | 40 | 20 | 250 | Andalan |
| 13 | Tahu | 20 | 30 | 20 | 20 | 15 | 20 | 40 | 40 | 205 | Potensial |
| 14 | Tempe | 25 | 30 | 20 | 10 | 15 | 20 | 20 | 50 | 190 | Potensial |

Sumber: Profil Produk Potensial, Andalan, dan Unggulan Daerah Kabupaten Purbalingga, Bina Perekonomian Sekretaris Daerah Pemerintah Kabupaten Purbalingga, 2003.

Kekhasan harus dapat didefinisikan dengan jelas sehingga tidak menimbulkan makna ganda. Dalam penelitian tentang keunggulan kompetitif yang dapat dipercaya, terdapat kriteria khusus yang mendefinisikan makna khas tersebut (Porter, 2007). Karena itu, rumusan permasalahan dalam *research questions* yaitu apakah produk kerajinan rambut benar-benar unggul ditinjau dari pendekatan teoritis dan empiris?

METODE ANALISIS

Untuk melakukan analisis terhadap keunggulan produk ini, seperti halnya dipahami dalam teori keunggulan komparatif dan kompetitif serta dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang keunggulan ini, akan digunakan dua alat penelitian yaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Sustainable Competitive Advantage* (SCA). Analisis RCA merupakan *quantitative analysis* yang membandingkan kapasitas produk tertentu (kerajinan rambut) di suatu daerah dengan daerah referensinya menggunakan data sekunder sedangkan analisis SCA merupakan *qualitative analysis* menggunakan data primer.

Berbagai penelitian yang telah dilakukan (Benedictis & Tamberi, 2001; Hausmann & Klinger, 2006; PSEKP UGM-BI, 2007; dan Jamli, A. & Rizaldy, R.,1998:8) tentang keunggulan komparatif mengacu pada cara penghitungan yang sama, yaitu *Balassa Index* atau dikenal dengan RCA tersebut. Formula RCA ini dapat dituliskan berikut:

$$RCA = \frac{X_i^A / X^A}{X_i^W / X^W}$$

di mana:

X_i^A adalah nilai produksi komoditas i di kabupaten/kota A

X^A adalah total nilai produksi seluruh komoditas i di kab/kota A

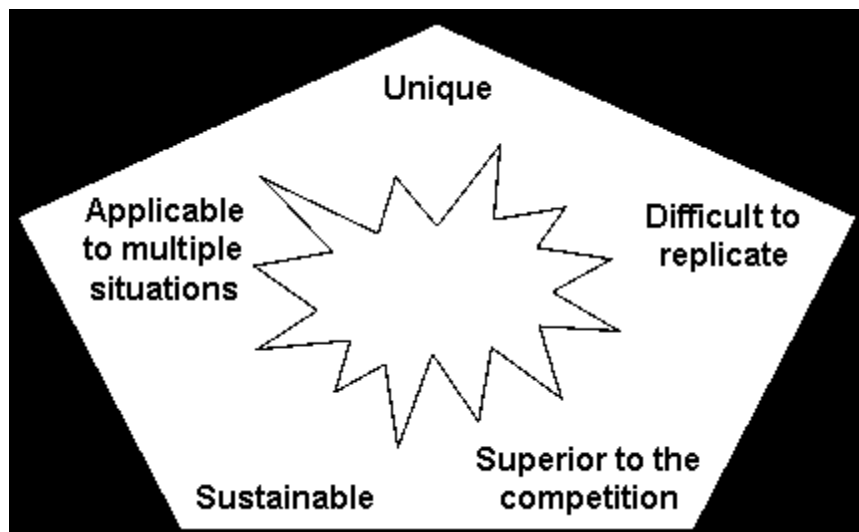
X_i^W adalah nilai produksi komoditas i di propinsi W

X^W adalah total nilai produksi seluruh komoditas i di propinsi W

1. Bila $RCA > 1$, maka kab/kota A mempunyai keunggulan komparatif dalam memproduksi i LEBIH TINGGI dibanding kab/kota lain yang ada di propinsi W.
2. Bila $RCA < 1$, maka kab/kota A TIDAK mempunyai keunggulan komparatif dalam memproduksi i dibanding kab/kota lain yang ada di propinsi W.
3. Bila $RCA = 1$, maka kab/kota A mempunyai keunggulan komparatif dalam memproduksi i SAMA DENGAN kab/kota lain yang ada di propinsi W.

