

Original Research Paper

Inventarsasi UMKM Desa Tanjung Dalam Mendukung Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Pedesaan

I Wayan Suteja¹, Hasyim¹, Rohani¹, Salehudin¹, Didi Supriadi A.¹, Hartana¹, Guruhsetra T., R., H.².

¹ Department of Civil Engineering, Mataram University, Mataram, Indonesia

² Institute for Research and Community Service Department, Mataram University, Mataram, Indonesia.

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v7i3.9036>

Sitasi: Suteja, I. W., Hasyim., Rohani., Salehudin., Supriadi A, D., Hartana., & Guruhstera, T. R. H. (2024). Inventarsasi UMKM Desa Tanjung Dalam Mendukung Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 7(3)

Article history

Received : 05 Juli 2024

Revised: 31 Agustus 2024

Accepted: 02 September 2024

Corresponding Author:

I Wayan Suteja, Civil Engineering Departmen, Mataram University, Mataram, Indonesia

Email: wayansuteja@unram.ac.id

Abstract: Desa Tanjung memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif, pedesaan terutama di bidang kuliner. Kekayaan dan ragam kuliner tradisional yang unik dengan cita rasa yang khas dan sumber daya alam yang melimpah merupakan peluang emas untuk pengembangan dan peningkatan potensi ekonomi pedesaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi pertumbuhan UMKM di Desa Tanjung dalam pengembangan, penguatan dan peningkatan potensi ekonomi kreatif pedesaan. Inventarisasi UMKM pedesaan adalah upaya untuk mengklasifikasi kegiatan usaha kecil dan menengah masyarakat desa agar lebih mudah dan terukur pengembangan program penguatan yang dapat dilakukan lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan adalah studi lapangan dan analisis deskriptif. Penelitian ini lebih ditekankan pada penguatan dan pengklasifikasian konsep ekonomi kreatif pedesaan dengan mengidentifikasi, mengklasterisasi sektor-sektor UMKM yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini juga membahas dampak tumbuhnya ekonomi kreatif terhadap pembangunan ekonomi pedesaan, termasuk kontribusi ekonomi kreatif terhadap terbukanya lapangan kerja dan kemampuan terhadap inovasi produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman yang lebih baik tentang potensi pertumbuhan ekonomi UMKM yang berbasis kreatif serta implikasinya bagi kemajuan ekonomi dan pembangunan desa.

Keywords: ekonomi kreatif, UMKM, Desa Tanjung KLU

Pendahuluan

UMKM telah menjadi salah satu sektor yang berkembang dalam ekonomi global modern. Sektor ini juga menunjukkan ketangguhan yang cukup tinggi dalam situasi ekonomi global yang mengalami guncangan signifikan akibat situasi dunia yang mengalami perubahan secara cepat dan dinamis. Dengan perkembangan teknologi yang amat pesat, globalisasi, dan perubahan dalam perilaku konsumen di era digital yang semakin pesat, ini, mengakibatkan upaya secara aktif dan

terus menerus akan penggalan potensi, pengembangan, serta penguatan potensi ekonomi kreatif pedesaan harus telah menjadi salah satu upaya yang sinergi sehingga UMKM dapat menjadi lokomotif utama dalam pertumbuhan ekonomi global di desa.

Desa-desa di Indonesia menyimpan kekayaan kuliner tradisional yang sangat beragam, namun, seringkali potensi ini belum tergarap secara maksimal. Dengan mengolah kekayaan kuliner lokal secara kreatif dan inovatif, desa-desa dapat menciptakan produk dan layanan kuliner yang unik,

khas serta bernilai tambah. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat desa, tetapi juga akan memperkenalkan kekayaan kuliner Indonesia ke kancah internasional. Salah satu desa yang memiliki potensi besar untuk berkembang dari sudut ekonomi kreatif bidang kuliner adalah Desa Tanjung, Kabupaten Lombok Utara Provinsi Nusa Tenggara Barat. Wilayah yang tersembunyi di balik keindahan alamnya, Desa Tanjung menyimpan kekayaan budaya dan sumber daya alam yang melimpah, terutama dalam sektor kuliner, ekonomi produktif serta pariwisata berbasis kearifan budaya lokal. Potensi -potensii tersebut belum menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi pedesaan karena system kelola yang masih berbasis keluarga, sentuhan industrialisasi peralatan belum maksimal, permodalan yang masih terbatas serta tatakelola manajemen usaha yang belum professional terutama dalam keuangan dan rencana pengembangan usahanya. Oleh karena itu upaya awal untuk menginventarisasi, mengklasifikasi, serta memotret kondisi usaha dari UMKM yang ada di Desa Tanjung sangatlah penting untuk dilakukan.

Penetapan pilihan Ekonomi Kreatif, khususnya dalam bidang sektor kuliner di Desa Tanjung adalah salah satu pilihan cerdas dan telah menjadi salah satu kunci pembuka pintu menuju kesejahteraan masyarakat desa. Desa Tanjung, dengan kekayaan kuliner tradisional yang dimiliki bersifat unik, khas, serta memiliki potensi signifikan tinggi untuk dikembangkan dimasa mendatang, sehingga penguatan potensi ekonomi pedesaan dalam menjamin akan ketahanan perekonomian masyarakat desa dapat terwujud.

Pengembangan ekonomi kreatif bagi UMKM di Desa Tanjung dapat dilakukan melalui peningkatan dan penguatan inovasi produk dan kreativitas usaha, penguatan system pengemasan (*packing*), penguatan *market branding* (pelabelan produk) serta perluasan wilayah pemasaran dengan memanfaatkan potensi digitalisasi seperti media social, market place, serta promosi dalam *web* desa. Usaha ekonomi kreatif dibidang kuliner khas Desa Tanjung dapat ditingkatkan menjadi produk unggulan yang memiliki daya saing tinggi, jaminan kualitas yang tinggi, serta mampu menembus pasar yang lebih luas.

Berdasarkan data yang terdapat dalam profil desa, potensi pertumbuhan ekonomi di Desa Tanjung sangatlah menjanjikan, dan sebaran variasi usaha yang berbasis sumberdaya alam juga sangat

signifikan, seperti ikan laut, kopi, vanili, mente, serta kulit sapi, kerbau dan kambing. Dengan dukungan pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha, yang terkoordinasi dengan baik mengakibatkan sampai saat ini kegiatan usaha ekonomi kreatif berbasis kuliner dapat menjadi lokomotif penggerak perekonomian desa. Hal ini terlihat Dimana, selain meningkatkan pendapatan masyarakat, pengembangan ekonomi kreatif juga dapat menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di Kabupaten Lombok Utara.

Disadari atau tidak, upaya dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kuliner, Desa Tanjung juga dihadapkan pada berbagai tantangan cukup besar, seperti kurangnya akses terhadap teknologi terutama teknologi informasi (desa digital), terbatasnya pengetahuan pelaku usaha tentang pemasaran, kurangnya kemampuan memahami manajemen administrasi usaha yang baik, lemahnya minat untuk meningkatkan usaha (masihh terpaku sebagai usaha keluarga) serta persaingan yang semakin ketat dalam pemasaran adalah beberpa hall yang merupakan kendala yang perlu diatasi, serta mendapatkan perhatian pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dan komprehensif untuk mengatasi tantangan tersebut. Dalam penelitian ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai upaya penguatan UMKM Desa Tanjung dalam menguatkan potensi ekonomi kreatif yang berbasis digitalisasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan di Desa Tanjung Lombok Utara. Analisis mendalam akan dilakukan terhadap potensi sumber daya lokal, tantangan yang dihadapi, serta strategi pengembangan yang tepat untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif berbasis kuliner di desa.a. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Menginventarisasi kegiatan usaha masyarakat di Desa Tanjung dalam kelompok usaha yang tergolong UMKM. 2) Mengklasifikasi UMKM di Desa Tanjung sesuai dengan sektor usaha yang digeluti. 3) Menemukanali upaya yang dibutuhkan dalam penguatan dan pengembangan UMKM yang berorientasi ekonomi kreatif dengan basis digitalisasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menganalisis peran

ekonomi kreatif dan potensi pertumbuhan ekonomi UMKM di Desa Tanjung, terutama dalam bidang kuliner. Menurut KBBI, Kuantitatif artinya berdasarkan jumlah atau banyaknya. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang mengambil data dalam jumlah yang banyak. Bisa puluhan, ratusan, atau mungkin ribuan. Metode ini dipilih karena ingin mendapatkan hasil yang lebih objektif dan dapat diukur secara numerik.

Menurut Sugiyono (2018:14), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data primer melalui survei yang dilakukan terhadap 35 responden yang terlibat dalam industri kuliner di Desa Tanjung. Responden ini meliputi pengusaha UMKM,

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang profil responden dan digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan spesifik tentang usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Hasil dan Pembahasan

1. Inventarisasi dan Verifikasi UMKM

Berdasarkan data lapangan yang dikumpulkan, terdapat 37 usaha UMKM di Desa Tanjung yang bergerak dalam bidang kuliner. Contoh ekonomi kreatif dibidang kuliner yg ada di desa Tanjung diantaranya :

- Sate Tanjung: Contoh ekonomi kreatif industri kuliner yang sukses dalam menembus pasar internasional. Sate Tanjungl memiliki cita rasa yang cukup unik dengan pengolahan bumbu yang didasarkan dari bahan ikan membuatnya memiliki cita rasa yang unik dan bumbu rempah yang dipakai terasa. Sate tanjung ini wajib menjadi kuliner khas yang wajib dicicipi oleh para pengunjung dari luar ketika berkunjung atau melewati Lombok Utara bahkan membuatnya menjadi favorit masyarakat lokal.
- Kopi Nina Pacu: Contoh ekonomi kreatif industri kuliner lainnya dalam menghadirkan kopi khas Kabupaten Lombok Utara yang dimana terbuat dari biji kopi robusta pilihan yang ditanam oleh petani kopi Lombok Uatra yang secara geografisberada dekat Gunung

Rinjani yang terkenal alami dan memiliki cita rasa khas yang tentunya berkwalitas. Kopi Nina Pacu ini memiliki pabrik sendiri untuk pengolahan, selain itu dapat memperluas lapangan kerja bagi masyarakat terutama perempuan di desa Tanjung. Kopi Nina Pacu khas Lombok Utara ini telah menarik perhatian banyak orang sampai keluar daerah .

- Kerupuk kulit ikan: Contoh ekonomi kreatif industri kuliner yang memiliki potensi besar yaitu keurupuk kulit ikan. Kerupuk Kulit Ikan ini memiliki rasa yang unik dan lezat. Kerupuk kulit ikan ini memiliki hubungan yang berkesinambungan dengan sate ikan, jika pada sate ikan yang digunakan hanya bagian isinya saja maka kulitnya digunakan untuk kerupuk kulit ikan ini, dengan dikeringkan dan diolah sehingga dapat dijadikan oleh-oleh bagi pengunjung Lombok Utara.
- Pepes ikan : kuliner lainnya yang ada di Tanjung yaitu Pepes ikan, sama halnya dengan sate ikan yg digunakan hanya isinya saja, di kerupuk kulit ikan digunakan kulitnya, selanjutnya yang tersisa adalah bagian tulang atau sisi-sisi yang tidak digunakan untuk sate ikan maupun keurupuk kulit ikan maka digunakan untuk pepes ikan ini, para pelaku usaha sate ikan mengungkapkan bahwa sisa-sisa bagian dari ikan yang tidak digunakan juga dapat diolah dan tentunya menghasilkan uang. Semua bagian dari ikan dapat diolah untuk dijual sehingga tidak perlu ada yang dibuang. Pepes ikan juga ini menjadi salah satu kuliner yang banyak digemari oleh para konsumen.

Hasil inventarisasi disajikan dalam bagian lampiran dari artikel ini



Gambar 1. Proses inventarisasi UMKM di 17 Dusun di Desa Tanjung KLU



Gambar 2. Proses Verifikasi, klasifikasi UMKM di Desa Tanjung KLU

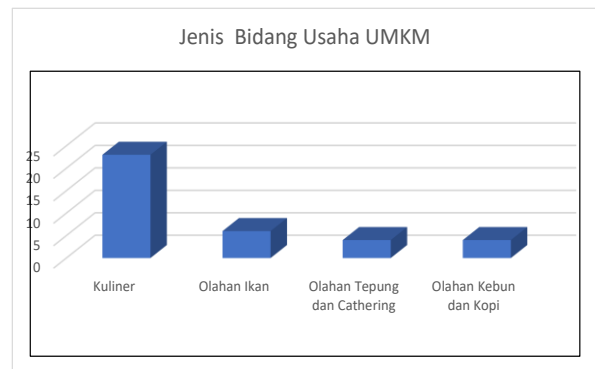
Berdasarkan data lapangan hasil inventarisasi dan verifikasi di 17 (tujuh belas) dusun di Desa Tanjung, sebaran umkm di desa Tanjung terbagi menjadi 4 (empat) kelompok usaha yaitu sebagai berikut :

1. Kelompok usaha yang bergerak pada usaha kuliner dengan berbagai macam jenis yang dpasarkan
2. Kelompok usaha yang bergerak pada kegiatan pengolahan ikan (sate, pepes, abon dan sebagainya)
3. Kelompok usaha yang bergerak pada kegiatan pengolahan tepung dan cathering, baik tepung beras, terigu maupun tapioka, yang lebih dominan pada sajian panganan
4. Kelompk usaha yang bergerak pada bidang kegiatan olahan hasil kebun dan kopi

Secara lengkap disajikan dalam tabel dan gambar berikut :

Tabel 1 Sebaran jenis usaha UMKM di Desa Tanjung tahun 2024

| No | Unit Bidang Usaha | Jumlah |
|----|-----------------------------|--------|
| 1 | Kuliner | 23 |
| 2 | Olahan Ikan | 6 |
| 3 | Olahan Tepung dan Cathering | 4 |
| 4 | Olahan Kebun dan Kopi | 4 |



Gambar 3. Kelompok Jenis Usaha UMKM

Dilihat dari tabel inventarisasi UMKM di atas, bahwa Tanjung memiliki keberagaman usaha kuliner. Mulai dari kuliner tradisional hingga mampu menciptakan produk yang unik dan menarik. Dari keberagaman ini menjadi potensi besar bagi pengembangan wisata kuliner di desa Tanjung KLU.

2. Penguatan Pelaku UMKM

Melihat kondisi yang ada, dari 37 usaha UMKM yang tersebar di 17 (tujuh belas) dusun di Desa Tanjung, semua UMKM bersifat UMKM yang dikelola tanpa menggunakan sistem manajemen yang baik, bersifat usaha keluarga, tata kelola usaha dilakukan oleh anggota keluarga serta tata administrasi dan keuangan masih tergabungg dengan keuangan keluarga. Hal ini merupakan kelemahan (*weakness*) dari sistem pengelolaan usaha oleh pelaku UMKM di Desa Tanjung.

Dari sisi kekuatan (*strenght*), disiplin berusaha, kekayaan alam yang melimpah serta etos kerja yang tinggi dalam berusaha menjadikan kegiatan usaha masih survive sampai saat ini dan dapat menghidupi keluarga secara nyaman. Tantangan (*threat*) akan sistem pemasaran yang global dengan basis teknologi informasi seperti media sosial, instagram, facebook, bahkan sampai market place adalah suatu hal yang harus dipacu bagi pelaku usaha umkm agar mereka dapat bersaing dengan kompetitif serta dapat memperluas

pemasaran produknya. Disisi lain pemasaran secara lokal masih cukup dominan serta kemampuan pengemasan, dan pelabelan produk (market branding) masih kurang maksimal. Tantangan ini diselesaikan dengan bantuan penguatan pemahaman, penguatan orientasi bisnis, serta penguatan kemampuan inovasi produk dan pelatihan pengemasan produk yang kompetitif dan menarik. Hal ini dilakukan dengan bekerja dengan Tim Dinas Perindustrian Provinsi NTB, serta bekerja sama dengan volentir usaha mikro di Desa Tanjung. Diskusi penguatan dilakukan atas dukungan kepala Desa Tanjung dengan memberi bantuan fasilitas aula kantor desa untuk sebagai ruang komunikasi dan diskusi intensif.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan penguatan melalui pelatihan kecil terlihat bahwa sebagian besar para pelaku usaha di Desa Tanjung dalam pengelolaan dananya masih dari dan sendiri dan belum dipisahkan antara dana modal dan dan pribadi. Tidak banyak pelaku usaha yang tergabung dalam suatu kelompok atau organisasi, atau memiliki struktur organisasi usaha yang baik, lebih bersifat keluarga. Dalam pemasarannya hanya mencakup bagian sekitar Tanjung (*local market oriented*) tidak ada dilakukan melalui sosial media seperti facebook dan whatsApp, istagram dan sebagainya, bahkan pemasaran masih bersifat menggunakan format kontak personal atau dari mulut kemulut. Sehingga usaha yang dijalani tidak terlalu banyak diketahui masyarakat luas. Disisi lain usaha UMKM Desa Tanjung khususnya kuliner Tanjung ini memiliki potensi yang besar untuk dapat dipasarkan sampai keluar daerah, namun dikarenakan keterbatasan akses dan pengetahuan para pelaku usaha yang dimana kebanyakan dari kalangan orang tua, kurang update dan gagap teknologi hal itu menjadi terbatas.



