

Upaya Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Imur Bahalap Kota Palangka Raya

Wahidin, Joko Setiyono

Program Studi Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Palangka Raya
Kampus UPR Tunjung Nyaho Jalan Hendrik, Indonesia
(Diterima 12-05-2020; Disetujui 24-05-2020)
E-mail: wahidin.dikdas67@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan : (1) Gambaran Strategi kewirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Imur Bahalap (2) kendala yang di Hadapi Pengelola dalam Pengembangan Kewirausahaan Imur Bahalap (3) Pemasaran yang di lakukan untuk Pengembangan Imur Bahalap. Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan subjek penelitian yaitu pengelola dan keriyawan dan masyarakat yang ada di Imur Bahalap di jalan Manjuhana Induk No.20 Kota Palangka Raya, Metode Pengambilan data yaitu Wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yang peneliti lakukan yaitu menggunakan reduksi data, display data dan pengambilan kesimpulan. Triangulasi dilakukan untuk menjelaskan keabsahan data dengan menggunakan sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pengembangan kewirausahaan Imur Bahalap pertama kali di kembangkan oleh Mahasiswa PGRI yang mendapatkan hibah dari Dikertorot Jendral Pendidikan tinggi melalui program Kewirausahaan Mahasiswa Pada tahun 2012 dan pada 2015 Universitas PGRI kembali mendapat hibah Untuk Produksi Amplang dan telah memiliki Nama Imur Bahalap yang merambah jadi pusat oleh-oleh khas kota Palangka Raya (2) pemasaran UKM Imur Bahalap pemasaran secara online yaitu dengan menggunakan toko Shoppie dan tokopedia dan secara offline berkerja sama dengan toko oleh-oleh yang ada di Kota Palangka Raya (3) kendala pengemasan produk dengan bahan pengemasan menggunakan aluminium foil.

Kata Kunci : Strategi, Kewirausahaan, Home Industri, UMKM Masyarakat

ABSTRACT

This study aims to describe: (1) Overview of Community Entrepreneurship Strategies through the Imur Bahalap Home Industry (2) the obstacles faced by managers in Imur Bahalap Entrepreneurship Development (3) Marketing carried out for the Development of the Imur Bahalap This research is a descriptive study with a qualitative approach, with the research subjects namely managers and workers and the community in Imur Bahalap on Street Manjuhan Induk No.20, Palangka Raya City. Data collection methods are interviews, documentation. The data analysis technique that the researchers used was data reduction, data display and conclusion drawing. Triangulation is done to explain the validity of the data using sources. The results of the research show that: (1) The entrepreneurial development of Imur Bahalap was first developed by PGRI students who received a grant from the Directorate General of Higher Education through the Student Entrepreneurship program in 2012 and in 2015 PGRI University got another grant for Amplang Production and already has a name. Imur Bahalap which has penetrated into the center of typical souvenirs of the city of Palangka Raya (2) marketing of SME Imur Bahalap marketing online, namely by using the Shoppie shop and tokopedia and offline collaborating with gift shops in Palangka Raya City (3) packaging constraints products with packaging materials using aluminum foil.

Keywords: Strategy, Entrepreneurship, Home Industry, Community UKM

PENDAHULUAN

Di masa yang semakin maju sekarang ini banyak sekali Kemiskinan yang melanda khususnya di kalangan menengah kebawah program penanggulangan kemiskinan mengandalkan aktivitas dan prakarya masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut, langkah awal upaya penanggulangan kemiskinan di daerah dilakukan analisis situasi untuk menemukan potensi daerah yang dapat dikembangkan sebagai sarana atau alat pemberdayaan masyarakat. Hasil analisis situasi menunjukkan penyebab kemiskinan adalah banyaknya

