

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI KERAMIK  
PURWAREJA-KLAMPOK  
KABUPATEN BANJARNEGARA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Jurusan Ekonomi Syariah  
Institusi Agama Islam Negeri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**IAIN PURWOKERTO**

**Oleh:**

**AYU NURFITA DANIAMUN  
NIM. 1423203092**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2018**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI KERAMIK  
PURWAREJA-KLAMPOK KABUPATEN BANJARNEGARA**

**Ayu Nurfita Daniatun  
NIM. 1423203092**

E-mail: ayunurfita64@gmail.com  
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

UMKM Industri Keramik di Banjarnegara tidak pernah lepas dari namanya masalah, baik masalah internal maupun eksternal. Permasalahan internal yang dihadapi yaitu kurangnya permodalan dan kualitas dan kuantitas Sumber daya manusia yang kurang memadai, sedangkan permasalahan eksternal yaitu kebutuhan konsumen dan kondisi pasar yang tidak menentu dan bahan baku yang mengalami kenaikan. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dapat mengembangkan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok di Kabupaten Banjarnegara.

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Keramik Purwareja Klampok pada tanggal 10 September 2017 –19 Maret 2018. Subjek penelitian ini adalah para pegawai Disperindagkop dan UMKM dan para pengrajin industri keramik Purwareja Klampok. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Dimana data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri keramik Purwareja Klampok yang dapat digunakan yaitu mengembangkan keahlian para pengrajin pemula melalui pelatihan, mengembangkan pelayanan melalui kartu IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mengembangkan produk kerajinan keramik dengan ciri khasnya yg berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten dengan melakukan pembinaan, memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan melakukan penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan kualitas, variasi, serta inovasi produk keramik.

Kata kunci: strategi pengembangan, UMKM, industri keramik, dan analisis SWOT.

**DEVELOPMENT STRATEGY OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM  
BUSSINESS OF CERAMIC INDUSTRY IN PURWAREJA KLAMPOK  
BANJARNEGARA REGENCY**

**Ayu Nurfita Daniatun**  
**NIM. 1423203092**

*E-mail: ayunurfita64@gmail.com*

*Sharia Economic Departement, Islamic Economic and Business Faculty  
State Institute of Islamic Studies Purwokerto*

**ABSTRACT**

*There are still several problem either internal and external faced UMKM ceramic industry in Banjarnegara. The internal problem issued in lack of capitlization and quality, quantity of human resources. Meanwhile the external problems lies in uncertainty condition of customer need and market and cost increase of basic material that oftenly happened. This research aim to formulate relevant strategy for developingUMKM ceramic industry in Purwareja-Klampok Banjarnegara regency.*

*This research was conducted at Purwareja Klampok Ceramics Industry on September 10th, 2017 - March 19th, 2018. The subject of this research were the employees of Industry, Trade Service and Economic Enteprise Agency (Disperindagkop) and Micro, Small, and Medium Scale of Bussiness (UMKM) and the ceramic industry craftsmen in Purwareja Klampok. The analysis of data used qualitative descriptive analysis and SWOT analysis. The data were collected by using observation, interview, and documentation techniques, while SWOT analysis is used to identify various factors and formulate a company's strategy.*

*The results of this study indicate that the development strategy of Purwareja Klampok ceramics industry is by developing the skill of the beginner craftsmen through training, develop the service through the IUMK (Micro Small Business License) card, develop the ceramic handicraft product with the characteristic of the quality, competent by conducting coaching, multiplying capital to develop the business, utilizing technology to conduct promotion and penetrate the market intensively by improving the quality, variety, and innovation of ceramic products.*

*Keywords: development strategy, UMKM, ceramic industry,and SWOT analysis.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTO</b> .....	vii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITRASI</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	8
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Kajian Pustaka .....	12
F. Kerangka Teori .....	18
G. Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pengembangan UMKM .....	20
1. Pengertian Strategi Pengembangan UMKM .....	20
2. Pengembangan Manajemen Pemasaran Usaha Kecil .....	25
3. Upaya-upaya Pengembangan Usaha Kecil .....	26
4. Perencanaan Pengembangan Usaha .....	28
5. Tahapan Strategi .....	29