Gambar 4. Pendampingan UMKM secara intensif terkait dengan inovasi dan market branding



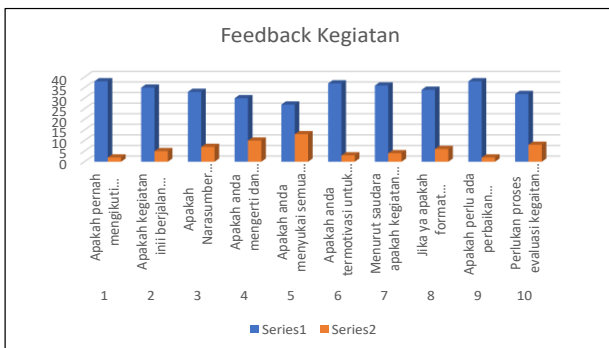


Gambar 5. Penguatan Etos Berusaha dan Inovasi Produk 37 UMKM di Aula Kantor Desa Tanjung, melalui sosialisai dan testimoni pelaku UMKM

Namun dari feedback yang dilalukan melalui penyebaran kuisiionary pada pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan dalam format 10 pertanyaan untuk menakar dan mengukur pamahaman, partisipasi serta potensi ingin menindaklanjuti tergambar sebaran hasil kuisiioner sebagai berikut :

Tabel 2. Sebaran hasil pelaksanaan kegiatan

| No | Pertanyaan | jawaban | |
|----|--|---------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah pernah mengikuti kegiatan seperti inii sebelumnya | 38 | 2 |
| 2 | Apakah kegiatan inii berjalan lancar dan sukses | 35 | 5 |
| 3 | Apakah Narasumber menyampaikan materi dengan baik | 33 | 7 |
| 4 | Apakah anda mengerti dan paham materi yang disampaikan | 30 | 10 |
| 5 | Apakah anda menyukai semua sesi dalam kegiatan ini | 27 | 13 |
| 6 | Apakah anda termotivasi untuk mengikuti arahan nanarumbernya | 37 | 3 |
| 7 | Menurut saudara apakah kegiatan semacam ini perlu dilakukan berikutnya | 36 | 4 |
| 8 | Jika ya apakah format pelaksanaannya seperti yg sekarang dilakukan | 34 | 6 |
| 9 | Apakah perlu ada perbaikan metode penyampaian materi | 38 | 2 |
| 10 | Perlukan proses evaluasi kegiatan pada setiap kelompok UMKM yang ada | 32 | 8 |
| | | 340 | 60 |



Gambar 6. Sebaran hasil pelaksanaan kegiatan

Kondisi UMKM setelah dilakukan pendampingan, penguatan, serta testimoni baik pada sektor kegiatan usaha yang digeluti, manajemen administrasi dan keuangan, penguatan inovasi usaha dan produk, pengembangan usaha serta

testimoni akan keberhasilan oleh ketua IWAPI belum dapat terukur secara baik karena belum dilakukan evaluasi dengan scenario dan format evaluasi keberhasilan berusaha sesuai dengan pedoman keberhasilan usaha yang ditetapkan pada Dinas Perindustrian serta Pedoman pengembangan usaha kecil dan menengah kementerian UMKM.

