

PEMBERDAYAAN UKM MELALUI PENYULUHAN PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK

Aprih Santoso¹⁾, Ardiani Ika Sulistyawati²⁾, Nir Setyo Wahdi³⁾

¹⁾²⁾³⁾Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
Email : aprihsantoso@usm.ac.id

Abstrak

Khalayak sasaran pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah. Permasalahan utama pelaku UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah yaitu belum pernah melakukan penetapan harga jual produk dengan benar dan masih asal-asalan serta sesuka pelaku UKMnya. Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada UKM Kelurahan Pedurungan Tengah dalam membuat penetapan harga jual produk dengan benar. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode penyuluhan dan simulasi tentang penetapan harga jual produk UKM secara benar. Pengabdian kepada masyarakat ini dapat meningkatnya pengetahuan tentang harga jual produk oleh pelaku UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah dalam kegiatan usahanya sehingga dapat diketahui kondisi keuangan yang berupa besaran laba usahanya yang sebenarnya atas penetapan harga jual produk yang benar tersebut.

Kata Kunci : Harga, UKM, Produk, Jual, Laba

EMPOWERMENT OF UMKM THROUGH COUNSELING ON PRODUCT PRICING

Abstract

The target audience for this community service is UKM players in Pedurungan Tengah Village. The main problem for SMEs in Pedurungan Tengah Village is that they have never set the selling price of the product correctly and are still carelessly and at will. The purpose of community service is to provide knowledge and understanding to UKM of Central Pedurungan Village in determining the selling price of products correctly. The implementation of this community service uses the method of counseling and simulations on determining the selling price of UKM products correctly. This community service can increase knowledge about the selling price of products by SMEs in Pedurungan Tengah Village in their business activities so that they can know the financial condition in the form of the actual amount of business profit on the correct product selling price.

Keywords: Price, SMEs, Product, Sale, Profit

A. PENDAHULUAN

Kegiatan Usaha Mikro dan Kecil (UKM) di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang masih belum berkembang. Masyarakat kurang atau belum kreatif dalam bidang usaha ekonominya, sedangkan jika dilihat dari jumlah penduduknya yang sangat banyak, hal ini merupakan asset/potensi bagi wilayah ini untuk bisa berkembang kegiatan UKM

nya. Oleh karena itu, sangatlah tepat untuk menggerakkan masyarakat di Kelurahan Pedurungan Tengah agar mau berwirausaha atau menjadi pelaku UKM yang sukses.

Tolok ukur berkembangnya suatu usaha salah satunya yaitu adanya pengelolaan usaha dengan baik. Hal ini dapat terwujud diantaranya dengan mengelola dalam bidang produksinya terutama dalam hal menetapkan besaran harga jual produknya. Menurut Daljono (2011), akuntansi biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam suatu uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan antara memberikan keuntungan/manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang. Disisi lain, penjualan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos untuk memperoleh laba (Rangkuti, 2009).

Harga jual menurut Slamet dan Sumarli (2002) merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Menurut Lewis (1994), harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa penetapan harga jual mempunyai beberapa tujuan, yaitu: a) Tujuan berorientasi pada laba. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual yang dapat menghasilkan harga jual paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Maksimisasi laba sangat sulit dicapai karena sangat sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga jual tertentu. b) Tujuan berorientasi pada volume. Harga jual ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai volume penjualan (dalam ton, kg, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). c) Tujuan berorientasi pada citra. Citra (*Image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga jual. Perusahaan dapat menetapkan harga jual tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu. d) Tujuan stabilisasi harga jual. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri. e) Tujuan-tujuan lainnya. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Menurut Belkaoui dalam Harahap (2005), laba mengandung lima sifat yaitu: 1) Laba akuntansi didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi. 2) Laba akuntansi didasarkan pada postulat periodik laba. 3) Laba akuntansi didasarkan pada prinsip revenue 4) Laba akuntansi memerlukan perhitungan terhadap biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan. 5) Laba

akuntansi didasarkan pada prinsip *matching*. *Costplus Pricing* merupakan salah satu metode penentuan harga jual terhadap barang atau jasa yang biasanya digunakan oleh perusahaan. *Costplus Pricing* atau harga jual barang atau jasa dalam keadaan normal adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memperoleh barang atau jasa (Mulyadi, 2016).

