

# STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN TENUN IKAT DI KABUPATEN MALUKU TENGGARA BARAT

Wilma Latuny<sup>1</sup> dan Daniel Bunga Paillin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura – Ambon  
Jl. Ir. M. Putuhena, Desa Poka – Ambon

Kontak Person :

[Wilma.latuny@advance-maluku.com](mailto:Wilma.latuny@advance-maluku.com)

[dani\\_ti\\_fatek@yahoo.co.id](mailto:dani_ti_fatek@yahoo.co.id)

## ABSTRAK

Industri kerajinan tenun ikat merupakan usaha turun temurun dan berkembang sejak dahulu sebagai sumber pendapatan masyarakat masyarakat Maluku Tenggara Barat. Dalam perkembangannya, industri ini menjadi salah satu fokus pembangunan ekonomi oleh pemerintah daerah Kabupaten Maluku Tenggara Barat (MTB). Penelitian pada industri ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk membuat rumusan strategi pengembangan.

Hasil penelitian terhadap 83 unit usaha binaan dinas perindustrian MTB menunjukkan Faktor internal berupa kekuatan dari industri kerajinan tenun ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat didominasi oleh pangsa pasar yang masih luas dan keterampilan serta keuletan dari pekerja industri sedangkan kelemahan yang timbul yaitu sulitnya akses pembiayaan dan kebanyakan pengrajin masih menggunakan alat tenun tradisional sehingga kapasitas produksi yang dihasilkan rendah. Untuk faktor eksternal peluang dari industri ini adalah kemungkinan dikembangkan menjadi komoditi unggulan daerah sedangkan yang menjadi ancaman bagi industri ini adalah kebijakan yang lebih bersaing dari Kabupaten lain yang memiliki industri sejenis.

Rumusan strategi pengembangan industri kerajinan tenun antara lain melakukan diversifikasi konsentrik, pengembangan pasar dan kerjasama penggabungan usaha antar unit-unit usaha sejenis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Industri Kerajinan Tenun Ikat

## PENDAHULUAN

Kabupaten Maluku Tenggara Barat dengan ibukota Saumlaki diresmikan pada tanggal 2 Desember 1999. Dalam perkembangannya selama 10 tahun, Kabupaten ini memfokuskan pembangunan ekonominya berdasarkan pada potensi sumberdaya alam yang dimilikinya. Saat ini pemerintah telah menempuh program revitalisasi dan

pengembangan industri dan perdagangan dalam rangka pemulihan ekonomi untuk segera menggerakkan sektor riil dalam jangka pendek yang difokuskan pada pengembangan industri pada cabang-cabang industri kulit, produk kulit, pengolahan ikan, perhiasan dan kerajinan dengan pemilihan dan penetapannya mempunyai kriteria bahwa kegiatan produksinya berakar dari terdapatnya

sumberdaya dan talenta masyarakat setempat misalnya aset budaya kerajinan. Selain itu kegiatan industri ini melibatkan banyak tenaga kerja khususnya dari penduduk setempat, menghasilkan nilai agregat yang besar, serta memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor terkait di daerah bersangkutan (Anonimous, 2002a). Salah satu industri yang menjadi fokus pengembangan ialah industri kecil penggerak ekonomi daerah yang mudah ditumbuhkembangkan di suatu daerah dan menimbulkan dampak pengaliran ekonomi daerah secara luas sehingga dapat mempercepat peningkatan penghidupan atau kesejahteraan sosial bagi masyarakat daerah bersangkutan ( Anonimous, 2002b).

Di Propinsi Maluku Industri kecil yang termasuk kelompok industri kerajinan (formal dan non formal) berjumlah 5.107 unit usaha dengan nilai investasi sebesar Rp.

68.169.595.000 dan jumlah tenaga kerja yang terserap sebesar 24.112 Orang (Anonimous, 2004).

Kabupaten Maluku Tenggara Barat sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Maluku dengan ibukota Saumlaki diresmikan pada tanggal 2 Desember 1999. Dalam perkembangannya selama 10 tahun, Kabupaten ini memfokuskan pembangunan ekonominya berdasarkan pada potensi sumberdaya alam yang dimilikinya. Pengelolaan sektor kelautan dan industri kerajinan yang berakar pada budaya masyarakat sendiri menjadi andalan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah.