6. Pentingnya Strategi Pengembangan.....	33
B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	34
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	34
2. Azas-azas Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM .....	35
3. Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM .....	36
4. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah .....	37
C. Landasan Teologis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI KERAMIK PURWAREJA-KLAMPOK KABUPATEN BANJARNEGARA .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banjarnegara .....	47
1. Visi, misi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banjarnegara .....	47
2. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi .....	48
B. Gambaran Umum Industri Keramik Purwareja-Klampok Banjarnegara .....	54
C. Analisis Lingkungan Strategis .....	55
1. Analisis Lingkungan Internal .....	56
2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	60
D. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Industri Keramik Purwareja-Klampok Banjarnegara.....	61

E. Strategi Pengembangan Industri Keramik Purwareja-Klampok Banjarnegara .....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sistem tatanan dan mekanisme pengelolaan pemerintah akan mengalami perubahan, hal ini dikarenakan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Pemerintah Daerah. Perubahan itu menuntut pemerintah daerah untuk benar-benar menerapkan otonomi daerah bukan hanya sebagai slogan belaka dan dapat dipertanggungjawabkan. Negara berkembang seperti Indonesia ini masih mengandalkan sektor-sektor usaha kecil dalam kegiatan ekonomi. Salah satunya sektor industri yang merupakan salah satu faktor penyangga dalam perekonomian Indonesia. Salah satu sub faktor industri yang memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Industri kecil merupakan bidang usaha yang terus berkembang dan dikembangkan terutama oleh para pengusaha golongan ekonomi lemah. Perkembangan secara kuantitatif dengan ukuran jumlah tenaga kerja, modal kerja, harta benda atau omzet penjualan, semakin mengarah pada perkembangan kualitatif dengan adanya pembinaan pemerintah baik langsung maupun program-program BIPIK (Bimbingan dan Pengembangan Industri Kecil) dan lain-lainnya maupun secara tidak langsung melalui kebijakan iklim usaha yang menguntungkan. Didasari bahwa perkembangan itu membutuhkan panduan manajemen, agar tingkat kualitas yang telah dicapai dapat dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi oleh para pengusaha.<sup>1</sup>

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk menumbuhkembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Hal ini mengandung makna, bahwa UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuh dan

---

<sup>1</sup>Bambang Tri Cahyono, *Manajemen Industri Kecil*, (Yogyakarta: Liberty, 1983), hlm. iii.

membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pemangku kepentingan.<sup>2</sup>

Banyaknya jenis kerajinan yang menjadi komoditas dagang pada masa kini membuat para pelaku usaha harus mampu mengikuti perkembangan zaman yang terjadi dalam menghadapi arus globalisasi. Pengelola harus lebih kreatif dalam memasarkan produk-produknya. Perkembangan zaman membuat banyaknya kerajinan yang ada di Indonesia ini beraneka ragam, salah satunya adalah UMKM Industri Keramik Provinsi Jawa Tengah memiliki sebuah lokasi tepatnya di Kecamatan Purwareja Klampok Kabupaten Banjarnegara. UMKM Industri keramik ini telah hadir di tengah-tengah masyarakat Kabupaten Banjarnegara sejak tahun 1970. Produk yang dijual di Industri Keramik Purwareja-Klampok juga beraneka ragam seperti asbak, poci set, guci, vas, souvenir, Kendi dan lainnya. Pada tahun 1985 hingga pertengahan tahun 1997 UMKM Industri Keramik ini sempat mengalami perkembangan yang positif dikarenakan Industri Keramik ini mampu menciptakan lapangan usaha yang menyerap banyak tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan sekaligus turut serta dalam pengembangan ekonomi lokal.

UMKM Industri Keramik di Banjarnegara ini juga tidak selalu berjalan mulus dan menghadapi berbagai masalah baik masalah eksternal maupun internal. Permasalahan internal yang dihadapi yaitu kurangnya permodalan dan kualitas dan kuantitas SDM yang kurang memadai, sedangkan permasalahan eksternal, yaitu kebutuhan konsumen dan kondisi pasar yang tidak menentu dan bahan baku mengalami kenaikan. Sejak didirikannya UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok di Banjarnegara dari tahun ke tahun secara perlahan mengalami perkembangan yang cukup baik dan mendapat respon positif dari masyarakat sampai sebelum masa krisis moneter 1997. Akan tetapi jumlah pengrajin keramik mulai berkurang sejak munculnya kerajinan-kerajinan lain yang lebih modern, sehingga pengrajin banyak yang alih profesi, dalam hal pemasaran

