

MODEL MANAJEMEN USAHA DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI BATIK TULIS LASEM KABUPATEN REMBANG

Muhammad Tahwin *)

Maslichan *)

Wulan Suryandani *)

Abstract

Management ability should be the activity that supports small and medium enterprises to be more effective and efficient in carrying out the enterprise in order to have high competitiveness. The problem occurred is there are many small and medium enterprises have poor management. The same problem also faced by Batik Tulis lasem industry, so the competitiveness of Batik Tulis Lasem industry is not optimal. This research aim is to obtain the proper enterprise management model as the effort to improve Batik Tulis Lasem competitiveness. Data analysis used is qualitative approach and SWOT analysis. The research result is the enterprise management model developed consists of production management, human resources management, marketing management and financing management. In implementing this enterprise management model is also developed criterion of enterprise performance measurement. The enterprise subjects have to carry out SWOT analysis for their enterprises, so the enterprises conditions and the competitor position this time can be identified.

Key words: competitiveness, enterprise management, small and medium enterprise, SWOT analysis.

Pendahuluan

Rembang merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang mempunyai komitmen tinggi terhadap pengembangan UKM. Salah satu produk unggulan UKM di Kabupaten Rembang adalah Batik Tulis Lasem. Hasil penelitian Mahmudi (2016)

*) *Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang*

mempertegas Batik Tulis Lasem merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Rembang. Tetapi dalam operasionalnya, Industri Batik Tulis Lasem mengalami banyak hambatan. Hasil penelitian Tahwin (2017) menemukan permasalahan yang dihadapi industri Batik Tulis Lasem adalah: belum mempunyai administrasi pengelolaan SDM, kompetensi SDM masih kurang, sistem kompensasi karyawan yang belum baik, pencatatan keuangan belum teratur, laporan keuangan belum disusun secara periodik, belum menggunakan teknik baru dalam produksi, belum mempunyai rencana usaha jangka menengah dan belum mempunyai visi dan misi usaha serta belum mempunyai struktur organisasi. Selanjutnya penelitian Tahwin (2017) juga menemukan penyebab munculnya permasalahan tersebut yaitu kurangnya kemampuan manajerial pemilik usaha. Dengan demikian secara umum kelemahan industri Batik Tulis Lasem salah satunya adalah kemampuan manajemen yang lemah. Kemampuan manajemen seharusnya menjadi penunjang kegiatan UKM menjadi lebih efektif dan efisien sehingga mempunyai daya saing yang tinggi. Permasalahan yang dihadapi industri Batik Tulis Lasem tersebut membuat daya saing produk Batik Tulis Lasem belum maksimal.

Berdasarkan pada lingkup permasalahan yang telah diuraikan, maka sangat tepat dilakukan kajian untuk menjawab permasalahan tersebut dengan merumuskan model manajemen yang bisa diaplikasikan pada industri Batik Tulis Lasem

Tinjauan Pustaka

Industri Batik Tulis Lasem

Berdasarkan hasil luaran penelitian Tahwin (2015) produk dari industri Batik Tulis Lasem adalah berupa kain batik (kain panjang, sarung, selendang dihan, penutup meja sembayang atau *table cover*). Batik Tulis Lasem mempunyai ciri khas Laseman terutama pada pewarnaannya yaitu warna merah dan warna soga. Motif Batik Tulis Lasem meliputi gringsing/gunung, ringgit/sisik, sekar jagad, latohan/dapur umum, parang menag/parang rusak, sido mukti, abang biru (bang biru), tiga negeri, empat negeri, kawong, pasiran, es teh, tumpal main, tumpal lereng, latar lereng, latar ireng, kricak/watu pecah dan lainnya

Daya Saing

Menurut Buckley (Lantu, 2016), daya saing dianggap sebagai proses yang berkelanjutan, tidak hanya kinerja yang dihasilkan, tetapi juga proses untuk melakukannya. Tambunan (2008) menyusun suatu kerangka pikir mengenai daya saing sebuah perusahaan dan faktor-faktor penentunya yang tercermin dari daya saing produk yang dihasilkan dan

dicirikan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal tersebut mencakup (1) keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, (2) keahlian pengusaha, (3) ketersediaan atau akses ke modal, (4) sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), (5) ketersediaan atau penguasaan teknologi, (6) ketersediaan atau penguasaan informasi, dan (7) ketersediaan atau penguasaan/akses input-input lainnya.

Manajemen UKM

Pada fase operasional UKM menjalankan empat bidang manajemen fungsional UKM yaitu manajemen pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan manajemen keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Bismala dan Susi (2014) bahwa dalam mengembangkan UKM maka model manajemen yang dikembangkan mengadopsi fungsi perusahaan yaitu manajemen produksi, manajemen SDM, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan.

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan penetapan konsep produk, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa yang memungkinkan terjadinya pertukaran untuk memenuhi tujuan individu dan organisasi (Badrudin, 2015). Selanjutnya Sari (2017) menjelaskan kendala yang dihadapi UKM dalam pemasaran diantaranya adalah kesesuaian dengan segmen *market*.

Manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien untuk menciptakan serta menambah kegunaan suatu barang dan jasa (Badrudin, 2015). Sementara itu hambatan dalam manajemen produksi UKM adalah terbatasnya pengetahuan, hambatan untuk pemasaran ekspor berupa kualitas karena membuat produk yang homogen itu tidak mudah (Sari, 2017).

Manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan merencanakan, mengarahkan, dan mengkoordinasikan semua pekerjaan yang menyangkut pegawai, mencari pegawai, berlatih atau mengorganisasikan dan melayani mereka (Badrudin, 2015). Menurut Sari (2017) aspek manajemen SDM yang perlu diperhatikan untuk para UKM adalah tingkat pendidikan karyawan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Supardal, dkk (2013) bahwa dalam pengembangan UKM dikategorikan dalam 3 macam penguatan yaitu penguatan manajemen produksi, penguatan manajemen sumber daya manusia dan penguatan manajemen pemasaran.

Manajemen keuangan berhubungan dengan tanggung jawab pengumpulan, penggunaan, maupun pengelolaan dana perusahaan/organisasi secara efisien (Badrudin,

2015). Menurut Sari (2017) kendala yang dihadapi UKM dalam manajemen keuangan yaitu sulitnya mengatur keuangan karena terbatasnya pengetahuan UKM.

Menurut Amalia (2012), kemampuan manajemen dalam perusahaan juga dipengaruhi faktor eksternal yaitu kondisi sosial ekonomi, teknologi, pembeli dan pesaing. Kondisi sosial dan ekonomi terkait dengan nilai-nilai sosial dan ekonomi yang berlaku di masyarakat. Teknologi merupakan teknologi yang mendukung dalam proses kegiatan menghasilkan barang yang berkualitas. Pembeli merupakan konsumen yang menukarkan sumber daya yang dimiliki yaitu uang dengan produk. Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan (Fuad; 2009). Selain itu untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil dan menengah maka manajemen perusahaan harus dikembangkan dengan kriteria pengukuran kinerja yang dapat diadopsi dan diaplikasikan secara praktis (Bismala, 2016).

Metode Penelitian

Definsi Konsep

1) Faktor Internal

- a) Pemasaran, merupakan kegiatan perencanaan, menentukan promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dihasilkan UKM Batik Tulis Lasem.
- b) Produksi, merupakan kegiatan UKM Batik Tulis Lasem untuk menambah nilai guna atau menciptakan produk sehingga lebih bermanfaat.
- c) Sumber daya manusia, adalah tenaga kerja dalam kegiatan usaha pada UKM Batik Tulis Lasem.
- d) Keuangan, terkait dengan permodalan dan pencatatan atau pembukuan keuangan yang dilakukan oleh UKM Batik Tulis Lasem.

2) Faktor Eksternal

- a) Kondisi sosial dan ekonomi, merupakan keadaan sosial dan ekonomi masyarakat Rembang yang dapat mempengaruhi usaha Batik Tulis Lasem.
- b) Teknologi, merupakan teknologi yang membantu UKM Batik Tulis Lasem dalam proses produksi.
- c) Pembeli, adalah setiap orang pemakai produk dari UKM Batik Tulis Lasem baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak diperdagangkan.
- d) Pesaing, merupakan pihak luar yang mempunyai usaha sejenis yaitu produsen batik cap/printing maupun batik tulis dari kota lain

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan kuisioner, FGD dan wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha Batik Tulis Lasem. Kriteria sampel yang digunakan adalah pengusaha yang selama empat tahun (2013-2017) telah menjadi responden dalam penelitian sebelumnya yaitu sebanyak 45 pengusaha.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2008) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi dengan membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Dalam analisis SWOT terlebih dahulu diawali dengan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan manajemen (produksi, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran) untuk memperoleh gambaran kegiatan manajemen industri Batik Tulis Lasem.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dilakukan perancangan model manajemen UKM yang akan diaplikasikan oleh pelaku UKM untuk meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Lasem. Model tersebut mengadopsikan konsep manajemen yang terdiri dari manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen keuangan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan identifikasi dan analisis terhadap faktor internal dan eksternal maka disusun Matrik SWOT (Tabel 1). Matrik SWOT tersebut untuk menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri Batik Tulis Lasem.

Tabel 1. Matrik SWOT Industri Batik Tulis Lasem

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Layout</i> produk teratur 2) Kemudahan bahan baku cukup 3) Kontrol persediaan dan kualitas bahan baku 4) Kontrol kualitas hasil produksi 5) Produktivitas tinggi 6) Tenaga kerja murah 7) Ketrampilan tenaga kerja baik 8) Spesialisasi tenaga kerja 9) Evaluasi hasil pekerjaan 10) Pelatihan pemilik dan tenaga kerja 11) Modal usaha merupakan modal sendiri 12) Pemasaran mencakup domestik dan ekspor 13) Pemasaran menggunakan sosmed 14) Kegiatan promosi 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Bahan baku berasal dari luar kota 2) Belum mempunyai standar waktu pekerjaan 3) Belum melakukan inovasi produk 4) Kurangnya pelatihan pemilik tenaga kerja dalam desain dan pewarnaan 5) Belum terdapat dokumen deskripsi pekerjaan 6) Tingkat pendidikan tenaga kerja rendah 7) Belum mempunyai struktur organisasi 8) Laporan keuangan belum tersusun secara baik 9) Keterbatasan modal 10) Pemasaran belum optimal 11) Belum mempunyai tenaga pemasaran
<p>Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dukungan masyarakat terhadap usaha 2) Dukungan Kebijakan pemerintah 3) Program pembinaan dan peralatan dari pemerintah 4) Konsumen semua lapisan masyarakat 5) Pelayanan yang baik terhadap pembeli 6) Mengganti produk cacat 7) Diskon atau potongan harga 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memanfaatkan program pembinaan/pelatihan untuk melakukan inovasi 2) Meningkatkan keterampilan tenaga kerja untuk kualitas produk 3) Mengembangkan inovasi produk untuk memperkuat posisi 4) Memanfaatkan fasilitas pinjaman bunga lunak untuk pengembangan usaha 5) Meningkatkan citra merek 6) Meningkatkan kualitas pelayanan 7) Mengembangkan media promosi 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas pelatihan pemilik dan tenaga kerja. 2) Mengembangkan inovasi produk untuk memperkuat posisi 3) Penyusunan administrasi dan keuangan 4) Penyusunan struktur organisasi 5) Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi 6) Memperhatikan/memenuhi keinginan konsumen 7) Melakukan sistem kompensasi berbasis kinerja
<p>Ancaman (<i>Treaths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Penjualan dipengaruhi tingkat pendapatan masyarakat 2) Upah mempengaruhi biaya produksi 3) Harga bahan baku dipengaruhi harga BBM 4) Teknologi tradisional/ sederhana 5) Keterampilan membuat secara turun temurun 6) Usaha sejenis dalam satu wilayah sebagai pesaing 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Menjalin kerjasama dengan pemasok 2) Inovasi desain, motif dan corak yang menarik 3) Efisiensi biaya untuk meningkatkan produksi 4) Meningkatkan promosi untuk luar daerah. 5) Meningkatkan peran koperasi dan memikirkan penyaluran yang efisien 6) Membentuk proteksi produk lokal 7) Memperkuat/menonjolkan ciri khas kedaerahan 8) Memberikan pemahaman bahwa UKM merupakan sektor yang 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memanfaatkan fasilitas pinjaman untuk pengembangan usaha 2) Meningkatkan saluran distribusi 3) Melakukan <i>outsourcing</i> penjualan. 4) Meningkatkan ketrampilan tenaga kerja. 5) Mempertahankan ciri khas kedaerahan 6) Membuat kemasan yang inovatif dengan merek khas 7) Memperkenalkan wilayah usaha dengan kluster produk 8) Memberikan motivasi yang dapat meningkatkan semangat kerja 9) Mencari sumber energi alternatif untuk mengatasi meningkatnya harga BBM.

	menjanjikan jika dikelola dengan baik 9) Memberikan pemodal dengan bunga rendah.	
--	---	--

Berdasarkan matrik SWOT Industri Batik Tulis Lasem, maka disusun strategi manajemen sebagaimana dalam konsep manajemen yang mencakup manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen keuangan.

1) Strategi Manajemen produksi Berdasar Analisis SWOT

- a) Strategi S-O, adalah memanfaatkan program pembinaan/pelatihan untuk melakukan inovasi
- b) Strategi W-O, adalah mengembangkan inovasi produk untuk memperkuat posisi
- c) Strategi S-T, adalah menjalin kerjasama dengan pemasok, inovasi (desain, motif dan corak yang menarik), efisiensi biaya untuk meningkatkan produksi, membentuk proteksi produk local serta memperkuat/menonjolkan ciri khas kedaerahan
- d) Strategi W-T, adalah mempertahankan ciri khas kedaerahan, membuat kemasan yang inovatif dengan merek khas, mencari sumber energi alternatif untuk mengatasi meningkatnya harga BBM

2) Strategi Manajemen Keuangan Berdasar Analisis SWOT

- a) Strategi S-O, adalah memanfaatkan fasilitas pinjaman bunga lunak untuk pengembangan usaha.
- b) Strategi W-O, adalah penyusunan administrasi dan keuangan
- c) Strategi S-T, adalah meningkatkan peran koperasi dan memikirkan penyaluran yang efisien dan memberikan pemodal dengan bunga rendah.
- d) Strategi W-T, adalah memanfaatkan fasilitas pinjaman untuk pengembangan usaha

3) Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Berdasar Analisis SWOT

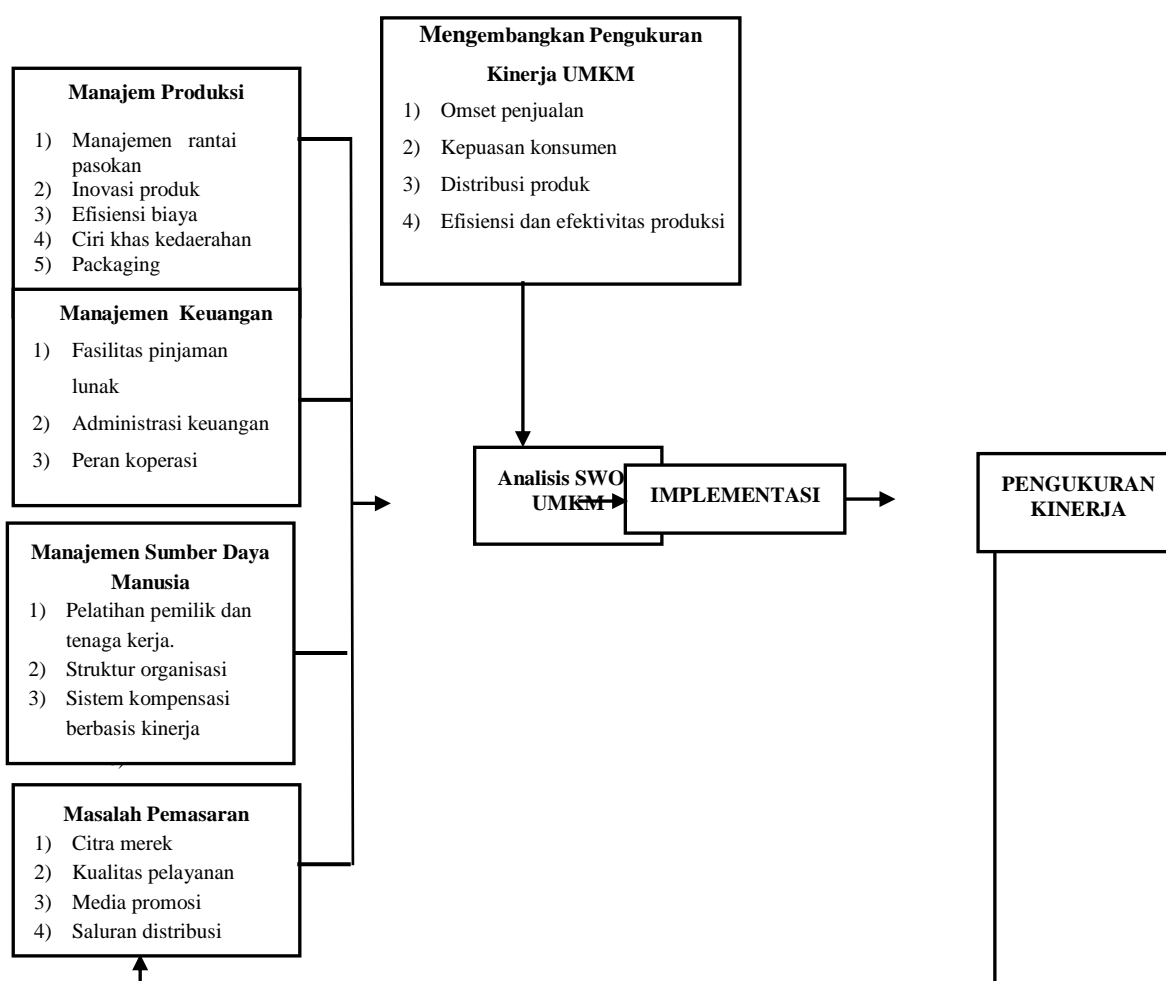
- a) Strategi S-O, adalah meningkatkan keterampilan tenaga kerja untuk kualitas produk
- b) Strategi W-O, adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas pelatihan pemilik dan tenaga kerja, penyusunan struktur organisasi serta melakukan sistem kompensasi berbasis kinerja.
- c) Strategi S-T, adalah memberikan pemahaman bahwa UKM merupakan sector yang menjanjikan jika dikelola dengan baik
- d) Strategi W-T, adalah memberikan motivasi yang dapat meningkatkan semangat kerja serta meningkatkan ketrampilan tenaga kerja.

4) Strategi Manajemen Pemasaran Berdasar Analisis SWOT

- a) Strategi S-O, adalah meningkatkan citra merek, meningkatkan kualitas pelayanan serta mengembangkan media promosi
- b) Strategi W-O, adalah meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi serta memperhatikan/memenuhi keinginan konsumen
- c) Strategi S-T, adalah meningkatkan promosi untuk luar daerah.
- d) Strategi W-T, adalah meningkatkan saluran distribusi, melakukan *outsourcing* penjualan dan memperkenalkan wilayah usaha dengan kluster.

Model Manajemen Usaha Industri Batik Tulis Lasem

Berdasarkan strategi manajemen dalam analisis SWOT, dirancang model manajemen usaha untuk meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Lasem. Model tersebut mengadopsi pada model yang telah dikembangkan Bismala (2016) dengan modifikasi sesuai dengan analisis yang telah dilakukan. Adapun model manajemen usaha tersebut digambarkan sebagaimana Gambar 1.



Gambar 1. Model Manajemen Usaha

Berdasar Gambar 1, maka model manajemen usaha dalam meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Lasem dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Manajemen Produksi

Dalam manajemen produksi, industri Batik Tulis Lasem harus memperhatikan dan memperbaiki manajemen rantai pasokan, melakukan aktivitas inovasi untuk pengembangan produk, melaksanakan efisiensi biaya produksi, mempertahankan ciri khas kedaerahan serta merancang kemasan produknya tidak hanya sebagai wadah wadah atau pelindung tetapi juga menjadi alat jual yang memberikan dan menciptakan penguatan citra kepada kain batik yang dijualnya.

2) Manajemen Keuangan

Sebagai upaya meningkatkan daya saingnya dari sisi manajemen keuangan maka industri Batik Tulis Lasem harus mulai memanfaatkan pinjaman lunak dari berbagai lembaga keuangan, menyusun administrasi keuangan (administrasi hutang-piutang, administrasi persediaan, administrasi kas maupun administrasi penggajian), serta meningkatkan peran koperasi.

3) Manajemen sumber daya manusia

Dari sisi manajemen sumber daya manusia, untuk meningkatkan daya saingnya industri Batik Tulis Lasem harus melaksanakan ataupun mengikuti pelatihan pemilik dan tenaga kerja, membuat atau menyusun struktur organisasi yang jelas, serta memberikan kompensasi yang berbasis pada kinerja.

4) Manajemen pemasaran

Dalam manajemen pemasaran, untuk meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Lasem, pengrajin batik sudah mulai menerapkan strategi penguatan citra merek, meningkatkan kualitas pelayanannya serta melakukan kegiatan promosi melalui iklan radio, menyebarkan selebaran atau brosur, pemasangan banner, memanfaatkan publisitas, memberikan diskon (potongan harga), memanfaatkan sosial media, serta menggunakan melakukan pola distribusi langsung dan tidak langsung.

Untuk meningkatkan daya saingnya, maka setiap pelaku usaha Batik Tulis Lasem juga perlu melakukan analisis SWOT terhadap usahanya. Dengan melakukan analisis SWOT maka pelaku usaha Batik Tulis Lasem dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menghadapi persaingan usaha. Pelaku usaha harus mulai berorientasi untuk melakukan ekspansi pasar.

Selain itu pelaku usaha batik Tulis lasem juga harus melakukan pengukuran kinerja

usahanya. Beberapa kriteria yang dapat dijadikan indikator pengukuran kinerja usaha adalah (Bismala, 2016): omset penjualan, kepuasan konsumen, distribusi produk serta efisiensi dan efektivitas produksi

Simpulan dan Saran

Simpulan

Model manajemen usaha yang dikembangkan adalah berdasarkan konsep manajemen yang terdiri dari manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen keuangan. Dalam implementasinya model manajemen usaha tersebut juga dikembangkan kriteria pengukuran kinerja usaha. Dengan melakukan pengukuran kinerja maka pelaku usaha dapat mengetahui perkembangan usahanya dan melakukan evaluasi. Pelaku usaha juga harus melakukan analisis SWOT usahanya masing-masing sehingga mampu mengidentifikasi keadaan usahanya saat ini serta posisi pesaing.

Saran

Diperlukan koordinasi dan kerja sama dari berbagai instansi baik pemerintah dan swasta serta perguruan tinggi untuk melaksanakan program-program dalam upaya meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Lasem.

Daftar Pustaka

- Amalia, A., Hidayat, W dan Budiarmo, A. 2012. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi. Retrieved from Ejournal –S1.undip.ac.id
- Bismala, L dan Handayani, S. 2014. Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. *Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM*.
- Badrudin. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Bismala, L. 2016. Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (5) 1.
- Fuad, M. Christine H. Nurlala. Sugiarto. Paulus. 2009. *Pengantar Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Jakarta.

- Liong, Kwan Hwie, 2006. Revitalisasi Budaya dan Usaha Kecil Batik Lasem, *Makalah Lokakarya*, 21 September 2006 di Rembang.
- Liong, Kwan Hwie, 2007. Batik Lasem: Refleksi Sejarah, Dimensi Multikultur dan Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan di Kab. Rembang, Prop. Jateng, *Majalah KANURI*, (1) 1, hal. 45-52.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F dan Ghazali, A. 2016. Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*,(15) 1, hal. 77-93.
- Mahmudi, A.A dan Muhamamad, T. 2016. Penentuan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Kombinasi Metode AHP dan TOPSIS (Studi Kasus Kabupaten Rembang). *Jurnal Informatika*, (2) 2.
- Puryono, D.A dan Kurniawan, S.Y. 2017. Penerapan Model Green Supply Chain Management Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Batik Bakaran. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, (9) 3.
- Rangkuti, F. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmana, R., Yani, I dan Rienna, O. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri* (13) 1, hal 14-21.
- Susilo, Y., Sri. 2012. Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MES. *Buletin Ekonomi*.
- Supardal., Utami, S dan Winarti, S.E. 2013. Manajemen UKM Berbasis Jejaring Produk Sejenis Dalam Rangka Menghadapi Pasar Global. *Jurnal Siasat Bisnis*, (17) 2.
- Sari, T.M. 2017. *Manajemen Strategi Pemerintahan Dinas Perindustrian Dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada UKM Industri Kerajinan Tapis di Bandar Lampung)*. Tesis. Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Bandar Lampung.
- Tambunan, T. T. H. (2008). *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2008.
- Tahwin, M dan Dewi, D. A.L. 2015. *Supply Chain Sebagai Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah*. Laporan Akhir Penelitian Hibah Bersaing Tahun Pertama. LPPM. STIE 'YPPI' Rembang. Tidak dipublikasikan.

- Tahwin, M dan Dewi, D.A.L. 2015. Supply Chain Sebagai Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah. *Prosiding. The^{2nd} University Research colloquium 2015*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Tahwin, M dan Kusumaningsih, N. 2017. Model Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Menggunakan The Dream House Model (Studi Kasus Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang). *Buletin Bisnis Manajemen*, (04) 1.
- Wahyuni, H.C., Hartati, V dan Astuti, M. 2016. Model Adopsi Teknologi Dalam Rangka Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Sidoarjo.