Salah satu industri yang telah ada dan berkembang sejak dahulu sebagai warisan budaya sekaligus menjadi sumber pendapatan penduduk Maluku Tenggara Barat adalah industri kerajinan tenun ikat. Jumlah produksi tenun ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat dalam 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Jumlah Produksi Tenun Ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat Tahun 2004 - 2008

No.	Tahun	Jumlah Produksi(Lembar/tahun)
1.	2004	7.092
2.	2005	7.662
3.	2006	8.981
4.	2007	35.250
5.	2008	95.150

Nilai produksi yang semakin meningkat setiap tahunnya mendapat perhatian pemerintah daerah untuk mulai memperhatikan keberadaannya dan dijadikan sebagai salah satu fokus pengembangan. Menurut Rencana

Tata Ruang Wilayah Kabupaten Maluku Tenggara Barat, pengembangan industri tenun ikat ini difokuskan pada lokasi-lokasi yang sudah ada unit usahanya. Pengembangan tersebut dilakukan

melalui pembangunan sentra-sentra industri yang diharapkan dapat menambah kesempatan kerja bagi masyarakat. Saat ini sekitar 150 unit usaha tenun ikat yang tersebar pada 17 kecamatan di Kabupaten Maluku Tenggara Barat, akan tetapi yang menjadi objek binaan Dinas Perindustrian hanya sebesar 83 unit usaha. (Anonimous, 2008).

Melihat potensi pengembangan industri kerajinan tenun ikat yang cukup besar, maka perlu dilakukan penelitian mengenai pengembangan industri kerajinan tenun ikat guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengrajin di kabupaten Maluku Tenggara Barat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan Strategi apakah yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kerajinan tenun ikat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengrajin di Kabupaten Maluku Tenggara Barat.

Penelitian ini bertujuan:

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi dalam upaya pengembangan industri kerajinan tenun ikat berskala kecil saat ini di Kabupaten Maluku Tenggara Barat.
2. Menghasilkan rumusan strategi pengembangan industri kerajinan tenun ikat yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dibidang ini dalam rangka peningkatan kuantitas, kualitas dan profit.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Maluku Tenggara Barat Provinsi Maluku dengan langkah-langkah umum yang dilakukan, yaitu melakukan observasi lapangan wawancara dan penyebaran kuesioner bagi pelaku usaha industri kerajinan tenun ikat. Kuesioner didesain dengan mengakomodir faktor – faktor kunci untuk faktor eksternal dan internal. Kuesioner di rancang untuk dua metode, yaitu untuk Matriks EFE, IFE serta Matriks *Grand Strategy*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 83 unit usaha binaan Dinas Perindustrian dan 5 orang *stakeholder* di bidang industri kecil menengah

Perumusan strategi pengembangan dilakukan dengan menggunakan kerangka kerja perumusan strategi komprehensif , yaitu Tahap 1 : Tahap Input. Pada tahap ini, perumusan strategi diawali dengan melakukan evaluasi terhadap faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Evaluasi terhadap faktor – faktor ini dilakukan dengan Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dan IFE (*Internal Factor Evaluation*) Tahap 2 : Tahap Pencocokan. Tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan Matriks SWOT, Matriks *Grand Strategy* dan Tahap 3 : Tahap Keputusan. Tahap perumusan strategi pengembangan industri kerajinan tenun ikat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap 1 : Tahap Input

Pada tahap ini, perumusan strategi diawali dengan melakukan evaluasi terhadap faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan).

Evaluasi terhadap faktor – faktor ini dilakukan dengan Matriks EFE dan IFE.

