

**ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS  
KEARIFAN LOKAL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA  
PEMASARAN PADA PENGRAJIN *KEBEN* DI BANJAR  
TANGGAHAN PEKEN DESA SULAHAN KECAMATAN  
SUSUT KABUPATEN BANGLI**

**Made Mulia Handayani  
Nyoman Dwika Ayu Amrita**

**Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai - Denpasar e-  
mail :muliahandayani29@gmail.com**

**Abstrak-**Penerapan orientasi kewirausahaan merupakan hal yang penting bagi para pelaku ekonomi. Ketatnya persaingan menuntut pelaku usaha melakukan inovasi yang terus-menerus. Inovasi yang dilakukan tentu saja tidak melupakan nilai-nilai kearifan lokal yang terdapat pada masyarakat setempat. Kondisi ini mengarahkan para pengrajin *keben* di banjar Tanggahan Peken untuk menerapkan orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Kajian-kajian mengenai kearifan lokal banyak dikaitkan dengan nilai-nilai, kebiasaan dan tradisi yang positif dari suatu masyarakat dari sudut pandang sosial, budaya dan lingkungan. *Keben* sebagai salah satu alat untuk tempat persembahan umat Hindu kepada Tuhan Yang Maha Esa juga biasa di pakai pada acara-acara adat lainnya, sehingga *keben* memiliki makna yang erat kaitannya dengan pelaksanaan upacara dan adat. Inovasi pada pembuatan dan desain *keben* sangat perlu dilakukan mengingat kerajinan *keben* ini merupakan penopang perekonomian rakyat di banjar Tanggahan Peken yang menjadi mayoritas mata pencaharian penduduk di sana. Setiap bentuk *keben* dan corak yang menghiasinya diambil dari nilai-nilai kearifan lokal masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan Peken. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan instrumen penelitian wawancara, observasi dan juga studi dokumentasi. Hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menjelaskan bahwa 1) perkembangan usaha kerajinan *keben* di Banjar Tanggahan Peken mengalami pasang surut, dari jumlah pengrajin mengalami penurunan, akan tetapi dari jumlah pengepul mengalami peningkatan. 2) Penerapan orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan kinerja pemasaran usaha kerajinan *keben*, hal ini menuntut para pengrajin agar selalu melakukan inovasi, bersikap proaktif dan berani menanggung resiko.

**Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Nilai Kearifan Lokal, Kinerja Pemasaran Pengrajin *Keben***

**Abstract-** The application of entrepreneurial orientation is important for economic actors. The intense competition requires businesses to innovate constantly. The innovation carried out certainly does not forget the values of local wisdom found in the local community. This

condition led the *keben* craftsmen in the Tanggahan Peken banjar to implement an entrepreneurial orientation based on local wisdom. Studies on local wisdom are mostly associated with positive values, habits and traditions of a society from a social, cultural and environmental perspective. *Keben* as one of the tools for Hindu offerings to God Almighty is also commonly used at other traditional events, so *keben* has a meaning that is closely related to the implementation of ceremonies and customs. Innovation in the making and design of *keben* is very necessary considering that the craft of *keben* is the mainstay of the people's economy in the Banjar Tanggahan Peken which is the majority of the people's livelihoods there. Every form of *keben* and style that decorates it is taken from the values of the local wisdom of the local community. This study aims to analyze the entrepreneurship orientation based on local wisdom as an effort to improve the marketing performance of *keben* craftsmen in Banjar Tanggahan Peken. This study uses a qualitative method using interview research instruments, observation and documentation studies. The results of data analysis in this study used descriptive qualitative. The results of the study explained that 1) the development of *keben* handicraft business in Banjar Tanggahan Peken experienced ups and downs, from the number of craftsmen having decreased, but from the number of collectors experiencing an increase. 2) The application of entrepreneurship orientation based on local wisdom can improve the marketing performance of *keben* craft business, this requires the craftsmen to always innovate, be proactive and be brave to take risks.

**Keywords: Entrepreneurship Orientation Local Wisdom Value Marketing Performance *Keben* Craftsme**

## I. PENDAHULUAN

Adanya globalisasi telah membawa pengaruh yang besar bagi seluruh kegiatan ekonomi. Kondisi ini memaksa industri lebih cepat dalam mengambil keputusan, berani bertindak cepat, berani menanggung resiko dalam setiap keputusan dan selalu melakukan inovasi, proaktif dan strategis serta membina relasi demi meningkatkan kinerja pemasaran Abdul Manap (2016)[1]. Tentu saja industri yang mampu bertahan adalah yang memiliki sikap kewirausahaan menciptakan lingkungan pembelajaran yang bersumber dari eksplorasi dan eksperimen

yang diwujudkan dalam bentuk kreatifitas dan inovasi.

Keunggulan dalam persaingan dan pengakuan dari pelanggan secara eksplisit telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan (Weerawardena, 2003, p.411). Inovasi sebagai sebuah manifestasi kreatifitas dan kapabilitas pemasaran yang tidak selamanya identik atau serta merta menghasilkan kinerja/pengakuan pelanggan yang optimal sudah tentu membutuhkan penelitian yang lebih mendalam.

Di dalam meningkatkan ekonomi rakyat, pengrajin *keben* perlu mendapat

perhatian, salah satunya adalah pengrajin *keben* di banjar Tanggahan Peken, Desa Sulahan Kecamatan Susut, Bangli. Mayoritas mata pencaharian penduduk di Banjar Tanggahan Peken sebagai pengrajin *keben*. *Keben* sebagai sarana upacara yang dipakai tempat *banten* umat Hindu kini sudah tidak lagi menjadi satu-satunya sarana yang dipakai sebagai tempat upacara umat Hindu, kemajuan jaman dan teknologi memunculkan berbagai jenis *keben* yang terbuat dari bahan-bahan lain selain bambu, seperti penyalin, kayu atau fiber. Hal ini mengancam keberadaan pengrajin *keben* bambu untuk itu perlu dilakukan inovasi dalam pembuatan *keben* dari bahan bambu ini agar tidak tergerus oleh jaman. Keinovasian sangat berperan penting dalam orientasi kewirausahaan *keben* bambu ini. Hal ini menjadi petunjuk bagi pengrajin *keben* bambu untuk mengedepankan keinovasian dalam kegiatan usaha untuk mengutamakan kegiatan pengembangan desain produk yang khas dengan didasari kearifan lokal dan budaya religius yang kuat serta menghasilkan produk yang bervariasi dan diminati pelanggan. Permasalahan-permasalahan inilah yang menjadi dasar dalam penelitian ini, di mana penelitian ini

akan menganalisis orientasi kewirausahaan yang berbasis kearifan lokal pada pengrajin *keben* Bambu di Banjar Tanggahan Peken, Desa Sulahan, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan kinerja pemasaran pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan peken saat ini?
2. Bagaimana penerapan orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal pada kinerja pemasaran pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan peken ?

## **II. METODOLOGI PENELITIAN**

Tempat peneliiian ini di Banjar Tanggahan Peken, Desa Sulahan, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, dengan mengambil salah satu usaha rakyat yaitu pengrajin *keben* bambu. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan april sampai dengan Desember 2019.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sugiyono (2010 :15) megatakan bahwa peelitian kualitatif adalah metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.

Berdasarkan pada data yang diperoleh, maka pembahasan dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Studi Literatur
- 2) Melakukan pengumpulan data
- 3) Analisis dan perumusan masalah
- 4) Analisis orientasi kewirausahaan sesuai dengan nilai-nilai kearifan lokal pada masyarakat pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan peken.
- 5) Perumusan Orientasi Kewirausahaan berbasis kearifan lokal
- 6) Penarikan Kesimpulan

Untuk dapat menjawab pertanyaan yang telah dimunculkan mengenai analisis orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal untuk meningkatkan kinerja pemasaran, digunakan teknik untuk mengumpulkan datameliputi:

#### 1. Observasi

Observasidilakukan sebagai tindakan awal untuk mempelajari permasalahan pengrajin *keben* bambu maka data yang diperoleh akan lebih lengkap dan tajam

#### 2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data atas dokumen berupa laporan dan catatan yang memberikan informasi terkait dengan orientasi kewirausahaan yang berbasis kearifan lokal pada pengrajin *keben* Bambu di Banjar Tanggahan Peken

#### 3. Wawancara

Wawancaraadalah pengumpulan data dengan melakukan komunikasi langsung dengan pengrajin *keben* bambu di Banjar Tanggahan Peken sehingga dapat memperoleh tambahan data yang dapat

menggambarkan kinerja dan permasalahan pemasarannya.

Setelah semua data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data untuk mendapatkan kesimpulan. Analisis data adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkan ke dalam pola, tema atau kategori tafsiran atau intepetasi artinya memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, mencari hubungan antara berbagai konsep. Analisis data dilakukan melalui analisis kualitatif terhadap data bukan angka, dan analisis kuantitatif (statistik) terhadap data yang berupa angka. Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miller dan Huberman ada tiga langkah yaitu, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan (Suprayoga dan Tabroni, 2001 ; 193-195) :

#### 1. Reduksi data

Reduksi data artinya sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan

#### 2. Penyajian data

Penyajian data adalah penyajian sekumpulan informasi yang tersusun serta memungkinkan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan.

#### 3. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang merupakan sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh.

Data yang sudah dianalisis selanjutnya disajikan dengan menggunakan metode informal, yaitu suatu metode penyajian data/perumusan data/hasil penelitian yang dideskripsikan dengan menggunakan kata-kata biasa , data yang telah terkumpul dalam penelitian ini diseleksi atau diklasifikasikan lebih dahulu. Data yang memiliki kehandalan dan reliabilitas terhadap permasalahan yang dikaji dimasukkan sebagai data pokok, sedang data yang relevansinya rendah tidak akan digunakan dalam menentukan hasil penelitian. Data formal yang menggambarkan kondisi subjek dan objek yang diteliti tentang orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal, berupa tabel, bagan, dan foto-foto, berdasarkan hasil observasi wawancara

dan studi dokumentasi, dianalisis dan disajikan secara kualitatif dalam bentuk uraian.

### **III. HASIL PENELITIAN**

Perkembangan Kinerja Pemasaran  
Pengrajin *Keben* di Banjar Tanggahan  
Peken

Banjar Tanggahan Peken terletak di Desa Sulahan Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. Batas wilayah dusun :

Sebelah Utara : Ds Lumbuan  
Sebelah Selatan : Ds Penatahan  
Sebelah Barat : Ds Sulahan  
Sebelah Timur :DsTanggahan  
Gunung

Jumlah penduduk 2.142 orang, penduduk laki-laki 1.072 orang, penduduk perempuan berjumlah 1070 orang. Dari data yang diperoleh di banjar Tanggahan Peken mayoritas penduduk berprofesi sebagai pengrajin *keben* yaitu sebanyak 855 orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kelian banjar dan beberapa pengrajin jumlah pengrajin di Banjar Tanggahan Peken mengalami penurunan, sekitar tahun 2015 hampir 90% penduduk bermata pencaharian sebagai pengrajin *keben*

namun jumlahnya menurun setiap tahun, saat ini kurang dari 50% penduduk berprofesi sebagai pengrajin.

Pelestarian usaha *keben* menjadi alasan pengrajin untuk tetap bertahan sampai saat ini.Keberadaan *keben* sebagai sarana upacara merupakan komitmen untuk melestarikan eksistensi *keben* sebagai warisan budaya di tengah maraknya persaingan usaha *keben* yang terbuat dari kayu ataupun fiber.

Profesi sebagai pengrajin *keben* merupakan pekerjaan turun-temurun di Banjar tanggahan peken. Pekerjaan ini lebih banyak digeluti oleh wanita, dari yang muda hingga yang tua, terutama yang sudah menikah. Pada mulanya proses pemasaran *keben* hanya menunggu pesanan yang datang terutama pesanan dari pengepul yang berasal dari Luar Desa.

Kinerja pemasaran pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan *Keben* dapat dilihat dari pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan penjualan, porsi pasar dan kemampuan labaan. Dalam Ferdinand (2006), untuk mengukur kinerja pemasaran terdiri dari empat indikator, diantaranya :

1. Pertumbuhan pelanggan merupakan tingkat perumbuhan pelanggan perusahaan porsi pasar
2. Pertumbuhan Penjualan merupakan derajat angka pertumbuhan volume penjualan dalam tiga tahun terakhir
3. Porsi pasar merupakan besarnya kontribusi produk yang ditangani dapat menguasai pasar untuk produk sejenis dibandingkan industri bordir kebaya lainnya
4. Kemampuan laba merupakan besarnya keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.

Dari tahun ke tahun jumlah pelanggan usaha kerajinan *keben* di Banjar Tanggahan Peken mengalami pasang surut. Dari hasil wawancara dengan beberapa pengrajin menyebutkan bahwa pada hari-hari biasa jumlah penjualan tidaklah seberapa, namun pada saat hari-hari besar keagamaan Hindu maka penjualan semakin meningkat bahkan sampai lima kali lipat, tapi karena pembuatan *keben* yang memakan waktu lama membuat para pengrajin selalu kewalahan di hari raya. Konsumen *keben* di Banjar Tanggahan Peken berasal dari berbagai daerah Di Bali. Saat ini penjualan *keben* menasar tak hanya di areal Bangli

dan sekitarnya, tapi juga sudah dikirim hingga ke luar provinsi. Penjualan pun sudah menggunakan promosi melalui media sosial dan menggunakan jasa pengirim. Keuntungan yang diperoleh pengrajin *keben* rata-rata Rp 400.000 per minggunya. Keuntungan yang diperoleh oleh para pengepul *keben* di Banjar Tanggahan Peken rata-rata Rp 7.000.000 sampai Rp 10.000.000 perbulannya.