---

<sup>2</sup> Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: PT Refika Aditama), hlm.7.



atau promosi juga belum optimal karena kurang memanfaatkan teknologi, sehingga keberadaan keramik sepi tidak ramai seperti tahun sebelumnya. Kondisi tersebut membuat UMKM industri keramik di Kabupaten Banjarnegara saat ini menjadi 17 dari 64 perusahaan.<sup>3</sup>

Selain itu para pengrajin keramik juga tidak mampu memenuhi pesanan yang cukup banyak karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dan kualitas SDM yang kurang memadai. Produk yang dihasilkan juga monoton kurang adanya inovasi prodak. Bahan baku yang digunakan juga mengalami kenaikan.<sup>4</sup> Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kecil dan menengah antara lain permodalan, kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, kurangnya inovasi prodak, kurangnya pemanfaatan teknologi dan bahan baku berupa tanah liat mengalami kenaikan.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dengan masyarakat. Strategi yang sudah dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM terhadap Industri Keramik di Banjarnegara yaitu, bantuan berupa modal, peralatan(tungku, putaran kaki, putaran tangan, oven dan lainnya), pelatihan dan magang, adanya kerjasama dengan dinas pariwisata guna memasarkan atau mempromosikan produk dari keramik, adanya kartu IUMK(Izin Usaha Mikro Kecil) kartu tersebut bisa digunakan oleh pemilik perusahaan yang membutuhkan modal dengan bunga rendah yang bekerjasama dengan Bank BRI, diadakannya *study banding* atau kunjungan Industri dan mengikuti pameran industri jika ada event-event.<sup>5</sup>

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banjarnegara merumuskan strategi yang berpedoman pada Rencana Program

---

<sup>3</sup>Wawancara dengan Kasbi salah satu pengrajin keramik, tanggal 28 Agustus 2017, pukul 10.00 WIB.

<sup>4</sup>Wawancara dengan Bambang(Kepala Bidang Perindustrian UMKM Banjarnegara), tanggal 31 Agustus 2017, pukul 14.00 WIB.

<sup>5</sup>Wawancara dengan Aji (Penyuluh bidang Industri dan Perdagangan Banjarnegara), tanggal 25 Januari 2018, pukul 10.00 WIB.

Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan visi Kabupaten Banjarnegara serta visi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM. Visi merupakan penjelasan dan memberikan gambaran akan seperti apa suatu organisasi dimasa depan. Menurut Lewis dan Smith, visi memberikan arti menjanjikan keadaan yang menurutnya ideal yang seharusnya terjadi terhadap organisasi tersebut.

Berikut merupakan data rencana program dan kegiatan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi dan UMKM Kabupaten Banjarnegara tahun 2015-2016.

**Tabel 1.1**  
**Data rencana program dan kegiatan tahun 2015-2016 Disperindagkop dan**  
**UMKM Banjarnegara**

No	Program/Kegiatan
1.	Penciptaan Iklim usaha UKM yang kondusif 1. Perencanaan, kordinasi, dan pengembangan UKM 2. Fasilitas pengembangan UKM
	Pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM 1. Memfasilitasi peningkatan kemitraan usaha bagi UMKM 2. Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan 3. Peningkatan kerjasama dibidang HAKI 4. Pelatihan manajemen pengelolaan koperasi/KUD
2.	Pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM 1. Pemantauan pengelolaan penggunaan dana pemerintah bagi UMKM 2. Pengembangan sarana pemasaran produk UMKM 3. Penyelenggaraan pembinaan industri kecil dan industri menengah
3.	Peningkatan kapasitas iptek sistem produksi 1. Pengembangan sistem inovasi teknologi industri
4.	Pengembangan industri kecil dan menengah 1. Pengembangan teknologi industri kecil dan menengah

5.	Pengembangan kemampuan teknologi industri 1. Pembinaan kemampuan teknologi industri 2. Pengembangan dan pelayanan teknologi industri 3. Penguatan kemampuan industri berbasis teknologi
6.	Peningkatan efisien perdagangan dalam negeri 1. Pengembangan pasar dan distribusi barang/produk 2. Pengembangan kelembagaan kerjasama kemitraan 3. Pengembangan pasar lelang daerah 4. Pemeliharaan rutin/berkala bangunan pasar 5. Pengembangan sarana perdagangan produk UMKM

Sumber: Disperindagkop dan UMKM Banjarnegara

Data diatas merupakan penerapan strategi pengembangan yang dilakukan Disperindagkop dan UMKM terhadap industri keramik yang ada di Kecamatan Purwareja Klampok. Akan tetapi strategi pengembangan tersebut belum efektif. Ini bisa dilihat pada data pengrajin dan nilai produksi yang ada di industri keramik Purwareja Klampok dari tahun 2015 sampai 2016.

