

# **PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK DAN PENGADMINISTRASIAN KEUANGAN PADA UKM KERAJINAN ENCENG GONDOK DI DESA LOPAIT**

**Mintasih Indriayu dan Dewi Kusuma Wardani**

*Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*

*Email: mientasihindriayu@yahoo.com*

## **ABSTRAK**

*Salah satu kecamatan di Kabupaten Semarang, tepatnya di Kecamatan Tuntang terdapat kerajinan enceng gondok yang dapat menghasilkan jenis-jenis produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Enceng gondok (*Eichornia crassipes*) termasuk dalam kelompok gulma perairan. Tanaman ini memiliki kecepatan berkembang biak vegetatif yang sangat tinggi, terutama di daerah tropis dan subtropis. Salah satu danau atau waduk yang banyak tumbuh enceng gondok adalah obyek wisata Rawapening di Kabupaten Semarang. Ada beberapa UKM yang mengusahakan kerajinan enceng gondok. Produk yang dihasilkan beraneka ragam, yaitu tas, sepatu, tudung makanan, kursi tamu, lemari dan sebagainya.*

*Kegiatan ini bertujuan untuk 1) Meningkatkan desain produk yang inovatif, 2) Peningkatan keahlian dalam pengadministrasian keuangan, yaitu dapat membuat catatan pembukuan dengan benar yang meliputi: transaksi harian, aliran kas /cash flow bulanan dan laporan neraca rugi/laba*

*Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada UKM Aryani Art dan UKM Koen Galery di Desa Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang dengan: 1) Memberikan suatu alternatif desain produk yang inovatif sesuai dengan selera konsumen dengan teknik finishing yang menghasilkan produk yang berkualitas 2) Memberikan pelatihan pengadministrasian keuangan yang benar mulai dari transaksi harian, aliran kas /cash flow bulanan dan laporan neraca rugi/laba*

*Hasil dari kegiatan ini adalah: 1) Peningkatan desain produk yang inovatif, yaitu ada 10 desain produk baru yang inovatif, 2) Peningkatan pengadministrasian keuangan, yaitu adanya model pembukuan yang meliputi: transaksi harian, aliran kas /cash flow bulanan dan laporan neraca rugi/laba, 3) Peningkatan keahlian dalam pengadministrasian keuangan, yaitu membuat catatan pembukuan dengan benar*

***Kata Kunci:*** *Inovasi Produk, Pengadministrasian Keuangan, Kerajinan Enceng Gondok*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara pemilik pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) terbesar dibandingkan negara anggota ASEAN lainnya. UKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap

Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang meningkat setiap tahunnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2009, jumlah UKM di Indonesia adalah 52 juta unit atau 99,99% dari jumlah seluruh unit usaha yang ada di Indonesia Implikasi dari hal ini jika dilihat berdasarkan persepsi yang disampaikan oleh Hafisah (2004), UKM memiliki peranan sebagai penunjang bagi perekonomian secara mikro ketika usaha yang berskala besar cenderung memiliki kinerja yang kurang baik. Selain itu juga UKM memiliki peran yang strategis dalam penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan daerah maupun masyarakat lokal. Salah satunya adalah Kabupaten Semarang yang menempatkan Usaha Kecil Menengah (UKM) pada posisi yang strategis untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat

Kabupaten Semarang selain memiliki banyak tempat wisata, juga merupakan daerah industri yang memiliki berbagai potensi unggulan daerah, diantaranya: Kerajinan Enceng Gondok, Kerajinan Konveksi, Kerajinan Bordir, Kerajinan Keset Kain, Kerajinan Mainan Anak, Kerajinan Relief Kuningan, Kerajinan Pensil Hias, Kerajinan Bambu dan Kerajinan Aneka Makanan dan Minuman. Potensi produk unggulan Industri Kecil Menengah Kabupaten Semarang banyak yang dikerjakan secara manual dan tradisional, dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Kegiatan yang dilakukan sebagian besar di pedesaan dengan melibatkan banyak kaum perempuan dan kepemilikan modal, peralatan serta manajemen sangat terbatas. Berdasarkan hasil pendataan tahun 2006, jumlah industri kecil di Kabupaten Semarang 10.763 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 23.905 orang (60%nya adalah kaum perempuan yaitu 14.500 orang). Nilai investasi sebesar Rp. 25.675.029.000 dan nilai produksi Rp.434.924.581.725. Salah satu kecamatan di Kabupaten Semarang, tepatnya di Kecamatan Tuntang terdapat kerajinan eceng gondok yang dapat menghasilkan jenis-jenis produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Enceng gondok (*Eichornia crassipes*) termasuk dalam kelompok gulma perairan di wilayah perairan yang hidup terapung pada air yang dalam atau mengembangkan perakaran di dalam lumpur pada air yang dangkal (Pasaribu dan Sahwalita, 2006). Tanaman ini memiliki kecepatan berkembang biak vegetatif yang sangat tinggi, terutama di daerah tropis dan subtropis. Selain itu, enceng gondok juga mempunyai kemampuan yang sangat besar untuk berkembang biak. Salah satu danau atau waduk yang banyak tumbuh enceng gondok adalah obyek wisata Rawapening di Kabupaten Semarang. Satu batang enceng gondok dalam waktu 52 hari mampu menghasilkan tanaman baru seluas 1 m<sup>2</sup>. Apabila tanaman enceng gondok tidak dikendalikan populasinya, maka hampir permukaan waduk atau danau akan tertutup tanaman enceng gondok. Tertutupnya permukaan perairan menyebabkan berkurangnya jenis binatang air dan pendapatan petani disekitarnya. Meskipun terdapat sisi negatif dari tanaman enceng gondok, tetapi banyak manfaat yang bisa diperoleh dari tanaman enceng gondok. Salah satunya dengan membuat berbagai macam kerajinan. Pengertian kerajinan enceng gondok adalah kerajinan handycraft dan mebel yang terbuat dari bahan dasar enceng gondok. Enceng gondok yang dimaksud adalah enceng gondok yang telah dikeringkan. Bahan dasar mudah didapat dari lokasi disekitarnya (Rawa Pening). Bahan lainnya adalah: rotan,kayu, lem alteko, lem mebel, cat, tiner, clear, melamin dan ampelas. Usaha kerajinan eceng gondok ini banyak digeluti oleh masyarakat di sekitar daerah yang banyak tumbuh enceng gondok, salah satunya adalah

UD "Aryani Art" yang di miliki oleh ibu Yuyun dan UKM Koen Galery dengan pemilik Bapak Sukmo yang cukup lama menggeluti kerajinan enceng gondok.

Namun, keberadaan dari UKM ini bukan berarti tanpa masalah. Masalah yang dihadapi UKM tak sebatas pendanaan, umumnya mereka lemah dalam standardisasi dan manajemen produksi yang membuat produksi tidak efisien sehingga harga jual menjadi lebih tinggi. Selain itu, mereka juga dihadapkan dengan masalah pembukuan modal yang tidak terstandar karena kebanyakan usaha dimulai dengan coba-coba tanpa adanya pengetahuan yang cukup tentang pasar, struktur organisasi, dan rencana usaha tertulis. Para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) identik dengan masih kurangnya kesadaran untuk menjalankan pembukuan dengan baik dalam dunia bisnis. Sebagian besar dari mereka menjalankan bisnisnya sendiri. Dengan kurangnya pengetahuan dalam pembukuan otomatis menghambat mereka menjalankan kegiatan pembukuan keuangan. Sementara minimnya pengetahuan pebisnis UKM dalam pembukuan juga seringkali tidak disertai dengan pemenuhan sumber daya untuk menjalankan kegiatan akuntansi bisnis.

UKM kerajinan enceng gondok di Kabupaten Semarang menghadapi permasalahan sebagai berikut: permasalahan yang muncul pada UKM di Kabupaten Semarang adalah keterbatasan desain yang inovatif. Adanya keterbatasan desain menyebabkan berkurangnya peluang pasar yang dapat diraih. Rata-rata perkembangan desain yang ada di UKM-UKM di Kabupaten Semarang dalam satu tahun hanya menghasilkan 5 desain baru. Permasalahan kedua adalah UKM belum menerapkan manajemen pengadministrasian di bidang keuangan (pencatatan keuangan). Tidak adanya pencatatan keuangan secara rutin dan tertib, menyebabkan UKM tidak mengetahui secara pasti besarnya biaya produksi dan nilai keuntungan yang diperoleh.

### **Pengembangan Inovasi Produk oleh UKM**

Pengembangan produk yang di lakukan oleh UKM pada dasarnya belum benar-benar dapat meningkatkan usahanya. Menurut pendapat Soebroto Hadisoegondo (2004) bahwa kegiatan usaha UKM umumnya banyak berorientasi pada kepentingan survival bagi diri dan keluarganya dibanding sebagai suatu usaha atau bisnis. Artinya usaha itu dimaksud lebih banyak untuk memenuhi lebih dahulu kepentingan untuk bertahan hidup dengan memanfaatkan kemampuan atau kompetensi yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perhatian kepada kepentingan konsumen masih belum banyak disentuh, kecuali pemahaman bahwa produk yang dihasilkan umumnya dibeli orang. Walaupun demikian sebagian kecil dari UMKM lain, dengan memakai usahanya, sudah mulai bergerak memasuki dinamika ranah usaha/bisnis, guna dapat memenuhi atau membangun kebutuhan pasar (mengembangkan bermacam macam-macam permintaan masyarakat).

Kreativitas dalam pengembangan produk sangatlah penting, sebab masih banyak pelaku usaha kecil yang mengeluhkan sulitnya mengembangkan usahanya. Kebanyakan usaha yang dirintis oleh pelaku UKM berhenti pada posisi tertentu dan tidak dapat melanjutkan usahanya untuk tingkat yang lebih baik lagi. Menurut Badan Pusat Statistik (2003) dalam Sri

Winarni (2006) mengidentifikasi permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM adalah (1) Kurang permodalan, (2) Kesulitan dalam pemasaran, (3) Persaingan usaha ketat, (4) Kesulitan bahan baku, (5) Kurang teknis produksi dan keahlian, (6) Keterampilan manajerial kurang, (7) Kurang pengetahuan manajemen keuangan, dan (8) Iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundangan)

Salah satu kunci jawaban dalam mengatasi persoalan tersebut adalah inovasi pengembangan produk. Inovasi produk menjadi sebuah keharusan bagi setiap jenis usaha termasuk perusahaan dalam skala Usaha kecil Dan Menengah. Inovasi produk menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2007:36) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut. Hal senada juga diungkapkan oleh Tambunan (2009) bahwa untuk menghasilkan produk-produk yang mampu berdaya saing sangat tergantung pada kemampuan UMKM untuk melakukan inovasi di berbagai bidang, yang salah satunya adalah pengembangan inovasi produk. Dengan demikian menjadi penting bagi pelaku bisnis melakukan inovasi sesegera mungkin, bahkan mengantisipasinya sebelum produk lama tidak laku lagi di pasaran. Budaya inovasi bagi pelaku usaha kecil menjadi hal yang penting bagi kelangsungan hidupnya. Budaya inovasi akan membuat sebuah perusahaan tumbuh dan berkembang dengan kokoh dan tak lekang oleh zaman.

### **Alasan Melakukan Inovasi Produk**

Ada beberapa alasan pentingnya inovasi bagi suatu usaha antara lain:

1. Persaingan bisnis terus terjadi dan makin lama semakin ketat, hanya perusahaan-perusahaan yang inovatif yang akan dapat bertahan, dan tumbuh berkembang dalam lingkungan bisnis ini
2. Memenuhi kebutuhan konsumen dan mendorong arah pasar dapat dilakukan melalui inovasi.
3. Membangun budaya inovatif dalam perusahaan juga akan membuat semakin hidup kreativitas sumber daya manusia yang ada dan menjadi tantangan yang menarik untuk mendorong kemajuan dan kesejahteraan karyawan serta kemajuan perusahaan
4. Inovasi akan dapat menjadi keunggulan perusahaan dalam jangka panjang berdasarkan keunggulan nilai, keunikan, tidak mudah ditiru, atau karena tidak ada produk pengganti.
5. Kesadaran untuk selalu melakukan inovasi akan mendorong peningkatan peran departemen penelitian dan pengembangan serta menjalin kerja sama dengan institusi litbang lain. (Feriyanto, 2009).

Adanya inovasi dalam pengembangan suatu produk dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut: (1).Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam proses

pemenuhan kebutuhan hidup manusia. (2).Memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang dapat diperolehnya. (3).Adanya peningkatan dalam kemampuan mendistribusikan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru. (4). Adanya keanekaragaman produk dan jenisnya didalam pasar, Everett M. Rogers (2003)

Agar para pelanggan tidak lari ke lain tempat, maka inovasi memang mutlak diperlukan dalam pengembangan usaha UKM . Beberapa praktek inovasi yang paling sederhana dimulai dari :

1. Inovasi kemasan, di mana sentuhan pembaharuan dilakukan kepada aspek kemasan, namun isi sama, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik (*attractiveness*), sehingga secara visual akan cukup kompetitif, bila dipajang berjejer dengan para pesaing. Kemasan yang atraktif juga dapat menjadi elemen promosi yang efektif.
2. Inovasi produk, dengan melakukan pengembangan produk baru, baik yang berbasis dari produk yang sudah ada ataupun produk yang baru. Kita bisa melihat bagaimana produsen kacang seperti Garudafood berinovasi tidak hanya dengan varian produk kacangnya, namun juga dengan melahirkan jelly, permen, bahkan nasi instant. Inovasi memang bukan hanya bertujuan untuk melahirkan sesuatu yang baru bagi pelanggan yang sudah ada, tetapi juga dapat dilakukan untuk melahirkan produk yang disasarkan untuk segmen lain atau pasar yang baru (*new product for new market*).
3. Inovasi tempat, yakni tempat di mana kita menjual agar lebih atraktif dan '*catchy*' (menarik pandangan), kita bisa lihat bagaimana kios ala Danone yang tersebar dimana-mana. Bahkan, di dalam supermarket pun, semua produsen berlomba manata rak dan cara mendisplay produknya. (Hendrayanti, 2011)

### **Pengadmisitrasian Keuangan bagi UKM**

Sekecil apapun usaha yang dilakukan, para pengusaha harus mempunyai pembukuan untuk mencatat uang keluar dan uang masuk, sehingga usaha tersebut tercatat dengan jelas, dan dapat mengevaluasi berapa keuntungan dan berapa pengeluaran. Saat sekarang ini tersedianya Laporan Keuangan di kalangan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) telah menjadi suatu keharusan. Menurut Hanafi (2003: 69), laporan keuangan merupakan informasi yang dapat dipakai untuk pengambilan keputusan, mulai dari investor atau calon investor sampai dengan manajemen perusahaan itu sendiri. Laporan keuangan akan memberikan informasi mengenai profitabilitas, risiko, *timing* aliran kas, yang kesemuanya akan mempengaruhi harapan pihak-pihak yang berkepentingan. Pembukuan usaha merupakan satu cara yang dapat mendokumentasikan aktivitas usaha . Lebih tepatnya, pembukuan usaha merupakan pencatatan secara teratur, rutin dan sistematis terkait perubahan yang terjadi pada penghasilan atau kekayaan. Dari pembukuan tersebut, setidaknya dapat menyusun laporan keuangan setiap bulannya. Laporan keuangan tersebut terdiri dari neraca, laporan laba rugi dan laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana).Akan tetapi, jika dalam pembukuan itu pelaku UKM

mengikuti kaidah-kaidah pembukuan sebagaimana kaidah seorang akuntan profesional, praktis aktivitas pelaku UKM menjadi tidak efisien, apalagi jika pembukuan itu dilakukan sendiri.

