

MENGUNGKAP FENOMENA KIAM KREATIF UMKM “BUNGKOH BATIK PERI KECIL” DALAM PERSAINGAN MEA

Robiatul Auliyah; Nurul Herawati; Yuni Rimawati

Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang, PO.BOX. 2 Telang - Kamal, Bangkalan – Madura
robixx_utm@yahoo.com; nurul3kuskamto@gmail.com;
rimawati.unieq@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena tentang kiam kreatif UMKM “Bungkoh Batik Peri Kecil” dalam persaingan MEA. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif interpretif dengan pendekatan fenomenologi. Situs penelitian dilakukan di UMKM batik “Bungkoh Batik Peri Kecil” yang telah bertahan selama 13 tahun dengan berbagai tahap perkembangan usahanya (mulai dari hanya berdagang, membuat sendiri sampai tempat belajar membatik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kiam kreatif UMKM “Bungkoh Batik Peri Kecil” bisa bertahan dalam persaingan MEA ini adalah : (1) efisiensi dalam produksi meliputi: pembelian bahan baku; persediaan; dan tenaga kerja (2) kekuatan networking meliputi pemasaran, barter bahan dengan bahan lain atau ongkos kerja, dan menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi (3) karakter ulet dan tangguh, tidak mengambil “prive” sampai waktu tertentu, dompet kosong jadi kreatif sehingga berdampak pada kelangsungan usaha. Tetapi dalam menjalankan usahanya “Bungkoh Batik Peri Kecil” kurang mengakses sumber permodalan dari lembaga keuangan, tidak mempunyai target kerja dan legalitas dari pemerintah.

Keywords: MEA, Kreativitas, Wirausaha, UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia sangatlah pesat dari tahun ke tahun. UMKM di Indonesia memiliki peranan sangat penting terutama dalam hal penyediaan kesempatan kerja. Pendapat ini didasarkan pada berbagai kenyataan dan fenomena yang menunjukkan bahwa kelompok usaha ini memperkerjakan lebih banyak orang dibandingkan unit-unit usaha lain. Menurut Mulyanto (2008) berpendapat perputaran ekonomi Indonesia bisa bergerak sedikit demi sedikit karena keberadaan UMKM. Oleh karena itu pengembangan industri pedesaan melalui usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah *strategic* dalam pembangunan ekonomi bangsa.

Studi yang dilakukan oleh Todaro (2000), dikatakan bahwa sektor informal pada umumnya ditandai oleh beberapa karakteristik seperti sangat bervariasinya bidang kegiatan produksi barang dan jasa, berskala kecil, unit-unit produksinya dimiliki secara perorangan

atau keluarga, banyak menggunakan tenaga kerja (padat karya), dan teknologi yang dipakai relatif sederhana. Para pekerja yang menciptakan sendiri lapangan kerjanya di sektor UMKM biasanya tidak memiliki pendidikan formal. Pada umumnya mereka tidak mempunyai ketrampilan khusus dan sangat kekurangan modal kerja. Berdasarkan fenomena di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kiat kreatif UMKM "Bungkoh Batik Peri Kecil" dalam persaingan MEA?

TINJAUAN PUSTAKA

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Sejak Januari 2015, Indonesia telah memasuki era ekonomi global khususnya di kawasan Asia Tenggara, yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA merupakan kerja sama ekonomi negara-negara ASEAN dengan membentuk pasar tunggal, khususnya untuk 5 negara utama yaitu Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand, dan Philippine. Lestari (2014) menyatakan bahwa sesuai cetak biru terdapat empat pilar MEA, yang salah satunya adalah terbentuknya pasar dan basis produksi tunggal. Dalam pilar ini, ada lima elemen pokok, meliputi: aliran bebas barang, aliran bebas jasa, aliran bebas investasi, aliran bebas tenaga kerja terampil, dan aliran bebas modal. Pilar lain yang cukup penting adalah integrasi dengan perekonomian dunia.

Berdasarkan pilar ini maka kerja sama ekonomi dengan negara-negara di luar ASEAN tidak lagi antar negara ke negara, tetapi antar-ASEAN dengan negara lain. Salah satu contoh yang cukup fenomenal adalah kerja sama dengan membentuk perdagangan bebas antara ASEAN dengan China, yaitu dengan diberlakukannya ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA). Nampak bahwa tantangan yang dihadapi para pelaku usaha besar maupun UMKM menjadi makin berat dan luas. Disisi yang lain, terdapat juga peluang besar dan luas yang muncul dengan adanya MEA. Hanya masalah bagaimana para pelaku usaha menyikapinya.

Kreativitas dan Wirausaha

Saat ini berbagai hasil inovasi yang didasarkan kreatifitas wirausaha menjadi produk dan jasa yang unggul. Wirausaha melalui proses kreatif dan inovatif menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing. Perusahaan seperti Microsoft, Sony, dan Toyota Motor, merupakan contoh perusahaan yang sukses dalam produknya karena memiliki kreativitas dan inovasi dibidang teknologi (Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan DITJEN Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2013).

Penelitian Sarri et. al. (2010) menemukan bahwa pengusaha/pemilik dan/atau manajer perusahaan menengah mikro dan kecil di Yunani Utara, sebagian besar menyadari signifikansinya kreativitas dan inovasi, percaya bahwa ini positif berhubungan satu sama lain dan berinteraksi dalam pengembangan bisnis mereka. Survei dilakukan pada 116 pengusaha, pemilik perusahaan menengah dan kecil, menginvestigasi kesadaran, sikap dan persepsi

tentang kreativitas dan inovasi, untuk memfasilitasi desain dan pengembangan dengan intervensi pelatihan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dimodifikasi dan diperluas. Kuesioner meliputi baik pertanyaan terbuka dan tertutup. Statistik deskriptif dihasilkan dari analisis data kuantitatif dan kualitatif.

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Disperindagkop Kabupaten Kebumen mengacu UU No. 9 tahun 1995 dalam mengklasifikasikan UMKM, yaitu: (a) Kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 miliar; (c) Milik Warga Negara Indonesia (WNI); (d) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha besar; (e) Bentuk usaha orang per orang, badan usaha berbadan hukum/tidak, termasuk koperasi; (f) Untuk sektor industri, memiliki total aset maksimal Rp 5 miliar; (g) Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar pada usaha yang dibiayai.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan paradigma interpretif untuk menggambarkan dan memahami situasi sosial, interaksi, peran, tindakan objek penelitian dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Secara umum, paradigma interpretatif yang merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi. Pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Dengan menggunakan paradigm interpretif, kita dapat melihat fenomena dan menggali pengalaman serta pemahaman dari objek penelitian (Ernams, 2008).

Pendekatan Fenomenologi

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. Pemahaman atas suatu fenomena tergantung pada siapa yang menafsirkan, waktu, situasi, kepentingan atau tujuan pembacaan, pengetahuan, kebiasaan, pengalaman, serta latar belakang lainnya (Riduwan, 2008).

Situs Penelitian

Situs penelitian yang diambil oleh peneliti adalah UMKM batik "Bungkoh Batik Peri Kecil". Alasan mengambil situs tersebut adalah karena Bungkoh Batik Peri Kecil (Peri Kecil) merupakan salah satu UMKM yang ada di wilayah Bangkalan – Madura, yang

memulai usahanya sejak tahun 2002 (sebelum dioperasikannya jembatan Suramadu – Tahun 2009). Peri Kecil menyediakan berbagai motif kain batik khas Madura khususnya Bangkalan. Selain itu Peri Kecil dinilai sebagai UMKM yang inovatif dengan berbagai produk batik (selain kain dan baju) dan sistem penjualan via online (memiliki website dan jejaring sosial). Selain itu Peri Kecil adalah pelopor usaha batik yang memberikan pelatihan belajar membuat batik.

Informan dalam Penelitian

Berkaitan dengan penelitian kualitatif, maka peneliti menggunakan prosedur yang sangat penting adalah menentukan informan yang diharapkan dapat memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian ini. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian (Moleong, 2005). Informan dibawah ini sengaja dipilih berdasarkan kriteria sebagaimana yang dikatakan oleh Bungin (2003) dalam Riduwan (2008), bahwa informan merupakan individu yang telah cukup lama dan intensif menyatu dengan kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu: 1) Pendiri Usaha "Bungkoh Batik Peri Kecil", Ibu Yayuk; 2) Sri, karyawan "Bungkoh Batik Peri Kecil" mulai dari tahun 2010; 3) Ira, Pelanggan "Bungkoh Batik Peri Kecil", bukan orang Madura, bekerja di Madura tidak tinggal di Madura; 4) Unik, Pelanggan "Bungkoh Batik Peri Kecil", orang Madura, bekerja di Madura dan tinggal di Madura.

Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, prosedur pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Wawancara dilakukan dengan informan UMKM "Bungkoh Batik Peri Kecil" dengan menggunakan *recorder*. Metode wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur. Metode ini dipilih agar tidak terlalu mengontrol informasi yang diberikan oleh informan, sehingga informan akan memberikan penjelasan apa adanya. Pertanyaan-pertanyaan dapat diubah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi wawancara. Hasil wawancara tersebut kemudian dianalisis untuk dijadikan bukti-bukti guna mendukung pengungkapan suatu pandangan mengenai alasan interpretasi objek terhadap fenomena dengan analisis teori dasar.

Analisis Data

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah membongkar bisnis china hingga ke palestina "apa saja bisa jadi duit" oleh Ramdan (2008). Analisis data penelitian ini memahami kiat dan prinsip sukses pebisnis china oleh Ramdan (Ramdan, 2008), yaitu: (1) efisiensi dalam produksi meliputi (a) meningkatkan hasil produksi dan menjaga hasil produksi tetap konstan (b) menurunkan biaya produksi dan menjaga hasil produksi tetap konstan; (c) meningkatkan hasil produksi (2) kekuatan *networking* meliputi: (a) mengutamakan persaudaraan; (b) saling percaya; (d) terikat oleh kesamaan tanah leluhur, (3) kepastian hukum dari pemerintah; (4) manajemen bisnis meliputi: (a) menetapkan target yang ingin dicapai; (b) menyusun jadwal kerja; (c) melakukan perhitungan yang matang; (d) membuka

diri terhadap hal baru; (e) belajar dari pengalaman dan berhati-hati; (f) konsumen adalah raja; (g) menepati janji; (h) mengutamakan bisnis daripada hubungan keluarga; (i) memupuk modal dan mengembangkan usaha; (j) menjaga nama baik penguatan kemitraan usaha; (5) karakter ulet dan tangguh meliputi (a) kerja keras; (b) mencoba berbagai macam usaha.

Dalam hal pengelolaan UMKM, penelitian ini menggunakan teori arus nilai (Hansen dan Mowen, 2009). Berdasarkan Hansen dan Mowen (2009), arus nilai mencerminkan semua hal yang dilakukan untuk membawa produk/jasa kepada pelanggan. Sehingga dengan arus nilai manajemen mengevaluasi mengidentifikasi hal baik dan juga hal buruk akan segala aktivitas yang dilakukan guna mencapai tujuan "membawa produk/jasa kepada pelanggan" dengan nilai terbaik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Studi Fenomenologi Kiat Kreatif UMKM

Pengungkapan fenomena usaha kreatif "Bungkoh Batik Peri Kecil" berdasarkan acuan membongkar bisnis china hingga ke palestina "apa saja bisa jadi duit", Ramdan (2008). Langkah pertama dalam kontinuitas bisnis dibutuhkan efisiensi dalam produksi (Ramdan, 2008). Efisiensi dalam produksi versi usaha Peri Kecil dijalankan dengan memproduksi sendiri kain batik motif khusus dan juga membeli dari pengrajin lain.

Menurut Ramdan, 2009 seorang pebisnis harus memahami keadaan lingkungan sekitarnya, karena kondisi yang ada sangat mempengaruhi bisnisnya. Perkembangan dunia bisnis harus terus diamati, seperti dengan adanya MEA pembisnis Indonesia akan bersaing dengan Negara di ASEAN lainnya. Oleh karena itu, pembisnis Indonesia khususnya "Bungkoh Batik Peri Kecil" harus jeli melihat hal-hal baru. "Bungkoh Batik Peri Kecil" menggunakan metode dan teknik yang berbeda untuk tetap eksis dengan cara membuat produk sendiri untuk menyelamatkan motif asli "Batik Tebbiruan", batik asli dari Tanjung Bumi-Bangkalan. Hal ini didasari dari "ketakutan dan kegalauan" ibu Yayuk berdasarkan hasil pengamatannya berjualan batik. Menurut Ibu Yayuk, para pengrajin batik Tanjung Bumi saat ini hanya melakukan pembatikan tanpa memaknai motif dari batik yang dibuatnya. Ditambah dengan tuntutan ekonomis, maka motif batik terus dimotifikasi sesuai dengan keinginan pasar, sehingga Ibu Yayuk merasa perlu untuk menjaga motif asli "Batik Tebbiruan". Bahan baku (kain dan pewarna) pembuatan batik yang dibuat sendiri diperoleh Ibu Yayuk sebagian besar diperoleh dari Pekalongan dengan cara "barter" dengan kain batik Madura (barang dagangannya). Hal ini dilakukan karena dengan barter akan mengurangi kebutuhan akan "*cash on hand*". Sedangkan membeli dari pengrajin dilakukan oleh Ibu Yayuk karena dilakukan karena terbatasnya sarana dan tenaga kerja produksi. Selain itu dengan membeli dari pengrajin dengan sistem "piutang" dan "titipan" membantu Peri Kecil memaksimalkan koleksi batik tanpa membebani permodalan.

Langkah kedua dalam menjaga kontinuitas bisnis berdasarkan Ramdan (2008) adalah kekuatan *networking*. *Networking* menurut ramdan yaitu saling percaya. "Bungkoh Batik Peri Kecil" telah dimulai dari tahun 2002, sebelum wisata batik di Madura, khususnya di Bangkalan "Booming" sebagai efek dioperasikannya jembatan Suramadu. Usaha ini dimulai dengan modal Rp. 800.000 dengan hanya menjual batik pengrajin di Tanjung Bumi. Ibu Yayuk menggunakan sistem "pertemanan" dalam pemasaran. Demi membesarkan usahanya Ibu Yayuk tidak pernah mengambil "prive" (istilah akuntansi untuk pengambilan harta entitas usaha perorangan) sampai dengan tahun 2009. Ditahun 2009 inilah (setelah dioperasikannya Suramadu) Ibu Yayuk mulai memiliki karyawan. Karyawan berasal dari tetangga. Menurut Sri (karyawan "Bungkoh Batik Peri Kecil"), mengungkapkan kalau Ibu Yayuk mengizinkan jika karyawan ijin sebentar guna mengurus kepentingan rumah jika keadaan memungkinkan. Selain itu, dengan usaha Ibu Yayuk mendokumentasikan motif dan pemahaman tentang motif batik asli Bangkalan, Peri Kecil telah menjalin kerja sama dengan Universitas Trunojoyo Madura. Kerjasama tersebut diantaranya penelitian tentang motif Madura dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya dan membangun web dengan salah satu dosen Fakultas Teknik.