**Tabel 1.2**

**Data Pengrajin dan Nilai Produksi/Tahun Industri Keramik Purwareja-Klampok  
Kabupaten Banjarnegara 2015**

<b>NO</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Jenis Produksi</b>	<b>Jumlah Pekerja</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2015</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2016</b>
1	Keramik Sendang Telu	Asbak, Vas	3 Orang	Rp 44.000.000	Rp 39.600.000
2	Keramik Usaha Karya	Poci Set, Vas, Guci	20 Orang	Rp 200.000.000	Rp 180.000.000
3	Keramik Kismo Aji	Asbak, Poci set, Kendi	5 orang	Rp. 315.700.000	Rp 284.130.000
4	Putra Mandiri	Asbak	10 orang	Rp 96.000.000	Rp 86.400.000

<b>NO</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Jenis Produksi</b>	<b>Jumlah Pekerja</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2015</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2016</b>
5	Keramik Duta Serayu	Vas, Asbak, Souvenir	5 Orang	Rp 39.600.000	Rp 35.640.000
6	Keramik Kharisma	Poci Set, Vas, Asbak	12 Orang	Rp 125.850.000	Rp 113.265.000
7	Keramik Kurnia	Poci Set, Vas, Kendi	13 Orang	Rp 193.380.000	174.042.000
8	Keramik Makmur	Poci Set, Asbak	7 Orang	Rp 129.800.000	116.820.000
9	Keramik Mustika	Poci Set, Nampan, Cangkir, Lambar	20 Orang	Rp 138.000.000	Rp 124.200.000
10	Keramik Teko Arto	Poci Set	17 Orang	Rp 275.000.000	Rp 274.500.000
11	Keamik Rajiwan	Poci Set, Asbak, Vas Bunga	3 Orang	Rp 84.000.000	Rp 75.600.000
12	Keramik Moh. Sidiq	Poci Set, Asbak, Lampu Miyak	3 Orang	Rp 104.500.000	Rp 94.050.000
13	Keramik AO	Asbak, Vas	3 Orang	Rp 44.000.000	Rp 39.600.000

<b>NO</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Jenis Produksi</b>	<b>Jumlah Pekerja</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2015</b>	<b>Nilai Produksi/Thn 2016</b>
14	Keramik Tasiwan	Asbak, Vas	3 Orang	Rp 44.000.000	Rp 39.600.000
15	Keramik Daryono	Asbak, Vas	3 Orang	Rp 44.000.000	Rp 39.600.000
16	Apicta Keramik	Poci Set, Vas, Asbak, Guci	1 Orang	Rp 15.112.500	Rp 13.601.250
17	Griya Keramik	Vas, Asbak	4 Orang	Rp 60.500.000	Rp 54.450.000

Sumber: Data Pengrajin Disperindagkop dan UMKM

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengrajin memproduksi keramik jenis poci set, guci, vas, dan asbak. Jumlah pengrajin pada setiap toko keramik masih belum memadai karena masih adanya kesenjangan jumlah pengrajin. Ada pengrajin yang memiliki jumlah pekerja sampai 20 dan masih ada juga pengrajin keramik yang tidak memiliki jumlah pekerja, pengrajin tersebut bekerja seorang diri. Untuk peraltannya juga belum memadai masih banyak pengrajin yang belum mempunyai alat seperti tungku gas dan tungku kayu.

Data diatas juga menunjukkan bahwa setiap perusahaan keramik yang ada di Kecamatan Purwareja Klampok Kabupaten Banjarnegara dari tahun 2015 sampai pada 2016 telah mengalami penurunan nilai produksi mencapai 10%. Kondisi tersebut membuat UMKM Industri Keramik di Banjarnegara saat ini mengalami penurunan pengunjung, sehingga membuat UMKM Industri Keramik sangat sedikit jumlahnya.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disebutkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai” Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Kabupaten Banjarnegara”.

## **B. Definisi Operasional**

Untuk memandu operasionalisasi penelitian ini secara lebih tepat, maka ada beberapa kata kunci yang perlu didefinisikan secara operasional. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini. Untuk itu, penulis kemukakan beberapa istilah tentang beberapa kata kunci yang terkandung dalam judul penelitian tersebut.

### **1. Strategi Pengembangan UMKM**

#### **a. Strategi**

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan join venture. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar.

Selain itu strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khususnya untuk lima tahun, dan berorientasi ke masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal.<sup>6</sup>

Sedangkan manajemen strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dengan melihat beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang akan dipilih untuk

---

<sup>6</sup> Fred R David, *Manajemen Strategis*, Ed ke-10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm.17.

mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan.<sup>7</sup>

b. Pengembangan

Menurut Mohammad Jafar Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Ia juga menambahkan bahwa pengembangan Usaha Kecil dan Menengah(UKM )pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.<sup>8</sup>

Sedangkan Pengembangan menurut Undang-undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pasal 1 butir 10, Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.<sup>9</sup>

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dilakukan baik oleh pemerintah, dunia usaha ataupun masyarakat melalui pelatihan dan pemberian bantuan guna menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil yang lebih maju.

Adapun dalam penelitian ini strategi pengembangan yang dimaksud adalah sasaran dan tujuan jangka panjang serta arah tindakan dari industri keramik Kabupaten Banjarnegara guna meningkatkan nilai produksi yang diperoleh setiap perusahaan serta cara memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang ada di industri keramik Purwareja Klampok.

---

<sup>7</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo, 1984), hlm.59.

<sup>8</sup> Ir. Mohammad Jafar Hafsah. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004

<sup>9</sup> Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: PT Refika Aditama), hlm.399.

c. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:<sup>10</sup>

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
- d. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- e. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneurship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan

---

<sup>10</sup> Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (Yogyakarta, Pustaka Mahardika, 2013), hlm. 3.



pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

Usaha industri (termasuk kerajinan rakyat), adalah kegiatan usaha yang merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai, misalnya pabrik sepeda, pabrik sepatu, pabrik tahu, kerajinan anyaman topi, konveksi, kerajinan tanah liat, dan sebagainya.

## **2. Industri Keramik Purwareja Klampok**

Desa Klampok yang awal mula mayoritas warga desanya bekerja pada sektor pertanian, kemudian muncul suatu jenis mata pencaharian baru yang dibawa oleh bapak Kandar. Bapak Kandar sendiri merupakan seorang guru yang diberi kesempatan belajar keramik di Bandung, setelah itu beliau mendirikan usaha keramik Meandallai yang sekarang berubah nama menjadi keramik teko arto, hal inilah yang merubah Desa Klampok menjadi suatu daerah industri kreatif yang ada di Kabupaten Banjarnegara.

### **C. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan yang digunakan Disperindagkop dan UMKM untuk mengembangkan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara”.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang dapat mengembangkan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara.

Sedangkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan teori-teori ilmu sosial dan politik secara umum, dan pengembangan pada bidang

manajemen strategi khususnya terkait dengan strategi pengembangan UMKM industri keramik.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai bentuk penerapan atau aplikasi dari ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dari bangku perkuliahan.

### b. Bagi Pemerintah Kabupaten Banjarnegara

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan upaya pengembangan UMKM industri keramik dalam menghadapi era globalisasi.

### c. Bagi Masyarakat

Diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan UMKM industri keramik di Kabupaten Banjarnegara.

## E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang telah ada dan yang belum ada.<sup>11</sup> sementara itu, setelah menelaah beberapa penelitian, penulis menemukan ada sejumlah karya yang meneliti strategi pengembangan UMKM, antara lain:

Jurnal oleh Irdayanti, yang berjudul Peran Pemerintah dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi Kasus: Klaster Kasongan dalam Rantai Nilai Tambah Global.<sup>12</sup> Jurnal ini menjelaskan tentang peran yang dilakukan oleh Pemerintah dalam pengembangan UKM Klaster Kasongan.

Jurnal oleh Niskha Sandriana, yang berjudul Abdul Hakim, Choirul Saleh Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota

---

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.75.