Semua informasi akuntansi yang terangkum dalam Laporan Keuangan tersebut mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usahanya dikarenakan Informasi akuntansi dapat menjadi dasar yang andal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha kecil, antara lain keputusan pengembangan pasar, penetapan harga dan lain-lain. Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan harus lengkap, jelas dan menggambarkan aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan hasil operasi unit usaha tersebut. Informasi yang diungkap dalam laporan keuangan harus jelas, berguna dan tidak membingungkan pemakai laporan karena para pemakai ini berkaitan dengan pengambilan keputusan ekonomi. (Chariri dan Ghozali, 2007:377-378). Oleh sebab itu untuk melakukan pengembangan usaha tidak lepas dari keberhasilan mendisiplinkan kebiasaan dalam mencatat segala hal jalannya bisnis kedalam pembukuan.

## **METODE**

1. Metode yang digunakan pada program pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:
  - a. Pengembangan desain produk kerajinan enceng gondok, dilakukan dengan tahapan: 1) Pelaksana berdiskusi dengan UKM tentang semua produk yang telah dibuat, kemudian menawarkan berbagai desain baru yang sesuai dengan keinginan UKM 2) Pelaksana membuat berbagai desain yang inovatif yang bersumber dari referensi maupun mengeksplorasi ide sendiri 3) Pelaksana bersama UKM membahas desain dan memilih desain yang akan dibuat modelnya 4) Langkah selanjutnya UKM membuat modelnya.
  - b. Penerapan pengadministrasian keuangan, dilakukan dengan mengidentifikasi catatan-catatan transaksi keuangan yang telah dimiliki/dibuat UKM dengan langkah: 1) Pelaksana menawarkan model pembukuan yang meliputi: transaksi harian, aliran kas /cash flow bulanan dan laporan neraca rugi/laba dalam satu tahun, 2) Selanjutnya UKM membuat pembukuan tersebut dengan bimbingan pelaksana.
2. Teknologi proses produksi kerajinan enceng gondok yang ditawarkan yaitu:
  - a. Teknologi pengembangan desain, yang meliputi: desain model dan *handycraft*. Teknologi proses produksi melalui anyaman dan finishing.
    - 1) Desain baru yang akan diterapkan di UKM mitra adalah teknik anyaman pada berbagai model sandal (gambar terlampir) dan aneka tas.
    - 2) Teknik finishing yang menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai selera pasar.

- b. Teknologi *lifeskill* melalui pelatihan manajemen keuangan, yang meliputi: membuat *cashflow*, transaksi harian dan laporan rugi/laba.
  - 1) Identifikasi transaksi yang meliputi pos penerimaan dan pengeluaran.
  - 2) Pencatatan harian untuk semua transaksi.
  - 3) Pengarsipan dan pengkodean bukti transaksi.
  - 4) Membuat aliran kas harian dalam satu bulan untuk satu tahun kegiatan produksi.
  - 5) Membuat laporan rugi/laba pada akhir tahun

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pendekatan**

Memberikan pemahaman dan pelatihan tentang pentingnya pengembangan produk yang inovatif dan pembukuan keuangan yang teratur dan tertib

### **Faktor Pendukung**

1. Adanya Tim kegiatan yang memberikan pemahaman dan pelatihan tentang pentingnya inovatif produk dan pembukuan keuangan
2. Pelaku UKM eceng gondok ini merasakan bahwa kebutuhan akan kreativitas dalam pengembangan produk dan pembuatan pembukuan adalah hal yang sangat penting untuk kemajuan usahanya
3. Adanya harapan dari para pelaku UKM untuk dapat diadakan kegiatan ini dengan materi yang berbeda yang masih terkait dengan pengembangan usaha