Berbagai usaha UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang tersebut antara lain produk makanan ringan, seperti : lunpia dan tape ketan. Mereka menghadapi masalah kurangnya pengetahuan tentang pentingnya harga jual produk bagi suatu usaha yang akibatnya mereka asal-asalan dalam menetapkan harga jualnya yang berakibat konsumen dirugikan dengan terlalu mahalnya harga yang ditawarkan. Oleh karena itu, solusinya adalah pelaku UKM harus diberi penyuluhan tentang penetapan harga jual produk UKM dengan tujuan agar terjadi perkembangan UKM yang pesat sebagai *impact* dengan tepatnya pelaku UKM dalam menetapkan harga jual produknya alias tidak membebani konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut maka Tim PKM FE USM melalui penyuluhan penetapan harga jual produk akan memberikan penyuluhan tersebut sesuai dengan permintaan UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang.

B. KAJIAN LITERATUR

1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain, pemberdayaan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat.

Dalam upaya memberdayakan masyarakat tersebut dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu:

a. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*).

Disini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena jika demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong, memotivasikan, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

b. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*).

Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (input), serta pembukaan akses ke dalam

berbagai peluang (*opportunities*) yang membuat masyarakat menjadi berdaya. Dalam rangka pemberdayaan ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, dan derajat kesehatan, serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, dan pasar. Masukan berupa pemberdayaan ini menyangkut pembangunan prasarana dan sarana dasar fisik, seperti irigasi, jalan, listrik, maupun sosial seperti sekolah dan fasilitas pelayanan kesehatan, yang dapat dijangkau oleh masyarakat pada lapisan paling bawah, serta ketersediaan lembaga-lembaga pendanaan, pelatihan, dan pemasaran di pedesaan, dimana terkonsentrasi penduduk yang keberdayaannya amat kurang. Kebanyakan masyarakat yang tinggal di desa mempunyai kondisi ekonomi yang rendah, karena kurangnya skill dan pengetahuan yang dapat menunjang kreatifitas (Dewi & Maslichan, 2020). Untuk itu perlu ada program khusus bagimasyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini. Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern, seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, dan kebertanggungjawaban adalah bagian pokok dari upaya pemberdayaan ini. Demikian pula pembaharuan institusi-institusi sosial dan pengintegrasinya ke dalam kegiatan pembangunan serta peranan masyarakat di dalamnya. Yang terpenting disini adalah peningkatan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya. Jadi esensi pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat tetapi juga termasuk penguatan pranata-pranatanya.

c. Memberdayakan mengandung pula arti melindungi.

Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah bertambah menjadi lemah, oleh karena kekurang berdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi, karena hal itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*). Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah bahwa masyarakat tidak dijadikan obyek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi merupakan subyek dari upaya pembangunannya sendiri.

2. Akuntansi

Akuntansi sebagai suatu sistem informasi dapat digolongkan ke dalam akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen terutama ditujukan untuk menyediakan informasi keuangan kepada pihak intern (manajemen) untuk perencanaan dan pengendalian kegiatan rutin, pengambilan keputusan tidak rutin dan perumusan strategi jangka panjang serta untuk penilaian prestasi manajer, karyawan dan unit-unit organisasinya. Akuntansi keuangan terutama ditujukan untuk menyediakan informasi keuangan kepada pihak ekstern yaitu pemilik, kreditur, instansi pemerintah, dan lain-lain pihak yang dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, penetapan pajak penghasilan, dan keputusan ekonomi lainnya.

Untuk pelaporan kepada pihak ekstern ini, manajemen diharuskan untuk menyajikan neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan. Akuntansi keuangan berkaitan dengan cara dunia usaha mengkomunikasikan informasi akuntansi kepada publik yang terdiri dari berbagai pihak yang melakukan keputusan investasi, meminjam uang atau yang melakukan bisnis dengan perusahaan. Pihak-pihak tersebut mengandalkan laporan keuangan perusahaan dan informasi lainnya untuk melakukan investasi serta keputusan keuangan lainnya. Menurut Sugiri dan Riyanto (2011) "Akuntansi keuangan (*financial accounting*): bidang akuntansi yang berhubungan dengan penyusunan laporan keuangan secara berkala untuk suatu unit ekonomi secara keseluruhan kepada pihak-pihak di luar perusahaan".