Hasil imvenatrisasi dan penguatan orientasi usaha untuk pengembangan UMKM di Desa Tanjung, terutama bagian perluasan akses terhadap permodalan, pelatihan manajemen bisnis, peningkatan kualitas produk, inovasi usaha, serta pengembangan kemasan yang menarik (*brand market*). Diperoleh masih banyak kendala yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tanjung khususnya kendala pengetahuan, kendala Selain itu, ditemukan bahwa perlu dilakukan upaya secara intensif dan berkesinambungan untuk mempromosikan kuliner Desa Tanjung melalui berbagai media elektronik (*digital market*) menggunakan atau memanfaatkan teknologi *Information Thecnology* (TI) yang secara mudah dapat diakses saat ini, untuk memotivasi kegiatan usaha yang berbasis teknologi yang semakin maju.

Setelah dilakukan kegiatan inventarisasi, verifikasi, penguatan serta optimalisasi yang disertai dengan ecaluasi hasil capaian “Optimalisasi UMKM dalam Upaya Peningkatan Daya Saing di Era Digitalisasi”, diperoleh catatan bahwa harus dilakukan upaya keberlanjutan dari penguatan orientasi bisnis UMKM di desa Tanjung tersebut dengan praktek dan hasil yang lebih baik di masa depan walaupun tidak secara langsung hasil yang diinginkan dapat dicapai dalam waktu singkat.

Kesimpulan

- Desa Tanjung memiliki potensi besar untuk dikembangkan ekonomi kreatif, terutama dalam bidang kuliner. Kekayaan kuliner tradisional dan sumber daya alam yang melimpah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Melalui inovasi dan kreativitas, kuliner khas Desa Tanjung dapat diubah menjadi produk unggulan yang menembus pasar lebih luas.
- Tantangan yang dihadapi seperti kurangnya akses terhadap teknologi, terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran, serta persaingan yang semakin ketat. Strategi yang dapat diterapkan yaitu perluasan akses

terhadap permodalan, pelatihan manajemen bisnis, peningkatan kualitas produk, serta pengembangan kemasan yang menarik, serta promosi kuliner melalui media teknologi.

- Dukungan pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha, ekonomi kreatif berbasis kuliner dapat menjadi lokomotif penggerak perekonomian desa, meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru, dan mengurangi pengangguran.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Mataram atas dukungan pelaksanaan kegiatan, Dinas Perindustrian NTB atas dukungan narasumber yang sangat signifikan, serta aparat desa Tanjung serta Masyarakat Tanjung yang sudah berperan aktif dalam kegiatan ini sampai pada tahap evaluasi hasil kegiatan.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari.H. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan ke empat. Penerbit Alpa Beta. Bandung
- Angipora, Marius. P. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran ED2. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Assauri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran, Dasar-Dasar Konsep dan Strategi. CV. Rajawali. Press Jakarta
- Cravens W. David. 2004. Pemasaran Strategis, Alih bahasa Lina Sali, MBA. Erlangga. Jakarta
- Gasperz, Vincent. 2005. Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. Metode Penelitian Skripsi. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Hutagaol, Vici Kristina. 2004. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Minuman Kopi di Potluck a Coffee Bar and Librarya Universitas Padjajaran. Bandung. Tidak dipublikasikan
- Kasmir. 2006. Kewirausahaan. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Terjemahan Ancellawati, Buku 2, Prentice Hall. Simon dan Schuster (Asia). Pte.Ltd. Penerbit ANDY. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Indonesia. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Ancellawati. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. edisi ke-12 jilid 1, alih bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2003. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Salemba Empat. Jakarta
- Lovelock, Christoper. 2005. Pemasaran Jasa Perspektif Asia. edisi ke-5. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Moekijat. 2003. Kamus Manajemen. Alumni : Bandung
- Mowen John C, and Minor Michael. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi kelima, Penerbit Erlangga. Jakarta
- Porter, M. E. 2004. Competitive Strategy. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Prasetyo, B dan Jannah, L.M. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Raharti. 2002. Manajemen dan Pemasaran Usaha Jasa. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Rini, Dian Sukma. 2003. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penjualan Handphone Merek Nokia. skripsi UIN Susqa Riau Pekanbaru. Tidak dipublikasikan
- Saladin, Djaslim. 2003. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. cetakan ke delapan, Alfabeta Bandung
- Swastha DH, Basu. 2002. Manajemen Barang dalam Pemasaran. cetakan kedua BPFE. Yogyakarta
- Swastha DH, Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Edisi II. Cetakan kedua. Penerbit ANDY. Yogyakarta
- Tjiptono Fandy. 2008. Pemasaran Strategik. ANDY. Yogyakarta.