Untuk memperlancar penjualan *keben* di Banjar Tanggahan Peken dibentuk beberapa kelompok pengrajin. Saat ini ada sekitar delapan kelompok pengrajin yang tiap kelompok terdiri dari 15-25 orang. Tiap kelompok memiliki seorang pengepul yang membeli hasil kerajinan mereka. Selain itu para pengrajin juga ada yang menjual sendiri hasil *keben* mereka kepada konsumen melalui media online ataupun pemasaran langsung.

#### **IV. Penerapan Orientasi Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan Peken**

Kewirausahaan adalah faktor kunci dalam mendeterminasikan aktifitas pembangunan kapabilitas perusahaan. Orientasi kewirausahaan dari suatu perusahaan akan mendorong orientasi kompetitifnya (Merz

& Suber, 1995). Kewirausahaan juga merupakan elemen kunci dalam mendapatkan keunggulan bersaing yang tentu saja juga akan berakibat positif pada kinerja finansialnya. Perusahaan dengan kemampuan wirausaha yang tinggi akan sangat memperhatikan inovasi, inisiasi perubahan, dan kecepatan respon yang tinggi untuk terus berubah secara fleksibel (Naman & Slevin, 1993). Porter (2008) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi *benefit* perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Suardika (2012) Mengingat pentingnya orientasi kewirausahaan dalam meraih keunggulan kompetitif dan kesuksesan usaha maka UKM perlu mengembangkan orientasi kewirausahaan dalam aktivitas-aktivitas usahanya serta dijadikan landasan dalam perumusan dan penerapan strategi dalam berkompetisi. Adapun penerapan Orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal di Banjar tanggahan Peken dilihat dari inovasi, sikap proaktif dan berani menanggung resiko.

### 3.2.1 Inovasi

Semakin berkembangnya jaman menuntut para pengrajin untuk terus berinovasi . inovasi berkelanjutan dalam

perusahaan adalah persyaratan dasar untuk penciptaan keunggulan kompetitif. Inovasi dipandang sebagai mekanisme bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis (salman, 2015).

Inovasi yang dilakukan masyarakat pegrajin *keben* di Banjar Tanggahan Peken masi berbasis nilai-nilai kearifan lokal seperti

“Wiadin ririh enu liu peplajahan”

Ungkapan ini mengandung arti walaupun sudah pintar masih banyak yang harus dipelajari.

Ni luh ernawati, yang merupakan salah satu pengrajin *keben* mengatakan. “selalu belajar dalam membuat motif baru, kita pengerajinnya yang harus berinovasi agar bisa memenuhi pesanan, Karena permintaan konsumen semakin beragam jadi kita harus menambah ilmu dan teknik ngulat lagi,”

Nilai kearifan lokal pada penerapan inovasi juga dapat dilihat dari motif *keben* yang digunakan, yaitu motif matahari, motif swastika, motif bunga, motif catur dan banyak motif lainnya yang dipercaya memiliki makna tentang kesucian dan keagungan Tuhan.

### 3.2.2 Proaktif

Proaktif sebagai tindakan mencari peluang pasar terus menerus dan eksperimen dengan menggunakan respon yang potensial terhadap kecenderungan perubahan lingkungan (Andriyani, 2006).

Para konsumen bisa memesan motif *keben* sesuai dengan keinginan mereka, sehingga konsumen merasa lebih puas, hanya saja untuk pemesanan motif memerlukan waktu pengerjaan yang lebih lama dari biasanya, yaitu sekitar 1 sampai 2 minggu.