Harga jual menurut Slamet dan Sumarli (2002) merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Menurut Belkaoui dalam Harahap (2005), laba mengandung lima sifat yaitu: 1) Laba akuntansi didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi. 2) Laba akuntansi didasarkan pada postulat periodik laba. 3) Laba akuntansi didasarkan pada prinsip revenue 4) Laba akuntansi memerlukan perhitungan terhadap biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan. 5) Laba akuntansi didasarkan pada prinsip *matching*. *Costplus Pricing* merupakan salah satu metode penentuan harga jual terhadap barang atau jasa yang biasanya digunakan oleh perusahaan.

C. METODE

Untuk mengatasi permasalahan terutama prioritas yang harus ditangani, maka tim pengabdian kepada masyarakat menawarkan solusi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui beberapa metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan pemecahan masalah yang telah ditetapkan di atas.

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

Metode I: Evaluasi Kegiatan Usaha Mitra

Metode kegiatan ini untuk mengevaluasi kegiatan usaha yang telah dilakukan saat ini dan penyelesaian permasalahan yang dijadikan prioritas. Kegiatan usaha yang dilakukan saat ini masih berdasarkan apa adanya dan belum dikelolanya harga jual yang benar sehingga tidak diketahui perkembangan laba usahanya. Dengan demikian kegagalan-kegagalan masih sering dialami dan usaha belum optimal. Untuk mengatasi hal ini, maka disarankan untuk memahami arti pentingnya penetapan harga jual UKM.

Metode II: Penyuluhan PKM

Metode kegiatan tahap ini bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan sumber daya manusia dari UKM mitra. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pengetahuan tentang penetapan harga jual UKM dengan cara yang benar. Penyuluhan diberikan langsung pada UKM mitra tentang cara mengelola usaha, penetapan harga jualnya. Dengan cara ini diharapkan UKM mitra dapat lebih intensif dalam menerima materi yang diberikan dan diharapkan pihak UKM mampu mengembangkan usaha dengan baik.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Pelaksanaan Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat diharapkan pelaksanaannya dapat memanfaatkan waktu pelaksanaan dengan efisien dan efektif sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai. Acara ini dengan tujuan guna menumbuhkan pengetahuan dan ketrampilan pelaku UMK di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. Jadi, pendekatan ini berfokus pada aset yang dimiliki masyarakat (*aset based*) dan kemandirian (*community-driven development*) (Anindita et al. 2020).

Acara ini dilakukan melalui pemaparan pengetahuan tentang arti pentingnya dasar akuntansi dan akuntansi manajemen khususnya penentuan harga jual produksi bagi suatu produk dan bagaimana caranya untuk mendapatkan laba hasil penjualannya serta memberikan penjelasan tentang pentingnya pencatatan atas kegiatan penjualan yang sudah dihasilkan sehingga dapat menaikkan laba usaha UMK. Pembukuan keuangan usaha harus dipisah dengan pembukuan keuangan untuk keperluan pribadi pemilik. Pengelolaan keuangan menjadi salah satu aspek penting bagi kemajuan usaha (Hetty Muniroh & Istanti, 2020).

Penyuluhan Harga Jual Produk dalam menunjang kesuksesan usaha UKM Kelurahan Pedurungan Tengah telah terlaksana dengan sukses. Hal ini terbukti dengan antusiasnya peserta penyuluhan mengikuti dan berdiskusi (termasuk proses tanya jawab) dengan rutin. Pelaksanaan PKM pada : Rabu, 14 Oktober 2020.

Berikut ini disajikan foto-foto kegiatan PKM.

Tabel 1. Kriteria, Indikator dan Tolak Ukur Keberhasilan PKM

Kriteria Evaluasi
Keberhasilan penyuluhan tentang harga jual

Indikator Keberhasilan
Peserta lebih memahami arti penting harga jual

Tolak Ukur
Penjualan produknya meningkat berkat adanya penerapan harga jual yang tepat



Dengan program seperti ini dimaksudkan agar dapat lebih intensif dalam memperoleh teori dan materi yang diberikan dan diharapkan mampu menerapkannya secara terus menerus. Pengelolaan *home industry* baik dibidang pengolahan makanan maupun dibidang yang lain 80% dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga, dimana usaha ini mampu meningkatkan perekonomian keluarga (Nurhidayati & Maslichan, 2020).