#### 1. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation/ EFE*)

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal ( *External Factor Evaluation / EFE* )

Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 2 x 3 )
<b>Peluang ( <i>Opportunities</i> )</b>			
1. Perkembangan Industri Pariwisata	6.88	2	13.76
2. Program Bantuan Modal Pemerintah	5.63	2	11.26
3. Produk akhir dapat diolah menjadi komoditi alternative	8.33	3	24.99
4. Kemungkinan Kerja Sama Akademisi, Pelaku Usaha dan Pemerintah	10.00	2	20.00
5. Pengembangan Desain Yang Menjangkau Masyarakat Luas	10.21	3	30.63
6. Kemungkinan Di Kembangkan Menjadi Komoditi Unggulan Daerah	11.25	3	33.75
<b>Ancaman ( <i>Threats</i> )</b>			
1. Wilayah yang berbentuk kepulauan sehingga rentang kendalinya terlalu luas	5	3	15.00
2. Regulasi Pemerintah ( Perundang – Undangan, Perpajakan dll )	9.58	3	28.74
3. Rendahnya Daya Beli Masyarakat	6.88	2	13.76
4. Rendahnya Apresiasi Terhadap Karya Seni	6.48	2	12.92
5. Daya saing produk lemah jika dibandingkan dengan daerah lain yang lebih dulu maju	7.92	2	15.84
6. Kebijakan Kabupaten lain Terhadap IKM-nya lebih bersaing	11.83	3	35.49
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>257.14</b>

Pada tabel terlihat bahwa total nilai tertimbang untuk faktor eksternal sebesar 257.14 Nilai ini di atas nilai rata-rata 250.00. Total nilai tersebut menyatakan bahwa industri kerajinan tenun ikat memanfaatkan peluang eksternal guna menghindari ancaman.

#### 2. Matriks Evaluasi Faktor Internal ( *Internal Factor Evaluation / IFE* )

Untuk Matriks IFE, perhitungan Bobot, Peringkat, dan Nilai Tertimbang masing – masing faktor internal dilakukan dengan cara yang sama dengan perhitungan bobot, peringkat dan nilai tertimbang pada Matriks

Evaluasi Faktor Eksternal. Hasil perhitungan Bobot, Peringkat dan Nilai

Tertimbang Faktor – Faktor Internal dapat di lihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel.3.Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation / IFE* )

Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Nilai Tertimbang
( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 2 x 3 )
<b>Kekuatan ( <i>Strenght</i> )</b>			
1. Tingkat Keuntungan yang cukup besar	12.9	3	38.7
2. Pangsa Pasar yang masih luas	11.11	3	33.33
3. Variasi Desain & Motif	10.46	3	31.38
4. Ketrampilan / Keuletan Tenaga Kerja	13.82	4	55.28
5. Harga Yang Bersaing atau Kompetitif	9.44	4	37.76
6. Adanya sekolah keterampilan menenun	7.24	4	28.96
<b>Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )</b>			
1. Kesulitan Akses Pembiayaan	7.31	2	14.62
2. Kebanyakan pengrajin masih menggunakan alat tenun tradisional	6.42	2	12.84
3. Ketersediaan Ruang Publik untuk Pemasaran / Promosi	5.74	1	5.74
4. Desain atau Motif Kerajinan Belum Dipatenkan	4.7	1	4.7
5. Organisasi Kelembagaan di Tingkat Pengrajin	6.29	2	12.58
6. Bahan baku yang relative mahal	4.57	1	4.57
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>280.46</b>

Total nilai tertimbang untuk faktor internal sebesar 280.46. Nilai ini di atas

nilai rata – rata tertimbang 250.00. Total nilai tertimbang sebesar 280.46 memberikan posisi internal yang kuat dimana industri ini mampu memanfaatkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada.

### Tahap 2 :Pencocokan

Tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan Matriks SWOT dan Matriks *Grand Strategy*.

#### a. Matriks SWOT ( *Strenght Weaknesses Opportunities Threats Matrix* )

Dengan menggunakan langkah – langkah penyusunan Matriks SWOT, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh kombinasi strategi, yaitu : Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT seperti pada diagram di bawah ini.