Dengan diterimanya batik sebagai warisan dunia, maka penggunaan batik semakin pesat. Sehingga tuntutan pasar dan globalisasi kadangkala berdampak pada penggunaan motif batik. Secara umum orang memang mengenal motif khas batik setiap daerah pengrajin batik, tetapi penggunaan motif suatu daerah oleh daerah lainpun tidak dapat dihindari. Pakem yang terus dilanggar dapat menyebabkan hilangnya motif asli. Sehingga Ibu Yayuk bermaksud mendaftarkan motif khas "tebburuan" kepada Kemenhumham melalui program Pemerintah HAKI GRATIS. Langkah ini merupakan tahap ketiga dari Ramdani (2008), yaitu kepastian hukum dari pemerintah. Tetapi berdasarkan hasil verifikasi, pengajuan Peri Kecil ditolak dengan alasan ada pengajuan sebelumnya yang "sama secara materiil".

Manajemen bisnis merupakan langkah keempat dari berdasarkan Ramdan (2008). Lokasi Peri Kecil berada 100 meter dari jalan utama (dapat dianggap sebagai kelehaman). Dengan dioperasikannya jembatan Suramadu berdampak pada menjamurnya pedagang batik di jalan-jalan utama akses menuju Suramadu, dan lahirnya Pasar Wisata Batil Kyai Lemah Duwur. Tantangan ini 'memaksa' ibu Yayuk untuk berinovasi. Salah satu inovasinya adalah memberikan pelatihan belajar membatik gratis (hanya mengganti biaya bahan yang digunakan untuk pelatihan). Pelatihan ini untuk segala usia, tetapi lebih diutamakan usia sekolah. Dengan dilakukannya pelatihan ini diharapkan peri lebih dikenal dan ketika anak-anak belajar membatik, orang tua bisa menunggu sambil berbelanja di Peri Kecil.

Dari segi permodalan, seperti yang sudah dijelaskan diatas, Ibu Yayuk sangat meminimalisasi perputaran "cash". Sistem barter tidak hanya dilakukan untuk bahan baku pembautan batik, tetapi juga ongkos jahit (tenaga kerja) mukena. Untuk membuat mukena dibutuhkan keahlian untuk membordir. Untuk itu, Ibu Yayuk bekerja sama dengan pengrajin bordir di Pasuruan. Sedangkan ongkos jahitnya dibayar dengan kain batik yang dpat digunakan pengrajin bordir di Pasuruan sebagai bahan pembuatan mukena yang akan mereka

pasarkan sendiri.

Ibu Yayuk tidak membuka cabang karena terkendala modal. Ibu Yayuk menjalankan usahanya dibantu suami dan 3 orang tenaga kerja tetap. Tenaga kerja tetap berfungsi sebagai pelayan toko dan tenaga produksi. Tidak ada tenaga khusus sebagai tenaga pemasaran. Hal ini berdampak pada saluran-saluran pemasaran *online* yang sudah dibangun tidak dapat maksimal. Alasan Ibu Yayuk adalah tidak sempat, karena selain sebagai pemilik yang juga bertugas memasarkan produknya ibu Yayuk juga seorang ibu rumah tangga yang mempunyai 2 orang anak yang masih berusia 5 tahun dan 3 tahun. Hal ini sangat berdampak pada waktu ibu Yayuk untuk fokus pada usahanya karena tempat usaha Ibu Yayuk berdampingan dengan rumah tinggalnya.