1. Hasil Evaluasi PKM

Kegiatan evaluasi perlu dilakukan agar pelaksanaan program Pengabdian ini bisa diketahui tingkat ketercapaiannya dan manfaat yang diperoleh peserta (Alliyah & Sunarto, 2020). Kegiatan PKM tentang penentuan harga jual produk bagi Pelaku Usaha UMK di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang memberikan penyuluhan bagaimana pentingnya sebuah harga jual untuk suatu produk sehingga lebih mudah untuk menentukan laba. Tanya jawab dari teori dan materi yang telah dipaparkan khususnya bagaimana menentukan harga jual produk untuk suatu hasil produksi dan bagaimana cara menentukan besaran laba suatu produk tersebut.

2. Hasil Evaluasi Faktor Pendorong :

Hal-hal yang menjadi pendorong UMK di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang, adalah :

- a. Pelaku UMK ingin produk yang dihasilkan mempunyai harga jual yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga tidak mengalami kerugian atas suatu kegiatan produk yang dijualnya.
- b. Pelaku UMK ingin harga jual produknya menghasilkan besaran keuntungan yang sesuai harapannya.

E. SIMPULAN

Kegiatan PKM tentang penyuluhan penentuan harga jual produk bagi pelaku UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang akan bisa menolong pelaku UKM dalam meningkatkan pengetahuannya tentang arti pentingnya harga jual produk. Dalam penyuluhan pelaku UKM bisa juga mengetahui strategi apa saja yang harus dipenuhi dalam memperoleh laba usaha UKM.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat FE Universitas Semarang menghaturkan banyak terima kasih kepada pelaku UKM di Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang yang sudah berpartisipasi sebagai peserta dan bekerjasama untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa tentang penyuluhan penentuan harga jual produk. Tidak terkecuali, Tim pengabdian kepada masyarakat FE Universitas Semarang juga menghaturkan banyak terima kasih kepada seluruh Pengelola Buletin Abdi Masyarakat (BAM) atas kerjasamanya dalam penerbitan artikel ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Alliyah, S., Sunarto. 2020. Pengembangan Potensi Lokal Aneka Olahan Makanan Daerah Desa Karaskepoh Kecamatan Pancur Kabupaten Rembang. *Buletin Abdi Masyarakat (BAM)*, 01 (01) : 1-7. <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/307>
- Anindita, AY., Nada, El., Sya'roni, M., Rikza, M., 2020.. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Energi Biogas Skala Rumah Tangga Dari Kotoran Sapi Di Desa Selotumpeng Kecamatan Mirit Kabupaten Kebumen. *Buletin Abdi Masyarakat (BAM)*, 01 (01) : 51-59. <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/311>.
- Daljono. 2011. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*. Edisi ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dewi, Dian Ayu Liana., Maslichan. 2020. Peningkatan Kemampuan Produksi Dan Manajerial Ukm Genteng Desa Tahunan Kecamatan Sale Sebagai Upaya Mengurangi Jumlah Kemiskinan. *Buletin Abdi Masyarakat (BAM)*, 01 (01) : 17-25. <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/309>
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Edisi 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lewis, Gregory. 1994. *Taktik Menetapkan Harga*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Muniroh, H., Istanti, SLW. 2020. Pendampingan Usaha Kelompok Tani Ternak Sapi “Subur” Desa Meteseh Kecamatan Kaliori. *Buletin Abdi Masyarakat (BAM)*, 01 (01) : 8-16. <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/308>
- Neddy, Rafinaldy. 2006. Memeta Potensi Dan Karakteristik UKMM Bagi Pertumbuhan Usaha Baru. *Infokop* Nomor 29 Tahun XXII. 32-41
- Nurhidayati, Anik, Maslichan. 2020. Pendampingan Legalitas Usaha Dan Tehnik Pemasaran Pada Usaha Keripik Tempe Sumber Rejeki Desa Gambiran Kecamatan Pamotan. *Buletin Abdi Masyarakat*, 01 (01): 35-43.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Singgih, Wibowo. 2008. *Pedoman mengelola Usaha Kecil, Seri Industri Kecil*. Depok: Swadaya
- Slamet, A dan Sumarli. 2002. Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, 11 (2) : 45-56. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jd/article/view/1486>
- Sugiri, Slamet dan Bogat Agus Riyono, 2011, *Akuntansi*. UPP STIM YKPN. Yogya karta
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. PT. Refika Aditama. Bandung
- Sutrisno, Joko dan Sri Lestari. 2006. Kajian Usaha Mikro Indonesia. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM* Nomor 2 Tahun I-2006.
- Tjiptono. Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah