

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN LIMBAH KORAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Dita Eka Pertiwi Sirait

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
ditaekapertiwi@unimed.ac.id

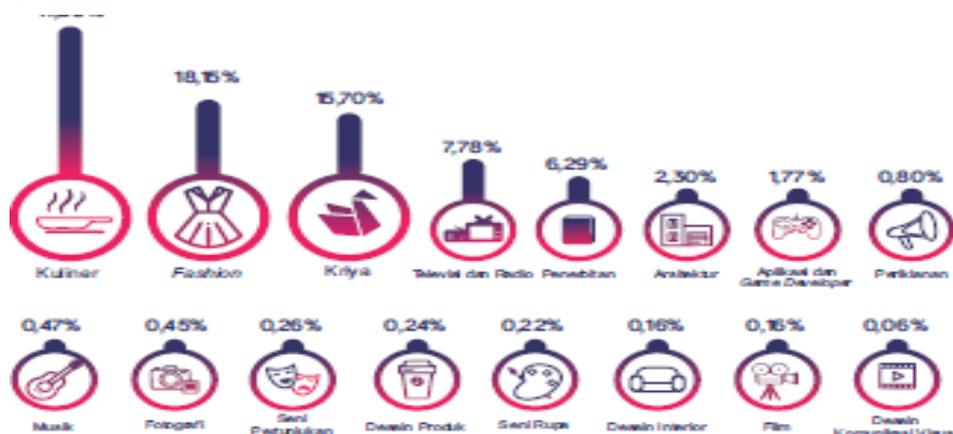
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, serta untuk mengetahui strategi pengembangan usaha industri kerajinan limbah koran J.art di Kota Medan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara yang dilakukan kepada dua pihak yaitu pihak internal (pemilik usaha) dan pihak eksternal (konsumen). Sedangkan, data sekunder diperoleh dari studi literatur. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang merupakan kekuatan (strength) yaitu: bahan baku yang sangat mudah didapat, kualitas bahan baku yang baik, harga bahan baku yang sangat murah, Produk memiliki keunikan yang tinggi, pengrajin memiliki jiwa bisnis dan keterampilan yang tinggi, harga produk yang relatif terjangkau sedangkan faktor internal yang merupakan kelemahan (weakness) dari bisnis ini yaitu: belum memiliki pencatatan keuangan, alat produksi tradisional, penataan produk yang belum tertata rapi, belum memiliki hak paten, promosi belum efisien, belum memiliki tempat khusus usaha, dan belum ada tempat parkir. Faktor eksternal yang merupakan peluang (opportunity) meliputi: peluang pasar yang tinggi, dukungan pemerintah, kesempatan mengikuti pelatihan, kesempatan mengikuti pameran sedangkan yang merupakan ancaman (threats) yaitu: Barang substitusi berbahan baku plastik, Adanya kemungkinan pesaing yang meniru design produk. Berdasarkan diagram SWOT, maka strategi yang terpilih adalah kombinasi SO yaitu: 1) Mempertahankan kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan limbah koran dengan design baru. 2) Tetap bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan.

Kata Kunci: SWOT, Limbah Koran, Strategi Pengembangan

Pendahuluan

Industri Kerajinan merupakan salah satu subsektor yang terdapat dalam industri kreatif. Industri Kreatif yaitu industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu (Departemen Perdagangan: 2009)



Sumber: Hasil survei Ekonomi Kreatif, 2017

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa industri kerajinan (kriya) menyumbang 15,70% dalam kontribusi PDB Ekonomi kreatif di Indonesia. Angka tersebut diharapkan akan

terus mengalami kenaikan pada tahun berikutnya. Industri kerajinan yang terdapat di Indonesia juga sudah sangat banyak variasinya, salah satunya usaha kreatif tersebut adalah J. Art. J-Art merupakan salah satu IKM yang berada di kota Medan berlokasi di Jalan Umar Gg Karsidi No 70 Glugur Darat 1 Medan Timur yang memproduksi miniatur pakaian adat Sumatera Utara berbahan dasar 100 persen koran. Beberapa masalah yang dihadapi oleh usaha ini yaitu: sulitnya merekrut karyawan yang bertalenta, sulitnya mendapatkan pelanggan, dan juga arus kas atau pembuan yang tidak maksimal.

Menjalankan suatu usaha tentu mempunyai tujuan agar tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan dan pendapatan diharapkan selalu meningkat, hal ini tidak terlepas dari pentingnya peran strategi bisnis yang diterapkan oleh usaha termasuk industri kerajinan Koran J.Art. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian strategi pengembangan usaha agar usaha kerajinan koran dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi. Dalam pengembangan usaha diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha kerajinan koran bekas ini.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2019. Tempat penelitian adalah usaha rumah tangga kerajinan koran yang berlokasi di glugur darat 1 medan timur kota medan

Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan pada usaha kerajinan koran yang ada di kota Medan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa data faktor-faktor internal (kekuatan – kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman) dari usaha Kerajinan Koran J. Art. Data sekunder di peroleh dari studi literatur yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam studi kasus.

Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel dan di analisis secara deskriptif. Pengumpulan seluruh data yang diperlukan untuk studi kasus pada usaha kerajinan koran J.Art di Kota Medan yang menggunakan beberapa cara yaitu:

1. Wawancara. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan wawancara langsung kepada responden yaitu pemilik usaha kerajinan koran J.Art berdasarkan pertanyaan yang telah dipersiapkan
2. Studi literatur dan kepustakaan. Studi literatur dan kepustakaan dilakukan melalui studi pustaka berbagai jurnal ilmiah dan skripsi, artikel-artikel yang relevan, serta sumber lain yang mendukung data sekunder.

Pengukuran Variabel

Faktor Internal

Faktor dalam adalah faktor yang secara teknis dan logis harus dapat dikendalikan, faktor ini juga bisa merupakan kelemahan. Faktor ini diantaranya:

1. Produksi meliputi: Mesin dan tenaga kerja (Sumber Daya Manusia)
2. Pemasaran meliputi: Produk, Harga produk, Lokasi penjualan, Promosi
3. Keuangan meliputi: Pembukuan

Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah semua faktor dari luar yang relatif sulit dikendalikan. Faktor ini dapat merupakan peluang, tetapi sekaligus juga ancaman yaitu: pesaing, minat generasi penerus, dukungan pemerintah

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Metode penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan dalam industri kerajinan koran J.Art berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

Analisis SWOT

Analisis ini mencakup faktor intern perusahaan. Dimana nantinya akan menghasilkan profil perusahaan sekaligus memahami dan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan organisasi. Kelemahan dan kekuatan ini kemudian dibandingkan dengan ancaman ekstren dan peluang sebagai dasar untuk menghasilkan opsi atau alternatif strategi lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Tempat Penelitian

Sejarah Berdirinya Usaha Industri Kerajinan Koran J. Art

Berawal dari sekadar iseng menyalurkan hobi, ternyata bisa menambah sumber penghasilan keluarga. Bagaimana tidak, dengan sentuhan seni dan kreativitas daur ulang koran mampu menghasilkan produk bernilai ekonomis dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga mampu membuat orang terpesona dan ingin memilikinya.

Bapak Faisal Walad yang menekuni bidang kerajinan yang mengolah Koran bekas menjadi miniature dan souvenir pakaian adat dengan mengangkat tema kebudayaan lokal dengan nama industri “Gallery J-Art”. Latar belakang industri ini berdiri karena terinspirasi dari anaknya yang bernama Jihan yang suka dengan kegiatan seni rupa dan seni lukis. Kemudian setelah melihat kemampuan dari anaknya, dia mendapatkan inspirasi bahwa seni rupa yang dilakukan anaknya dapat dikembangkan dengan bahan yang sama, namun dalam bentuk yang berbeda dengan memiliki nilai tambah kreasi dan menghasilkan nilai jual yang tinggi. Bermula produk awal yang dihasilkan yaitu boneka afrika kemudian kreator ini terus bereksperimen dan berinovasi dalam bentuk kebudayaan lokal. Seorang kreator ini hanya belajar otodidak, tidak mengikuti pelatihan dan pendidikan khusus.

Pengrajin sekaligus pemilik IKM ini memanfaatkan kertas koran bekas menjadi miniatur-miniatur serta souvenir dengan tema kebudayaan di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan fenomena yang terjadi bahwa kebanyakan orang hanya memanfaatkan Koran bekas menjadi tas dan vas bunga. Namun, kreator ini memiliki inovasi dan kreativitas dalam memanfaatkan Koran bekas untuk dijadikan miniature serta souvenir-souvenir dengan mengangkat tema kebudayaan nusantara Indonesia. Hal ini membuat J-Art sedikit memiliki perbedaan dengan IKM pengrajin lainnya.

Usaha kerajinan koran J.Art selalu aktif mengikuti berbagai pameran diantaranya:

1. Mengikuti pameran di PRSU (Pekan Raya Sumatera Utara)
2. Pameran seni di Bali Pada tahun 2019
3. Dan masih banyak lagi, dapat diketahui pada saat ini juga J.Art sudah dikenal dan sering masuk ke TV Nasional.

Berdasarkan hasil mengikuti pameran tersebut, usaha Kerajinan Koran di J.Art dapat melebarkan pangsa pasar. Untuk pasar lokal terdapat di daerah kota Medan yang membeli Miniatur pakaian adat. Sedangkan untuk pasar ekspor juga kebanyakan tentang pakaian adat Indonesia.

Produk yang Dihasilkan

Produk kerajinan koran yang dihasilkan oleh para pengrajin bervariasi, namun beberapa jenis kerajinan yang rutin dan secara teratur dibuat oleh pengrajin terdiri dari 2 macam yaitu souvenir dan miniatur. 1) Souvenir tersebut berupa: Gantungan kunci, kalung, dan tetengkoreng. 2) Miniatur: pakaian adat

Struktur Organisasi dan Tenaga Kerja

Industri kerajinan koran J.Art kota Medan merupakan industri rumah tangga yang tidak memiliki tenaga kerja seperti yang kami ketahui ketika membuat kerajinannya tidak ada tenaga kerja. Yang mengerjakan hanya pemilik dan juga sang istri

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor Internal

1. Bahan Baku; Bahan baku yang digunakan oleh J-Art adalah Koran bekas yang dijadikan sebagai bahan dasar utama dalam pembuatan miniature dan lidi pohon kelapa yang dijadikan sebagai bahan pelengkap dari miniature.
2. Standart Dan Kualitas Bahan Baku; Standart dan kualitas bahan baku yang dibuat oleh J-Art sangat dijaga dikarenakan bahan baku tersebut tidak hanya sedikit untuk dijadikan miniature. Satu miniature dibuat dengan 3 lembar koran bekas agar miniature tersebut padat dan terjaga kualitasnya. Dan kualitas tersebut dapat dilihat dari 100% Koran tanpa bahan utama lainnya. Namun Kualitas produk yang sangat baik tersebut belum dilengkapi dengan hak paten yang melekat pada produk tersebut.
3. Keterampilan Dan Jiwa Bisnis Pengrajin; Keterampilan dan Jiwa Bisnis Owner J-Art ini dilakukan dengan berlatih otodidak untuk merangkai koran-koran bekas menjadi bentuk miniature dan kemudian pemilik J-Art belajar dari aplikasi Pinterest yang melihat pembuatan boneka dari kertas. Kemudian pemilik J-art tersebut berlatih dan menghasilkan model miniature perdana dengan kostum Afrika yang memiliki tinggi 32 cm. Dan pemilik J-art tersebut mendapat ide untuk membuat miniature berpakaian adat tradisional. Pembuatan miniature dilakukan karena sebagai hobinya. Dan ketika owner membuat satu miniature tersebut ternyata disukai oleh saudara owner dan berusaha membantu mempromosikan produk tersebut dan nyatanya banyak yang menyukai produk tersebut.
4. Keunikan Produk; Keunikan Produk J-Art ini adalah produk ini dibuat dengan menggunakan koran bekas, yang koran bekas pada hakikatnya hanya menjadi sampah. Namun, J-Art mendaur ulang produk tersebut menjadi sebuah miniature yang unik. Miniatur yang bukan hanya sekedar miniature, namun juga menerapkan Budaya yaitu dengan membuat miniature berupa pakaian adat. Yang pada hakikatnya sudah banyak dilupakan pada saat sekarang. Dan sangat banyak orang memperdulikan akan budaya Indonesia. Sehingga Keunikan produk J-Art ini dapat menerapkan miniature berbasis budaya Indonesia. Agar kita dapat terus bahwa kreatifitas tentang budaya juga dapat disalurkan melalui miniature. Dengan adanya miniature pakaian adat ini digunakan untuk melestarikan kebudayaan yang ada di Sumatera.
5. Ketersediaan Tenaga Kerja; Salah satu faktor yang menjadi kendala dalam bisnis ini adalah masalah ketersediaan tenaga kerja yang mampu membantu dalam memproduksi produk ini. Hal tersebut dikarenakan produk ini membutuhkan keahlian dalam seni rupa dan kreatifitas yang tinggi dalam proses pembuatannya.
6. Penentuan Harga Jual Produk; Penentuan Harga Jual produk J-Art dibanderol dengan harga Rp 200.000 hingga Rp 350.000. J-Art Juga ditawarkan dengan produk Pain Stone mulai Rp 100.000 gambarnya tergantung permintaan konsumen.

7. Ketahanan Dan Kualitas Produk; Ketahanan dari produk ini bertahan lama dikarenakan pembuatannya benar-benar diproses secara benar dan dibuat dengan 100% Koran dan dibuat selama 2 hari dalam satu miniature. Ketahanan juga bertahan lama dikarenakan lembaran koran digulung padat dan berongga. Lidi yang digunakan dalam proses pembuatan juga tidak sembarangan. Lidi tersebut diambil dari pohon kelapa yang basah dan dari kelapa kuning yang bagus dan tahan. Sehingga miniature tersebut tahan lama dan memiliki kualitas yang bagus.
8. Pencatatan Keuangan; Pencatatan Keuangan dilakukan oleh owner itu sendiri, setiap pengeluaran dan pemasukan dicatat dalam sebuah buku keuangan. Setiap saat pemilik J-Art tersebut mengecek dari hasil usaha miniature yang dibuatnya.
9. Proses Produksi; Dalam proses produksi sepasang miniature pakaian adat dari koran bekas ini dibutuhkan dalam waktu 2 hari. Pembuatan satu miniature dapat menghabiskan tiga lembar koran bekas. Lembaran koran digulung padat dan berongga. Untuk rangka, gulungan berongga di isi lidi, tapi lidi yang basah, Kelapa kuning bagus dan lebih tahan. Kemudian lidi dimasukkan kedalam gulungan rongga sehingga tangan boneka masih bias digerakkan. Dengan menggunakan lidi akan tahan lama dan juga dengan menggunakan lidi basah akan tidak mudah patah. Dan kemudian dibentuk menjadi suatu miniature pakaian adat.
10. Kenyamanan Tempat Usaha; Kenyamanan tempat usaha J-Art ini juga terbilang sangat aman dikarenakan usahanya berada disekitaran rumah warga. Tidak berada dalam pinggiran pasar. Melainkan masuk kedalam perkampungan.
11. Metode Promosi; Metode Promosi yang dilakukan J-Art adalah dengan mengikuti pameran-pameran UKM/Kerajinan dengan bergabung dengan UKM Dinas Koperasi Kota Medan sebagai wadah sekaligus tempat promosi yang gratis.

Faktor Eksternal

1. Peluang Pasar; Peluang Pasar J-Art sangat terbuka lebar dikarenakan banyaknya partisipasi pihak pemerintah untuk mengembangkan usaha J-Art ini dan juga disertai banyaknya pameran yang diikuti oleh J-Art. Peluang ini juga dimanfaatkan J-Art didalam pameran itu dikarenakan banyaknya peminat yang suka mengoleksi barang-barang yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Terutama jika dalam pameran beberapa orang akan membeli miniature ini berdasarkan daerahnya masing-masing. Peluang ini tidak akan dibiarkan oleh pemilik J-Art tersebut, Pemilik J-Art tersebut pun menjelaskan keunggulan produk yang ia miliki untuk diminati oleh masyarakat karena keunikannya yang terbuat dari koran bekas.
2. Dukungan Pemerintah; Usaha dari J-Art ini didukung oleh pemerintah yaitu dengan dukungan Dinas Koperasi Kota Medan, yang merupakan wadah sekaligus tempat promosi yang gratis dan J-Art juga bekerjasama dengan IKM Pemko Medan. J-Art pun menjalin kerjasama dengan HUB Market Kualanamu oleh-oleh Nusantara Terbesar di Kota Medan.
3. Adanya Pesaing; Ancaman dari pesaing yang mungkin muncul terhadap usaha ini yaitu kemungkinan peniruan *design* produk yang dilakukan oleh pesaing terutama untuk produk-produk unggulan khas j. art seperti miniature pakaian adat. J. Art merupakan satu-satunya usaha kerajinan limbah koran yang mampu memproduksi kreasi miniatur rumah adat yang ada di Indonesia hingga saat ini. Namun demikian, kemungkinan *design* produk ini ditiru oleh pesaing dapat saja terjadi seiring dengan semakin dikenalnya produk ini di kalangan masyarakat.
4. Minat Generasi Penerus; Generasi penerus dalam J-Art ini akan terus dikembangkan oleh anaknya yang bernama Jihan. Jihan Juga memiliki kreatifitas yang sama seperti ayahnya. Sehingga yang diharapkan oleh pemilik J-Art ini adalah usahanya dapat

diteruskan oleh anaknya. Dan pemilik ini juga menginginkan bahwa penerus dari usahanya dapat lebih bias mengembangkan usahanya dibandingkan dengan dirinya. Agar usaha yang dirintisnya dari kecil akan terus berkembang dan menjadi lebih dikenal oleh seluruh masyarakat.

Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan J-Art Miniatur Pakaian Adat

Hasil Evaluasi Lingkungan Internal (IFAS) dan Hasil Evaluasi Lingkungan Eksternal (EFAS)

Setelah dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha kerajinan Miniatur pakaian adat (J-Art). Maka selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor tersebut baik dari kekuatan dan kelemahan yang ada dengan menggunakan Analisis Internal Faktor Strategi (IFAS), dan faktor-faktor peluang dan ancaman yang ada dengan menggunakan Analisis Eksternal Faktor Strategi (EFAS).

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa faktor strategis internal memiliki kekuatan yang sangat besar. sedangkan faktor strategis internal memiliki kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan. Hal ini berarti industri kerajinan koran J.Art memiliki peluang yang lebih besar untuk mengantisipasi ancaman dalam menentukan strategi pengembangannya.

Pendekatan SWOT

Untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang serta meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman yang ada adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO
 - a. Mempertahankan kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan koran dengan design baru.
 - b. Tetap bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan.
2. Strategi WO; Mempertahankan kesetiaan dan minat konsumen dengan memperbaiki sarana penunjang, tata kelola produk, mengurus Hak Paten Produk untuk mengantisipasi munculnya pesaing yang akan meniru produk ini serta bekerja sama dengan lembaga pendidikan yang menghasilkan lulusan di bidang seni rupa untuk bisa mendapatkan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam bisnis ini.
3. Strategi ST
 - a. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk untuk menghadapi persaingan yang ada terutama produk-produk dengan bahan baku plastik.
 - b. Meningkatkan kualitas teknologi dari teknologi sederhana menjadi teknologi modern.
 - c. Melatih dan memberikan bimbingan kepada generasi muda agar tingkat kesulitan dapat dihadapi oleh generasi muda sehingga dapat mewarisi budaya membuat kerajinan Koran bekas
4. Strategi WT; Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk melatih dan membimbing generasi muda melalui pelatihan pembuatan produk kerajinan limbah koran dan memperluas jaringan pemasaran. Posisi usaha kerajinan koran J.Art di kota Medan dalam analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha ini berada pada kuadran I (satu). Artinya strategi yang tepat untuk digunakan dalam usaha kerajinan koran J.Art kota Medan adalah strategi SO yaitu dengan upaya memaksimalkan kekuatan dan

memanfaatkan peluang, dengan tetap meninjau atau memperhatikan tiga strategi lainnya yaitu strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

PENUTUP

Simpulan

1. Faktor internal meliputi: Bahan baku, Kualitas bahan baku, Harga bahan baku, Keunikan produk, Jiwa bisnis dan keterampilan pengrajin, Harga produk, Ketahanan dan kualitas produk, belum memiliki pencatatan keuangan, Alat produksi tradisional, Penataan produk yang belum tertata rapi, Promosi belum efisien, belum memiliki hak paten, belum memiliki tempat khusus usaha, dan Belum ada tempat parkir.
2. Sedangkan factor eksternal meliputi: Peluang pasar yang tinggi, dukungan pemerintah, Kesempatan mengikuti pelatihan, Kesempatan mengikuti pameran, Barang substitusi berbahan baku plastik, Minat penerus usaha, dan kemungkinan peniruan *design* produk yang dilakukan oleh pesaing.
3. Strategi yang tepat untuk pengembangan Usaha Industri Kerajinan koran J.Art di Medan adalah dengan menerapkan strategi agresif, yaitu strategi SO dengan Mempertahankan kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan koran dengan *design* baru dan tetap bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan. Selain menggunakan strategi SO sebagai pilihan strategi utama, juga harus tetap memperhatikan atau meninjau ketiga alternatif strategi lainnya yaitu strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Saran

1. Bagi pemilik Usaha Kerajinan koran J.Art yaitu tetap Mempertahankan kualitas produk dan tetap mengembangkan produk dengan cara berinovasi untuk menciptakan produk-produk kerajinan limbah Koran dengan design baru dan tetap bekerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait untuk mengembangkan dan memperluas daerah pemasaran agar produk lebih dikenal masyarakat lokal bahkan mancanegara melalui kegiatan pelatihan dan pameran yang diselenggarakan.
2. Pemerintah Kota Medan untuk dapat memfasilitasi dengan pengadaan alat produksi modern agar usaha kerajinan koran J.Art dapat lebih berkembang dan tetap bertahan di zaman yang semakin modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Alfi. Wahyu Hidayat. Agung Budiarmo. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi. Ejournal-S1.undip.ac.id*
- Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. 2017. *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2009*. Depdag RI
- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Fuad, M. Christine H. Nurlela. Sugiarto. Paulus. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, ekonomi baru: mengubah ide dan menciptakan peluang*. Jakarta: Salemba Empat

Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan praktis*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.