Hal kelima (dan terakhir) menjadi kiat dan prinsip sukses pebisnis china (Ramdan, 2008) adalah karakter ulet dan tangguh. Dari modal 800.000 rupiah di tahun 2002 (tanpa penagmbilan "prive" sampai dengan tahun 2009), dimana batik hanya untuk kalangan terbatas, Ibu Yayuk dengan Peri Kecilnya mampu bertahan sampai saat ini dengan gempuran persaingan yang demikian sengit. Ibu Yayuk berhasil membangun kerja sama dengan sistem barter dan barang titipan serta terus berinovasi. Menurut Ibu Yayuk, ide keratifnya muncul dari dorongan "Dompot Kosong" maksudnya kita berperinsip dompet ini selalu kosong sehingga selalu muncul ide kreatif membuat usaha baru. Adanya tenaga kerja tetap, hal tersebut juga yang mendorong Ibu Yayuk untuk bersemangat dalam menjalankan usahanya. Ibu Yayuk mengaku tidak ada target dalam menjalankan usahanya, tetapi ibu Yayuk mempunyai keinginan menjaga pakem batik "tebbiruan" dan membantu orang-orang disekitarnya dengan kelangsungan usahanya.

SIMPULAN

Simpulan atas penelusuran kiat kreatif UMKM "Bungkoh Batik Peri Kecil" bisa bertahan dan memimpin dalam persaingan MEA ini adalah: (1) efisiensi dalam produksi meliputi: pembelian bahan baku; persediaan; dan tenaga kerja (2) kekuatan *networking* meliputi pemasaran, barter bahan dengan bahan lain atau ongkos kerja, dan menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi (3) karakter ulet dan tangguh, tidak mengambil "prive" sampai waktu tertentu, dompet kosong jadi kreatif sehingga berdampak pada kelangsungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Artono. 2011. *UMKM Adalah Tulang Punggung Perekonomian di Jawa Timur, Karenanya Harus Diperhatikan*. <http://www.fpks-jatim.org/2011/12/18/umkm-adalah-tulang-punggung-perekonomian-di-jawa-timur-karenanya-harus-diperhatikan/> diakses pada tanggal 18 Juni 2015
- Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur. 2014. *MEA Peluang Pasar dan Bisnis Bagi Koperasi dan UMKM*. *Berita Dinkop dan UMKM di website Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Propinsi Jawa Timur*. http://diskopumkm.jatimprov.go.id/view-media.php?pages=det_berita&id=14 diakses pada tanggal 18 Juni 2015.
- Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan DITJEN Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Kewirausahaan Modul Pembelajaran*.
- Ernams, 2008. *Pendekatan Interpretif*. <http://ernams.wordpress.com/2008/01/07/>. diakses tanggal 5 Mei 2015
- Hamidi, Daniel Yar; Wennberg, Karl; and Berglund, Henrik. 2008. Creativity in Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15 No. 2, pp. 304-320.
- Handayani, Dwi Yuli. 2013. *6,8 Juta UMKM Jatim, Tembus PDRB 1.012 Triliun Setahun*. [suarasurabaya.net](http://ekonomibisnis.suarasurabaya.net) diakses pada tanggal 18 Juni 2015 <http://ekonomibisnis.suarasurabaya.net/news/2013/125328-6,8-Juta-UMKM-Jatim,-Tembus-PDRB-1.012-Triliun-Setahun>
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial Edisi 8*. Salamba Empat
- Laksono, Agung. 2015. *JATIM Siapkan UMKM Menghadapi MEA*. <http://surabayanews.co.id/2015/05/18/23337/jatim-siapkan-umkm-menghadapi-mea.html> diakses pada tanggal 18 Juni 2015.
- Lestari, Murti. 2014. *UMKM Menghadapi MEA*. *Kedaulatan Rakyat Online* <http://krjogja.com/liputan-khusus/analisis/3579/umkm-menghadapi-mea.kr> diakses pada tanggal 18 Juni 2015.
- Ramdan, Anton A. 2008. *Membongkar Bisnis China Hingga ke Palestina*. Daras, Jakarta.
- Sarri, Katerina K.; Bakouros, Ioannis L.; and Petridou, Eugenia. 2010. *Entrepreneur training for creativity and innovation*. *Journal of European Industrial Training*, Vol. 34 Iss 3 pp. 270 - 288
- Todaro. 2000. *M.P Economic Development*. Sevent Edition. Massachusetts
- Riduwan. 2008. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Penerbit Alfabeta Bandung.