<sup>12</sup> Irdayanti “Peran Pemerintah dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi kasus: Klaster Kasongan dalam Rantai Nilai Tanah Global”, *Jurnal Tradisional Vol. 3 Nom. 2 Februari 2012*.

Malang.<sup>13</sup> Jurnal ini menjelaskan tentang analisis strategi pengembangan produk unggulan berbasis Klaser di kota Malang menggunakan analisis SWOT.

Jurnal oleh Indra Hastuti, Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor Yang Mempengaruhi, Dan Strategi Pemberdayaanya Pada Masyarakat Di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten .<sup>14</sup> Jurnal ini membahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan Industri Kerajinan gerabah di Desa Melikan Kabupaten Klaten.

Jurnal Oleh Edy Suandi Hamid dan Sri Susilo, yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal ini membahas mengenai strategi pengembangan untuk meningkatkan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Ygyakarta.

Skripsi oleh Ulfatun Nisa, yang berjudul strategi pengembangan industri Batik Tulis Lasem.<sup>15</sup> Skripsi ini membahas tentang menganalisis faktr internal dan eksternal untuk mengembangkan industry batik tulis lasem.

**Tabel 1.4**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Jurnal</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan</b>
<i>Jurnal Transnasion 1 Vol. 3 No. 2 Februari 2012</i>	<i>Peran Pemerintah dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi Kasus: Klaster Kasongan dalam Rantai</i>	Menjalank sektor pemasarannya, pengusaha harus memiliki strategi tersendiri dalam menjangkau kondisi pasar, seperti promosi produk yang dulunya hanya diketahui dari mulut ke mulut kini para pengusaha telah memanfaatkan kecanggihan	Sedangkan penelitian yang peneliti angkat kali ini yaitu berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik

<sup>13</sup> Niskha Sandriana, Abdul Hakim, Choirul Saleh, “Strategi Pengembangan Prodduk Unggulan Daerah Berbasis Klaster di Kota Malang”, *Reformasi, ISSN 2088-7469 (Paper) ISSN 2407-6864 (Online), Vol 5, No. 1, 2015.*

<sup>14</sup> Indra Hastuti, “Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Geraba, Faktor yang mempengaruhi, dan Strategi Pemberdayaan pada Masyarakat di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten”, *Benefit jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 16, Desember 2012, hlm.127-135.*

<sup>15</sup> Ulfatun Nisa, “Strategi Pengemabangan Industri Batik Tulis Lasem”,

<b>Jurnal</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan</b>
	<i>Nilai Tambah Global.</i> Oleh : Irdayanti	teknologi seperti pembuatan website, dan mengikuti pameran-pameran diluar negeri sebagai ajang promosi produk mereka.	<i>Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara”</i> yang mana
<i>Reformasi</i> <i>Vol. 5</i> <i>No. 1</i> <i>2015</i>	<i>Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota Malang.</i> Oleh : Niskha Sandriana, Abdul Hakim, Choirul Saleh	Kriteria penentuan produk unggulan adalah: produk unik/khas daerah, sumbangan terhadap perekonomian daerah, pasar, kondisi input (ketersediaan infrastruktur, SDM, teknologi, modal), kemitraan, dukungan kebijakan dan kelembagaan, dampak terhadap lingkungan, dan tingkat daya saing.	penulis akan membahas mengenai strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan dan dijalankan oleh UMKM industri keramik Purwareja-
<i>Benefit</i> <i>Jurnal</i> <i>Manajemen</i> <i>Dan Bisnis</i> <i>Volume 16,</i> <i>Nomor 2,</i> <i>Desember</i> <i>2012, hlm.</i> <i>127-135</i>	<i>Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor Yang Mempengaruhi, Dan Strategi Pemberdayaanya Pada Masyarakat Di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten</i> Oleh : Indra	Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan gerabah antara lain, kebutuhan modal yang masih sangat dibutuhkan, sumber daya manusia yang memiliki ketrampilan dapat berpengaruh terhadap macam hasil dan kualitas hasil produksi, teknologi yang digunakan, bahan baku berupa tanah liat yang terbatas dan menggantungkan	Klampok Kabupaten Banjarnegara.

<b>Jurnal</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan</b>
	Hastuti	faktor alam, serta belum adanya organisasi persatuan pengrajin di masyarakat, sehingga kurang terjalinnya koordinasi dan hubungan diantara mereka pun masih berbeda-beda satu sama yang lainnya	
<i>Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2, Agustus 2010 Hal 70-170</i>	<i>Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cافتا Dan Mea Oleh : Y. Sri Susilo</i>	Dengan implementasi CAFTA dan MEA maka UMKM di Indonesia akan menghadapi tantangan dan sekaligus memperoleh peluang. Agar tetap mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang maka UMKM harus meningkatkan daya saing perusahaan maupun daya saing produknya.	
<i>Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 2, No.1. 2011.</i>	<i>Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh : Edy</i>	Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha adalah dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal	

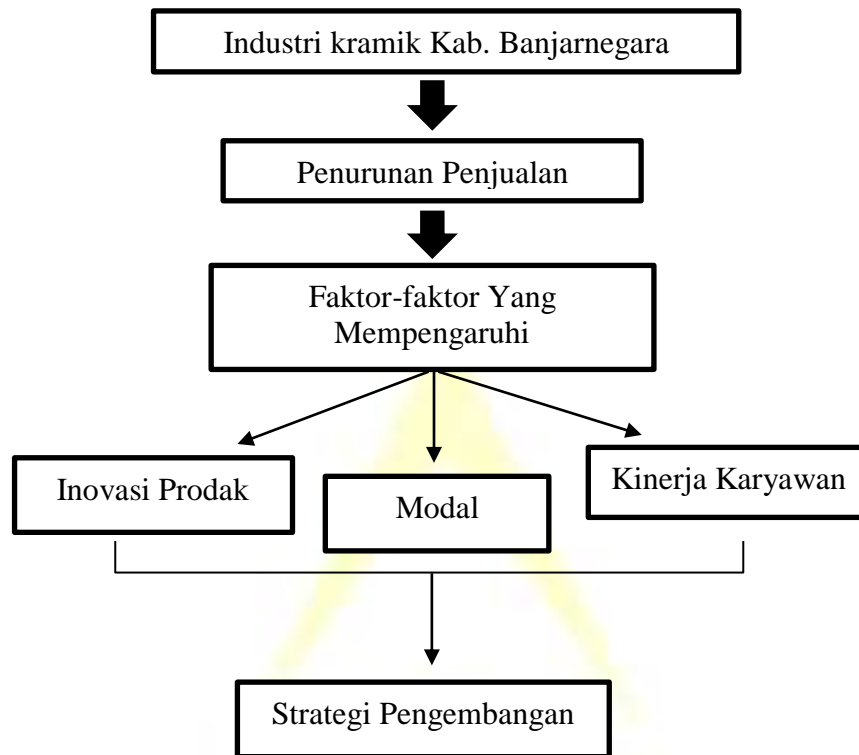
Jurnal	Judul	Hasil	Perbedaan
	Suandi Hamid dan Sri Susilo.	maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan.	
<i>Skripsi</i>	<i>strategi pengembangan industri Batik Tulis Lasem.</i> <i>Oleh : Ulfatun Nisa</i>	Strategi pengembangan industri Batik Tulis Lasem digunakan sebagai upaya untuk mewujudkan agar industri batik tulis lasem menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan komparatif melainkan juga keunggulan kompetitif. sehingga mampu menembus pasar ekspor. Rumusan strategi pengembangan didasarkan kombinasi strategi matrik SWOT yaitu menggunakan kekuatan (strength) yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang (opportunity) yang ada. Implementasi strategi ini adalah mengembangkan jaringan pemasaran dengan	

Jurnal	Judul	Hasil	Perbedaan
		<p>memanfaatkan networkingserta mengembangkan quality control dan meningkatkan produktivitas dengan memanfaatkan teknologi modern.</p>	
<i>Skripsi</i>	<p><i>Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang.</i> <i>Oleh : Arifah</i></p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang diterapkan yaitu strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan pendapatan. Saran yang diajukan untuk pemerintah daerah Kabupaten Semarang yaitu pemberian pelatihan dan pembinaan kepada para pengusaha pengembang jamur tiram tentang pengelolaan jamur tiram yang over produksi.</p>	

Sumber: Berbagai Jurnal dan Skripsi

## F. Kerangka Teori

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berfikir**



## G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yaitu, pada bagian awal terdiri dari: Halaman Judul, Pernyataan Keaslian, Pengesahan, Nota Dinas Pembimbing, Abstrak, Halaman Motto, Halaman Persembahan, Pedoman Transliterasi, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar dan Halaman Lampiran. Selanjutnya akan diuraikan dalam lima bab, yaitu:

Pada bab *pertama* merupakan Pendahuluan. Sebagai bab Pendahuluan, maka bab ini memuat aspek-aspek objektif dalam penelitian, sehingga bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Landasan Teori, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.