Variabel-variabel yang akan dibandingkan dalam penelitian ini adalah jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, nilai produksi, dan nilai investasi.

Untuk menganalisis keunggulan kompetitif, Michael Porter (2007) menyatakan terdapat 5 kriteria yang digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*), seperti terlihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1. *The Five Criteria of Sustainable Competitive Advantage*

Tabel 4.2. Definisi 5 Kriteria *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*

| No | Kriteria | Definisi |
|----|---|---|
| 1 | <i>Unique</i> | Kombinasi khas dari sumber daya (<i>endowments</i>) dan kemampuan (<i>distinctive capabilities dan reproducible capabilities</i>) |
| 2 | <i>Difficult to replicate</i> | Kesulitan kompetitor untuk meniru produk sehingga memerlukan biaya tambahan dan waktu yang lama untuk mempelajarinya |
| 3 | <i>Superior to competition</i> | Menjadi yang terbaik di antara kompetitor, sebagai pemimpin (<i>leader</i>), meliputi sumber daya terbaik, keunggulan teknik dan bisnis |
| 4 | <i>Sustainable</i> | Kemampuan utama (<i>core competencies</i>) lebih baik daripada kompetitor dalam jangka panjang |
| 5 | <i>Applicable to multiple situation</i> | Keunggulan yang bersifat jangka panjang, dapat diterapkan dalam berbagai siklus bisnis, strategi <i>barriers to entry</i> bagi <i>members of industry</i> . |

Secara ringkas definisi operasional 5 kriteria tersebut dapat terangkum dalam tabel 4.2.

Analisis RCA dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Dinas Perindustrian Kabupaten Purbalingga dan Propinsi Jawa Tengah serta Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga dan Propinsi Jawa Tengah. Untuk analisis SCA didasarkan pada data primer melalui kuesioner yang digali dari para pengrajin rambut di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari, Purbalingga.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Keunggulan Komparatif

Pada penelitian ini ada modifikasi dalam penentuan keunggulan komparatif produk

kerajinan rambut, di mana penulis menemukan ada 5 kabupaten/kota di Jawa Tengah yang memproduksi kerajinan rambut, yaitu Karanganyar, Purbalingga, Brebes, Sragen, dan Demak. Modifikasi penentuan keunggulan produk ini dilakukan karena dalam penghitungan RCA diperoleh hasil bahwa 5 kabupaten tersebut ternyata mempunyai $RCA > 1$ untuk 4 variabel yang diperbandingkan, yaitu, jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, nilai investasi, dan nilai produksi. Dengan demikian, analisis berlanjut pada kabupaten mana yang paling unggul dalam kerajinan rambut ini. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel-tabel 4.3 – 4.6. Berdasarkan data pada tabel 4.3 dan tabel 4.4, diperoleh hasil RCA sebagai mana tabel 4.5 dan 4.6.

Tabel 4.3. Rekapitulasi Sentra Usaha Kecil Kerajinan Rambut Propinsi Jateng, 2006

| No | Kab/Kota | Unit Usaha (Unit) | Tenaga Kerja (Orang) | Nilai Investasi (Rp000) | Nilai Produksi (Rp000) |
|--------------------|-------------|-------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|
| 1 | Karanganyar | 8 | 25 | 6.000 | 300.000 |
| 2 | Purbalingga | 114 | 849 | 17.280 | 18.196.260 |
| 3 | Brebes | 62 | 93 | 6.000 | 2.180.000 |
| 4 | Sragen | 44 | 450 | 100.000 | 20.250.000 |
| 5 | Demak | 28 | 89 | 88.675 | 713.000 |
| Jawa Tengah | | 256 | 1,506 | 217.955 | 41.639.260 |

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jateng, 2006, diolah

Tabel 4.4. Rekapitulasi Sentra Usaha Kecil pada Kabupaten Penghasil Kerajinan Rambut di Propinsi Jateng, 2006

| No | Kab/Kota | Unit Usaha (Unit) | Tenaga Kerja (Orang) | Nilai Investasi (Rp000) | Nilai Produksi (Rp000) | Nilai Produksi (PDRB) (Rpjuta) |
|-------------|-------------|-------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------|
| 1 | Karanganyar | 1.950 | 4.682 | 9.370.900,00 | 76.888.892,50 | 6.224.781,85 |
| 2 | Purbalingga | 10.308 | 26.238 | 7.644.174,00 | 204.289.298,00 | 3.408.083,52 |
| 3 | Brebes | 1.024 | 3.431 | 1.223.170,00 | 326.772.415,90 | 8.402.057,26 |
| 4 | Sragen | 10.702 | 27.042 | 191.139.514,00 | 23.954.514.008,00 | 4.042.161,37 |
| 5 | Demak | 4.230 | 11.476 | 15.558.512,00 | 130.037.930,00 | 3.977.180,34 |
| Jawa Tengah | | 269.134 | 770.772 | 917.634.902,21 | 51.904.304.229,28 | 243.041.663,68 |

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jateng, 2006, diolah

Tabel 4.5. Nilai RCA Kabupaten Penghasil Kerajinan Rambut di Propinsi Jateng

| NoKabupaten/Kota | Unit Usaha | Tenaga Kerja | Nilai Investasi | Nilai Produksi 1 | Nilai Produksi 2 |
|------------------|------------|--------------|-----------------|------------------|------------------|
| 1 Karanganyar | 4.31 | 2.73 | 2.70 | 4.86 | 0.28 |
| 2 Purbalingga | 11.63 | 16.56 | 9.52 | 111.03 | 31.16 |
| 3 Brebes | 63.65 | 13.87 | 20.65 | 8.32 | 1.51 |
| 4 Sragen | 4.32 | 8.52 | 2.20 | 1.05 | 29.24 |
| 5 Demak | 6.96 | 3.97 | 24.00 | 6.83 | 1.05 |
| Rata-rata | 18.17 | 9.13 | 11.81 | 26.42 | 12.65 |

Tabel 4.6. Peringkat RCA Kabupaten Penghasil Kerajinan Rambut di Propinsi Jawa Tengah

| NoKabupaten/Kota | Unit Usaha | Tenaga Kerja | Nilai Investasi | Nilai Produksi 1 | Nilai Produksi 2 |
|------------------|------------|--------------|-----------------|------------------|------------------|
| 1 Karanganyar | - | - | - | - | - |
| 2 Purbalingga | - | 1 | - | 1 | 1 |
| 3 Brebes | 1 | 2 | 2 | - | - |
| 4 Sragen | - | - | - | - | 2 |
| 5 Demak | - | - | 1 | - | - |

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa Kabupaten Purbalingga menempati peringkat pertama keunggulan komparatif yang memperoleh peringkat 1 sebanyak 3 kali, yaitu pada jumlah tenaga kerja, nilai produksi 1 dan nilai produksi 2. Kemudian, Kabupaten Brebes menempati peringkat 1 sebanyak 1 kali (jumlah unit usaha) dan peringkat 2 sebanyak 2 kali (jumlah tenaga kerja dan nilai investasi). Setelah itu, Kabupaten Demak yang menempati peringkat 1 sebanyak sekali saja, disusul Kabupaten Sragen yang hanya menempati peringkat 2 sekali saja, dan terakhir adalah Kabupaten Karanganyar yang tidak satupun menempati peringkat.

2. Analisis Keunggulan Kompetitif

Responden adalah para pelaku usaha atau pengrajin yang menjalankan unit usaha kecil kerajinan rambut di Desa Karangbanjar tersebut. Jumlah unit usaha kecil kerajinan rambut mencapai 114 unit usaha yang tersebar di Desa Karangbanjar. Berdasarkan survey awal, secara umum penulis menemukan adanya kondisi yang tidak bisa disamakan antara unit usaha yang satu dengan yang lainnya. Penulis mengamati bahwa jumlah tenaga kerja yang dimiliki tiap-tiap unit usaha memiliki perbedaan yang cukup besar, di mana ada unit usaha yang hanya memiliki 2 tenaga kerja, sementara ada pula yang memiliki sampai lebih dari 15 tenaga kerja. Dengan demikian, penulis mengambil sampel yang lebih besar daripada sepersepuluh jumlah populasi (jumlah seluruh unit usaha), yaitu dengan mengambil sampel sebesar 40 unit usaha atau sekitar 35% dari jumlah seluruh unit usaha yang ada (Soeratno & Arsyad, 2003:106).