### **Faktor Penghambat**

1. Pelaku UKM harus belajar lebih mendalam untuk memahami pembuatan pembukuan yang teratur
2. Perlu tingkat kreativitas yang tinggi untuk mengembangkan produk yang inovatif
3. Memerlukan waktu dan dana yang agak besar untuk menciptakan produk yang inovatif

Kegiatan ini berjalan sesuai dengan perencanaan yang kami buat, meskipun terkadang terkendala oleh waktu luang yang dimiliki oleh pelaku UKM. Kami mengamati bahwa pelaku UKM masih memerlukan bantuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif dalam pengembangan produknya. Selain itu juga perlu ketelatenan bagi pelaku UKM Eceng Gondok untuk membuat suatu pembukuan yang tertib. Kondisi ini dirasa agak berat bagi UKM, karena mereka memerlukan waktu luang untuk membuatnya.

## **SIMPULAN**

1. Kegiatan yang kami lakukan ini ternyata telah dapat memberikan wawasan bagi pelaku UKM, dalam mengembangkan usahanya

2. Pelaku UKM Eceng Gondok termotivasi untuk mengembangkan kreativitas dalam mengembangkan produk yang inovatif
3. Adanya peningkatan desain produk yang inovatif dan peningkatan pengadministrasian keuangan dengan model pembukuan yang meliputi: transaksi harian, aliran kas /cash flow bulanan dan laporan neraca rugi/laba merupakan wacana yang sangat bermanfaat bagi UKM eceng gondok di desa Desa Lopait Kecamatan Tuntang Kab. Semarang

### UCAPAN TERIMA KASIH

1. Dirjen Dikti Depdiknas RI yang telah berkenan memberikan kesempatan untuk mengadakan pengabdian IbM yang akhirnya dapat terselesaikan.
2. Rektor Universitas Sebelas Maret Surakarta c/q Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat yang telah berkenan memberikan kesempatan melakukan kegiatan IbM.
3. UD "Aryani Art" yang di miliki oleh ibu Yuyun dan UKM Koen Galery dengan pemilik Bapak Sukmo
4. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu yang telah membantu memberi motivasi dan mengilhami peneliti untuk segera menyelesaikan pengabdian ini

### DAFTAR PUSTAKA

- Feriyanto, Nur. 2009. Artikel: *Inovasi Bisnis Dalam Manajemen Usaha Kecil*. Harian Kedaulatan Rakyat 19 Desember 2009.
- Ghozali dan Chariri, 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan. Undip.
- Hadisoegondo, Soebroto. 2004. *Membangun Kemandirian Dalam Proses Pembangunan UKM Melalui Forum Tiga*. *Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004*.
- Hafsah, Muhammad Jaffar. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. *Infokop, Nomor 25 Tahun XXX: 40- 44*.
- Hanafi, Mamduh M. (2003). *Analisis Laporan keuangan*, UPP AMK
- Hendrayanti, Endang. 2011. *Inovatif Efektif: Upaya Mempertahankan dan Menangkap Pasar Potensial*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan "Optimal" 5 ( 1) : Maret 2011*.
- Kotler, Philip. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Pasaribu, G., dan Sahwalita, 2006. *Pengolahan Eceng Gondok Sebagai Bahan Baku Kertas Seni*. Prosiding Ekspose Hasil-Hasil Penelitian. <http://www.deptan.go.id/feati/teknologi/Gunawan.pdf>. Diunduh pada tanggal 15 Oktober 2009.
- Rogers, M. Everett. 2003. *Diffision of Inovation 5 th Edition*. Ney York: Free Press.
- Tambunan, T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Ghalia. Bogor
- Winarni, Sri. 2006. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*. *Infokop Nomor 29 Tahun XXII, 2006*. YKPN, Yogyakarta.