Tabel 4. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

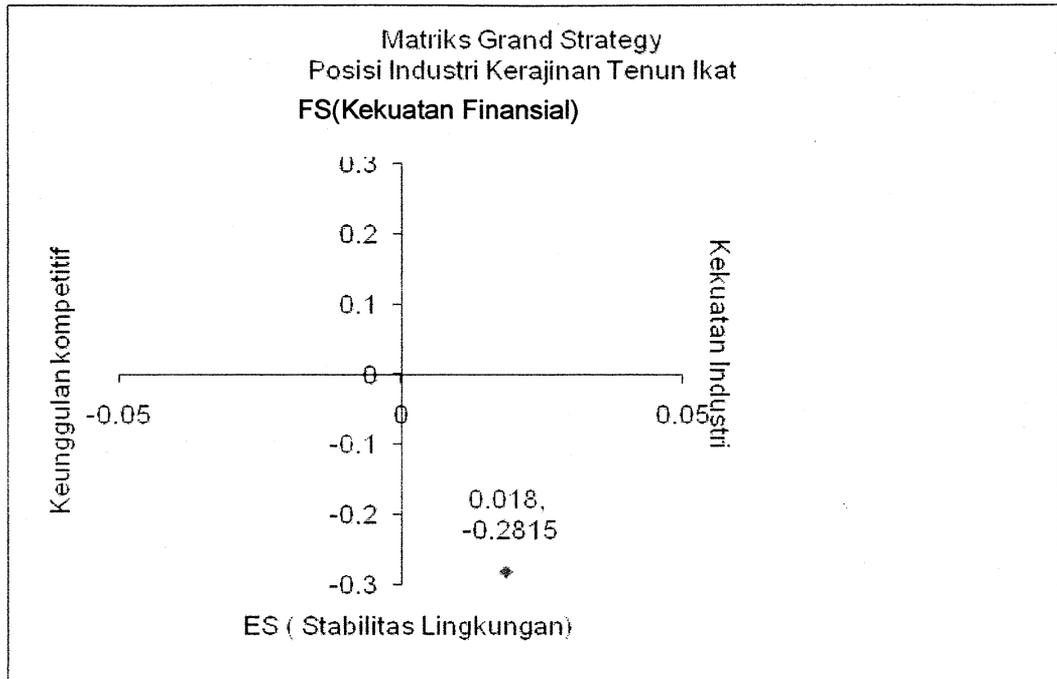
	KEKUATAN (Strengths)	KELEMAHAN (Weaknesses)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat Keuntungan yang cukup besar</li> <li>2. Pangsa Pasar yang masih luas</li> <li>3. Variasi Desain &amp; Motif</li> <li>4. Ketrampilan/Keuletan Tenaga Kerja</li> <li>5. Harga Yang Bersaing atau Kompetitif</li> <li>6. Adanya sekolah keterampilan menenun</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesulitan Akses Pembiayaan</li> <li>2. Kebanyakan pengrajin masih menggunakan alat tenun tradisional</li> <li>3. Kurangnya Keterseediaan Ruang Publik untuk Pemasaran, Promosi</li> <li>4. Desain atau Motif Kerajinan Belum Dipatenkan</li> <li>5. Organisasi Kelembagaan di Tingkat Pengrajin</li> <li>6. Bahan baku yang relatif mahal</li> </ol>
PELUANG (Opportunities)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan Industri Pariwisata</li> <li>2. Program Bantuan Modal Pemerintah</li> <li>3. Produk akhir dapat diolah menjadi komoditi alternative</li> <li>4. Kemungkinan Kerja Sama Akademisi, Pelaku Usaha dan Pemerintah</li> <li>5. Pengembangan Desain Yang Menjangkau Masyarakat Luas</li> <li>6. Kemungkinan di Kembangkan Menjadi Komoditi Unggulan Daerah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan sentra-sentra industri kecil atau desa kerajinan tenun ikat dalam upaya mendukung industri pariwisata (S1, O1, O4, O6)</li> <li>2. Peningkatan Kapasitas Produksi (S2, O1, O2, O5)</li> <li>3. Meningkatkan R &amp; D (S3, O4, O5, O6)</li> <li>4. Pengembangan Pasar (S2, O1)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melaksanakan Program Pelatihan (W2, O4)</li> <li>2. Usulan Kredit Usaha Kecil (W1, O2)</li> <li>3. Mematenkan Desain Motif Kerajinan (W5, O4, O6)</li> <li>4. Menjajaki dibangunnya pabrik benang di Indonesia timur (W6, O4)</li> <li>5. Pengadaan sarana dan materi informasi (profil industry, profil investasi, majalah bulletin dan situs internet) (W3, O2, O4, O6)</li> </ol>
ANCAMAN (Threats)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wilayah yang berbentuk kepulauan sehingga rentang kendalinya terlalu luas</li> <li>2. Regulasi Pemerintah (Perundang-Undangan, Perpajakan dll)</li> <li>3. Rendahnya Daya Beli Masyarakat</li> <li>4. Rendahnya Apresiasi Terhadap Karya Seni</li> <li>5. Daya saing produk lemah jika dibandingkan dengan daerah lain yang lebih dulu maju</li> <li>6. Kebijakan Kabupaten lain Terhadap IKM-nya lebih bersaing</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan Diferensiasi produk lain tenunan (S1, S5, T1, T3)</li> <li>2. Pengembangan Pasar (S1, S2, S5, T1, T3)</li> <li>3. Program Kerja Sama Penggabungan Usaha (S1, S2, T1, T5, T6)</li> <li>4. Melakukan pola kemitraan dengan usaha-usaha sejenis yang lebih maju dari daerah lain (S2, S5, T5, T6)</li> <li>5. Pelatihan tenaga kerja untuk mengolah produk turunan dari tenunan seperti sepatu, tas bagi siswa SMK menenun (S1, S2, S6, T2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melaksanakan Pameran Hasil Kerajinan (W3, T1, T3, T4)</li> <li>2. Program Paten Desain Motif (W5, T2)</li> <li>3. Magang bagi pengrajin tenun ikat ke daerah-daerah yang produknnya lebih maju (Cogyakarta dan NTB) (W2, T5, T6)</li> <li>4. Pengembangan titik-titik penyedia bahan baku dalam sistem jaringan antar wilayah sekitar yang mempunyai potensi tenun ikat (W6, T1, T6)</li> </ol>