Demi memenuhi kebutuhan konsumen, masyarakat banjar Tanggahan Peken menerapkan prinsip *gilik saguluk, parasparo, salunglung sabayantaka, sarpana ya*” adalah tata kehidupan yang mengutamakan kebersamaan, musyawarah mufakat, kekeluargaan, kegotongroyongan, rasa senasib sepenanggungan, dan keharmonisan bersama. Sehingga dibentuklah kelompok-kelompok pengrajin *keben* yang bekerja sama untuk membuat *keben*, sehingga pembuatan *keben* bisa dipercepat. Salah satunya adalah kelompok pengrajin *keben* Ibu Ni Nengah sujati yang terdiri dari delapan orang pengrajin, mereka membagi tugas masing-masing, ada yang bertugas dalam proses *penyebitan* (memotong dan

menghaluskan bambu sesuai ukuran *keben*), proses pewarnaan dan proses menganyam. Selain ibu Nengah Sujati juga ada Ibu Wulan, Pemilik Wulan Bambu, beliau adalah pengrajin sekaligus pengepul kerajinan *keben* di banjar Tanggahan Peken, untuk memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu, ibu Wulan juga memiliki beberapa pengrajin, selain berbagi rejeki, memiliki kelompok pengrajin juga membuat usaha Wulan Bambu semakin maju.

### **Berani Menanggung Resiko**

Berani mengambil resiko, Menurut (Morris dan Kuratko, 2002) berani mengambil resiko (*risk taking*)menyangkut keinginan untuk meraih peluang yang kemungkinan dapat menyebabkan kerugian atau ketidaksesuaian kinerja yang signifikan.

Berani menanggung resiko tercermin dalam ungkapan *bani meli bani ngadep*".Kalimat ini artinya adalahberani membeli berani menjual yang memiliki makna bahwa dalam menentukan harga barang atau jasa harus ada keadilan tidak saling merugikan.

Para pengrajin *keben* di Banjar Tanggahan Peken, selalu menyediakan

*keben* dalam berbagai motif tanpa harus menunggu pesanan dari konsumen, sehingga ketika datang pesanan dalam jumlah banyak mereka bisa dengan cepat menangkap peluang tersebut, akan tetapi jika pesanan yang datang sedikit mereka siap menyimpan stok *keben* yang tersisa untuk di jual kembali.

## **V. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) perkembangan usaha kerajinan *keben* di desa tanggahandi lihat dari kinerja pemasaran, yaitu dari pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan penjualan, porsi pasar, dan kemampuan. Usaha kerajinan *keben* merupakan usaha turun temurun untuk melestarikan kebudayaan.

2) Penerapan orientasi kewirausahaan berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan kinerja pemasaran usaha kerajinan *keben*, hal ini menuntut para pengrajin lebih meningkatkan daya saingnya melalui penerapan inovasi berbasis kearifan lokal seperti ungkapan *wiadin ririh enu liu peplajahan* yang berarti setiap pengrajin tidak pernah pernah berhenti untuk belajar dan selalu melakukan inovasi untuk tetap dapat

bersaing dengan produk *keben* lainnya, bersikap proaktif dan berani menanggung resiko tercermin dalam ungkapan *bani meli bani ngadep*". Kalimat ini artinya adalah berani membeli berani menjual yang memiliki makna bahwa dalam menentukan harga barang atau jasa harus ada keadilan tidak saling merugikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Bekasi ; Mitra Wacana Media

Alma, Buchori 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung ; CV Alfabeta

Ariawati, ria ratna. 2004. *Usaha Kecil dan Kesempatan Kerja*. Unikom. Jakarta

Dharmawati, D.Made, 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta ; PT Raja Grafindo Persada

Diah Ayu Septi Fauji, dkk, 2016. "Memaknai Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal Pada Sentra Industri Tahu Kota Kediri Seminar Nasional Manajemen (SENIMA) 2016 – Universitas Negeri Surabaya

(UNESA)

Ferdinand, Augusty., 2003. "*Sustainable Competitive Advantage : Sebuah Eksplorasi Model konseptual*". Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Gie, K.K. (1997). *Ensiklopedi Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Jakarta; Delta Panangkal

Hastuti,Rahmah. 2013. Peluang Kewirausahaan dan Faktor Penghambat UKM*Handycraft* Berbahan Dasar Kerang (Studi Kasus Pada UKM di Bekasi). Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis III 2013, Universitas Tarumanegara. Jakarta

Indrawati, 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Pt Refika Aditama: Bandung

Jauhari, Jaidan. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan *e-commerce* . Jurnal Sistem Informasi (JSI) Vol.2. No.1 April 2010

Khairani Alawiyah Matondang, 2018 .Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Besiang Air dalam Meningkatkan Pendapatan Penganyam (Studi Kasus di Kecamatan Sei Kepayang Barat).NIAGAWAN Vol 7 No 3 November 2018

Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*.Edisi Bahasa Indonesia.Jakarta ;Penerbit Erlang