Berdasarkan hasil kuesioner dari para responden dapat dirangkum ke dalam 5 kriteria SCA seperti disajikan dalam penjelasan di bawah ini.

a. Unique

90% responden menyatakan kerajinan rambut sebagai produk yang unik. Keunikan terletak pada keaslian produk (55,56%) dan jarang ditemukan di daerah lain (36,11%). Untuk itu, diperlukan keahlian khusus bagi tenaga kerja untuk menguasai teknik produksi (80%). Namun demikian, belum banyak unit usaha yang mempunyai merk, terbukti < 20% unit usaha yang bermerk. Keunikan bahan baku tampak pada mayoritas penggunaan bahan rambut asli manusia (60%) sedangkan yang lain menggunakan bahan sintesis dan keduanya. Sebagian besar unit usaha (85%) merasa kesulitan memperoleh bahan baku karena langkanya (79,4%) dan mahalanya (73,53%).

b. Difficult to replicate

Produk kerajinan rambut ini sulit ditiru (52,5%) karena memerlukan keahlian khusus (80%) sehingga memerlukan waktu yang relatif lama untuk menguasainya. Hasil penelitian menjelaskan bahwa 42,5% responden dapat menguasai teknik produksi kurang dari 2 minggu dan 35% menyatakan 2 minggu – 1 bulan.

c. Superior to Competition

Mayoritas unit usaha (75%) menyatakan unggul di antara para kompetitornya. Keunggulan dominan yang mereka andalkan adalah produk yang bermutu (66,67%) dan pemasaran yang baik (43,33%). Mereka tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran (72,5%). Superioritas dapat dilihat pada kemandirian dan kemampuan individual dalam memasarkan produk di mana 57,5% unit usaha memasarkan sendiri produknya langsung ke konsumen dan hanya 10% yang memasarkan secara kolektif.

d. Sustainable

Sebanyak 75% responden menyatakan unggul dan keunggulan yang mereka banggakan adalah produk yang bermutu dan pemasaran yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar unit usaha yang ada mempunyai kemampuan utama (core competencies) baik dalam menghasilkan produk yang bermutu maupun dalam memasarkannya. Mayoritas mereka optimis mampu survive lebih dari 20 tahun ke depan (75%) dan 10 – 20 tahun ke depan (20%). Upaya utama untuk mempertahankan usahanya adalah bagaimana mempertahankan mutu produk (98%), memperluas koneksi (33%), dan memperluas promosi dan pemasaran (30%).

e. Applicable to Multiple Situation

Bahwa 75% responden berpendapat usaha mereka mampu survive hingga lebih dari 20 tahun ke depan. Usaha kerajinan rambut ini mampu bertahan dalam berbagai situasi ekonomi dan siklus bisnis yang semakin sarat dengan persaingan. Dengan kata lain, usaha ini fleksibel dan tetap laku meski dalam situasi krisis ekonomi sekalipun. Terbukti semakin berkembangnya jumlah unit usaha dari dekade ke dekade. Pada 1990-1999, terjadi kenaikan jumlah unit usaha yang signifikan, padahal di dalamnya terjadi era krisis ekonomi. Kemampuan aplikasi usaha ini di berbagai situasi didukung oleh kemandirian dan kemampuan individual para pengrajin, baik dalam mempertahankan mutu produk maupun pemasarannya.