b. Matriks Strategi Besar (*Grand Strategy Matrix*)

Disamping Matriks SWOT, Matriks Strategi Besar telah menjadi alat yang populer untuk merumuskan alternatif strategi. Matriks Grand Strategy didasarkan pada dua dimensi evaluatif : posisi kompetitif dan pertumbuhan pasar. Strategi yang sesuai untuk dipertimbangkan suatu organisasi terdapat pada urutan daya tariknya dalam masing – masing kuadran dalam matriks.

Perusahaan yang berada pada kuadran I dalam Matriks Grand Strategy berada pada posisi yang

sangat bagus. Perusahaan yang berada di Kuadran II perlu mengevaluasi pendekatan saat ini terhadap pasar secara serius. Perusahaan Kuadran III bersaing dalam industri yang tumbuh dengan lambat dan memiliki posisi kompetitif yang lemah. Sedangkan perusahaan di kuadran IV, memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam industri yang tumbuh lambat. Strategi – strategi untuk masing – masing Kuadran dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Matriks *Grand Strategy* Posisi Industri Kerajinan Tenun Ikat

Pada Gambar 1 terlihat bahwa posisi industri kerajinan tenun ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat berada pada kuadran IV dimana memiliki kekuatan internal yang besar dan berada pada posisi kompetitif yang kuat untuk berkembang tetapi dipengaruhi oleh pertumbuhan pasar yang rendah. Untuk itu maka strategi yang diusulkan untuk pengembangan industri kerajinan tenun ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat yaitu:

1. Pengembangan pasar, Pengembangan Pasar adalah strategi yang memperkenalkan produk / jasa saat ini ke area geografis yang baru. Dimana salah satu langkah yang perlu dilakukan oleh industri ini adalah melakukan promosi dan pameran produk tenun ikat yang ada dan menjalin hubungan kerjasama dengan Negara-negara tujuan pemasaran produk tersebut seperti Australia

dan Perancis yang merupakan pasar produk tenun ikat Maluku Tenggara Barat.