Pada bab *Kedua*, merupakan landasan teori yang berisi tentang strategi pengembangan dan Industri Keramik Purwareja Klampok.

Pada bab *Ketiga* berisi tentang Metode Penelitian yang terdiri dari: Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

Pada bab *Empat* merupakan Gambaran umum Kabupaten Banjarnegara, Gambaran Umum dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banjarnegara, hasil dan pembahasan penelitian yang berisi tentang profil lokasi penelitian dan strategi pengembangan dalam upaya meningkatkan penjualan di UMKM Industri Keramik Kabupaten Banjarnegara.

Pada bab *Kelima*, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan penulis serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir penyusun mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi pustaka maupun studi dokumentasi yang dilakukan di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKMKabupaten Banjarnegara dan Industri Keramik Purwareja-Klampok. Maka dapat diketahui analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKMK Kabupaten Banjarnegara. Analisis lingkungan strategis dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Dalam hal ini, analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan strategi untuk pengembangan UMKM industri keramik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka strategi SO yang diambil adalah:

1. Mengembangkan keahlian pengrajin pemula melalui pelatihan dan magang dengan memanfaatkan ciri khas industri keramik yang menonjol. (S3-O1)
2. Mengembangkan pelayanan melalui kartu IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil) bagi pemilik industri keramik dengan memanfaatkan pangsa pasar yang masih luas. (S1-O2)

#### **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupaten Banjarnegara
  - a. Melakukan penguatan modal kerja dan investasi yang dapat melalui kelompok UMKM kepada pemerintah, memperbaiki SDM agar lebih inovatif dalam menciptakan produk baru, menggunakan teknologi yang lebih modern tanpa mengesampingkan pemasaran dan permodalan. Hal ini

karena beberapa aspek tersebut (SDM, teknologi, pemasaran dan permodalan) merupakan faktor-faktor penting dalam suatu keberlangsungan usaha.

## 2. Pengusaha Keramik Purwareja Klampok

- a. Para pengusaha lebih meningkatkan kegiatan promosi produk agar industri keramik dan produk-produk lainnya lebih dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan industri sejenis dari daerah lain.
- b. Meningkatkan inovasi produk dan kualitas produk dengan meningkatkan control kualitas atas bahan baku yang digunakan, pengawasan proses produksi yang lebih ketat, serta pengiriman produk lebih aman dan cepat.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anugara, Pandji & Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armilo.
- Arikanto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono, Bambang Tri. 1983. *Manajemen Industri Kecil*, Yogyakarta: Liberty.
- David, Fred R. 2009. *strategic management*. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Manajemen Strategis*, Ed ke-10. Jakarta: Salemba Empat.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metode Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- Hamid, Edy Suandi dan Susilo, Sri. 2011. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2, No.1.
- Hari Purnomo, Setiawan. 1996. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metodologi Penelitian Kulaitatif*. Jakarta: Salemba Humaika.
- <http://eprints.ung.ac.id/1338/6/2012-2-61201-931409190-bab2-02022013041316.pdf>. Diakses pada tanggal 19 November 2017 pukul 19.05 WIB.
- [https://www.academia.edu/10914779/Strategi\\_Pengembangan\\_UMKM](https://www.academia.edu/10914779/Strategi_Pengembangan_UMKM). Diakses pada tanggal 20 November 2017 pukul 10.40 WIB.
- Hunger, David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Morris, M.J. 1984. *Kiat Sukses Mengembangkan Usaha Kecil*. Jakarta: Arcan.
- Muhammad, Suwarsono. 2013. *Strategi Pemerintah, Manajemen Organisasi Publik*. Jakarta: Erlangga.

- Prawirosentono, Suyadi dan Dewi Primasari. 2004. *Manajemen Strategik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Renstra Disperindagkop UMKM Banjarnegara 2014-2016.
- Robiyanto, Febra. 2004. *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Semarang: Studi Nusa.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. 2013. Yogyakarta: Pustaka Mahardika.
- Wilantara, Rio dan Susilawati. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.