KESIMPULAN

Dengan mengevaluasi keunggulan produk pada sentra kerajinan rambut di Kabupaten Purbalingga melalui pendekatan RCA dan SCA, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah:

1. Berdasarkan analisis RCA diperoleh hasil bahwa usaha kecil kerajinan rambut di Kabupaten Purbalingga ini memang mempunyai keunggulan komparatif dibandingkan dengan kabupaten- kabupaten lain penghasil kerajinan rambut di Propinsi Jawa Tengah.
2. Berdasarkan analisis keunggulan kompetitif secara umum usaha kecil kerajinan rambut di Kabupaten Purbalingga memiliki keunggulan kompetitif yang berarti tingkat persaingan usaha dalam sentra kerajinan rambut ini cukup tinggi dan dapat diandalkan sebagai keunggulan yang membedakannya dengan usaha sejenis di daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2003. *Profil Produk Potensial, Andalan, dan Unggulan Daerah Kabupaten Purbalingga*. Purbalingga: Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga.
- Aleksandrova, A., & J. Lubys. 2004. "Application of the Structure-Conduct-Performance Paradigm in a Transition Economy: Explaining Reported Profitability of the Largest Latvian Firms". *SSE Working Papers 2004:8(63)*, Stockholm School of Economics in Riga, Latvia.
- Balassa, Bela. 1989. *Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development*. Harvester Wheatsheaf, Great Britain, BPCC Wheatons Ltd, Exeter.
- Benedictis, L.D., & M. Tamberi. 2001. "A Note on Balassa Index of Revealed Comparative Advantage". *JEL Classification C10, F14*. European University Institute & Università di Ancona, Italy.
- Berry, Albert *et al.* 2001. "Small and Medium Enterprise Dynamics in Indonesia", *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 37, No. 3, pp.363-384.
- Boediono. 2001. *Ekonomi Internasional*, Edisi 1. BPFE Yogyakarta. BPS. 2007. *Kabupaten Purbalingga dalam Angka 2006*. Purbalingga: Bappeda Kabupaten Purbalingga.
- Hill, Hal. 2001. "Small and Medium Enterprises in Indonesia", *Asian Survey*, Vol. 41, No. 2, pp.248-270.
- Jamli, A., & R. Rizaldy. 1998. "Kinerja Komoditas Elektronika Indonesia 1981-1995: Pendekatan Keunggulan Komparatif". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 13, No.3, hal. 1-17.
- Jones, Barry. 1997. *Falling Into the Comparative Advantage Trap*. AIE Melbourne Group Annual General Meeting, 12 December 1997.
- Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2007. *Indikator Makro UKM 2007*. http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_docman&task=cat_view&Itemid=43&gid=204&orderby=dmdatecounter&ascdesc=DESC
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Masalah dan Strategi Lembaga Keuangan Daerah*. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional Peningkatan Peran Lembaga Keuangan Daerah sebagai Sumber Pembiayaan Sektor Usaha Informal dalam Mendukung Pengentasan Kemiskinan. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia dan Universitas Gadjah Mada, 3 September 2007.
- Mancinelli, S., & M. Mazzanti. 2007. *SME Performance, Innovation and Networking, Evidence on Complementaries for a Local Economic System*, Department of Economics Institutions & Territory, University of Ferrara, Italia.
- Nopirin. 1999. *Perdagangan Internasional*. Edisi 3, BPFE Yogyakarta.
- Porter, M.E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. New York: A Division of Macmillan, Inc.
- Sato, Y. 2000. "Linkage Formation by Small Firms: The Case of a Rural Cluster in Indonesia". *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 36, No.1, pp.137-166.
- Soeratno & L. Arsyad. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Revisi. UPP AMP YKPN Yogyakarta.

Sugiyanto, Catur. 2007. *Strategi Penyusunan Komoditas Unggulan Daerah*, PSEKP UGM. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional Peningkatan Peran Lembaga Keuangan Daerah sebagai Sumber Pembiayaan Sektor Usaha Informal dalam Mendukung Pengentasan Kemiskinan. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia dan Universitas Gadjah Mada, 3 September 2007.

Weijland, Hermine. 1999. "Microenterprise Clusters in Rural Indonesia: Industrial Seedbed and Policy Target". *World Development*, Vol.27, No.9, pp.1515-1530.

Yacuzzi, Enrique. 2005. *A Primer on Governance and Performance in Small and Medium Enterprises*. University of CEMA Prof. Rodolfo Apreda, pp 1-28.