2. Diversifikasi Konsentrik, Diversifikasi Konsentrik adalah strategi yang menambahkan produk/jasa baru yang masih berkaitan dengan produk / jasa lama. Berkaitan dengan produk dari kerajinan tenun ikat yang didominasi oleh kain tenun yang mempunyai ciri khas tersendiri khususnya dari motifnya dibandingkan dengan produk sejenis lainnya maka produk yang sudah ada akan mampu untuk memiliki pasar tersendiri.
3. Diversifikasi Horisontal, Diversifikasi Horisontal adalah strategi yang menambahkan produk / jasa baru, yang tidak berkaitan kepada pelanggan saat ini salah satunya dengan tidak hanya memproduksi kain tenun sebagai produk akhir akan tetapi dikembangkan menjadi produk turunan lainnya seperti sepatu,

- dasi, jas, tas wanita, sarung buku yang berbahan dasar tenun ikat.
4. Penggabungan Usaha / Kerja Sama. Penggabungan Usaha / Kerja Sama (Joint Venture) adalah strategi populer yang terjadi ketika dua perusahaan atau lebih membentuk kerja sama sementara atau konsorsium guna memanfaatkan beberapa peluang. Tipe lain dari persetujuan kerja sama (cooperative arrangement) mencakup kerja sama kerjasama penelitian dan pengembangan, kerjasama lintas distribusi, kerja sama lintas manufaktur dengan demikian institusi terkait yang berperan untuk melakukan kerjasama secara langsung adalah pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan dan pelaku-pelaku industri sejenis.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor internal berupa kekuatan dari industri kerajinan tenun ikat di Kabupaten Maluku Tenggara Barat didominasi oleh pangsa pasar yang masih luas dan keterampilan serta keuletan dari pekerjanya industri akan tetapi kelemahan yang timbul adalah sulitnya akses pembiayaan dan kebanyakan pengrajin masih menggunakan alat tenun tradisional sehingga kapasitas produksi yang dihasilkan rendah. Untuk faktor eksternal peluang dari industri ini adalah kemungkinan dikembangkan menjadi komoditi unggulan daerah hal ini diperkuat dengan telah ditetapkannya kerajinan kulit tenun ikat sebagai salah satu produk unggulan oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Maluku Tenggara Barat. Selain itu faktor penting sebagai ancaman bagi industri ini adalah kebijakan

- yang lebih bersaing dari Kabupaten lain yang memiliki industri sejenis yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta dan Nusa Tenggara Barat.
2. Rumusan strategi pengembangan industri kerajinan tenun ikat yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dibidang ini dalam rangka peningkatan kuantitas, kualitas dan profit antara lain melakukan diversifikasi konsentrik, pengembangan pasar dan kerjasama penggabungan usaha antar unit-unit usaha sejenis. Dengan demikian saran yang dapat diberikan untuk pengembangan industri ini adalah diupayakan adanya kerjasama antar pelaku industri, lembaga keuangan, maupun pemerintah daerah dan perguruan tinggi serta institusi terkait lainnya baik formal maupun non formal agar dapat memperhatikan faktor-faktor penentu dari keberhasilan industri ini dan menjalin kerjasama sebagai motivator dan dinamisator untuk pengembangannya.

## REFERENSI

- Anonimous., 2002a, Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil-Menengah 2002-2004, Departemen Perindustrian RI
- Anonimous., 2002b, Program Pembangunan daerah Maluku 2001-2005, Pemerintah Provinsi Maluku
- Anonimous., 2008, Rencana Strategik Dinas Perindustrian Kabupaten Maluku Tenggara Barat, Pemerintah Maluku Tenggara Barat
- Beattie B. R dan Taylor R.C, 1994, Ekononi Produksi, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- David.F.R, 2006, Strategic management, Concept and

- Cases 10<sup>th</sup> ed, Pearson Education, Prentice Hall
- Kosasih.M, 2001, Percobaan Pembuatan Kain Tenun Ikat Benang Campuran Jute Polyester, Balai Besar Penelitian Pengembangan Industri Tekstil, Dinas Perindustrian, Bandung.
- Kotler.P and Kartajaya.H, 2000, Repositioning Asia From Bubble To Sustainable Economy, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Rangkuti.F, 1999, Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis, PT.Gramedia Pustaka, Jakarta
- Siagian P., 1995, Manajemen Stratejik, Bumi Aksara, Jakarta
- Sudarman. A., 1994, Teori Ekonomi Mikro, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Zimmerer, W.T dan Scarborough N. M, 2002, Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil, Prenhallindo, Jakarta