pengangguran usia Produktif karena mereka tidak memiliki pendidikan dan keterampilan yang memadai untuk mengantarkan mereka kepada suatu pekerjaan yang memiliki daya jual tinggi. Indonesia sendiri menjadi perbincangan hangat apalagi di bidang Perekonomian, apalagi saat ini sistem perekonomian Indonesia sangat ketinggalan, untuk Sektor UMKM yang sangat memperhatikan. Situasi tersebut berkaitan dengan latar belakang kehidupan warga masyarakat miskin yang mengalami ketidakberdayaan di bidang ekonomi. Ditambah lagi pengurangan semakin hari kita banyak hal tersebut mengakibatkan lapangan pekerjaan semakin menurun dampaknya ke masyarakat miskin menengah ke bawah. Para pencari kerja yang memiliki pendidikan yang setara ikut mengalami imbas yang sama hal ini diakibatkan ketidakseimbangan antara pencari kerja dengan lapangan pekerjaan yang ditawarkan. Di Indonesia sendiri Jumlah angka pencari kerja pada februari 2019 sebanyak 138,18 juta melonjak naik menjadi 2,44 juta di dibandingkan pada tahun sebelumnya Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,12 persen. Hal ini pula menyebabkan kan pengangguran berkurang kurang lebih 50 ribu orang sejalan dengan TPT yang turun menjadi 5,01 persen pada Februari 2019. Dilihat dari tingkat pendidikan, untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,63 persen. Penduduk yang bekerja sebanyak 129,36 juta orang, bertambah 2,29 juta orang di hitung dari Februari 2018 Sebanyak 74,08 juta orang (57,27 persen) bekerja pada kegiatan informal. Selama setahun terakhir pada (Februari 2018–Februari 2019), pekerja informal turun sebesar 0,95 persen Persentase tertinggi pada Februari 2019 adalah pekerja penuh jam kerja minimal 35 jam per minggu sebesar 69,96 persen. Sedangkan penduduk yang bekerja dengan jam kerja 1–7 jam memiliki persentase yang paling kecil, yaitu sebesar 2,69 persen. Sementara itu, pekerja tidak penuh terbagi menjadi dua, yaitu pekerja paruh waktu (22,67 persen) dan pekerja setengah penganggur (7,37 persen) rata-rata upah buruh berdasarkan hasil Sakernas Februari 2019 sebesar 2,79 juta rupiah untuk laki-laki upah yang di terima sebesar 3,05 juta rupiah dan rata-rata upah buruh perempuan sebesar 2,33 juta rupiah Terdapat 7 dari 17 kategori lapangan pekerjaan dengan rata-rata upah buruh lebih rendah daripada rata-rata upah buruh nasional Rata-rata upah buruh berpendidikan universitas sebesar 4,34 juta rupiah, sedangkan buruh berpendidikan SD ke bawah sebesar 1,73 juta rupiah hal ini menjadi pertimbangan. Untuk Kalimantan tengah sendiri pencari kerja di Kalimantan sangatlah tinggi terhitung data yang di peroleh dari dinknaker.kateng.go.id pada tahun 2016 dan 2017, Untuk 2016 pencari kerja di Kalimantan tengah Jumlah Penduduk yang bekerja di Provinsi Kalimantan Tengah berkurang sebanyak 25.482 orang menjadi 1.222.707, dan pada tahun 2017 Jumlah angkatan kerja di Provinsi Kalimantan Tengah pada Agustus 2017 sebesar 1.276.669 orang atau berkurang 34.758 orang, Tingkat Penganggur Terbuka di Provinsi Kalimantan Tengah pada Agustus 2017 sebesar 4,23 persen, mengalami penurunan sebesar 0,59 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2016 sebesar 4,82 persen data yang di peroleh menunjukkan bahwa pencari kerja di Kalimantan tengah sangatlah tinggi dan oleh sebab itu maka lapangan pekerjaan yang di sediakan juga sesuai dengan jumlah pencari kerja.

Dari ada yang di dapat dari BPS Provinsi ketenagakerjaan Kalteng pada bulan agustus pada tahun 2017 menunjukkan data penduduk yang berkerja pada Usia 15 Tahun ke atas mencapai 1.884.757 juta orang, angkatan kerja sendiri mencapai 1.276.669 juta, penduduk yang berkerja sebanyak 1.222.707 juta orang dan untuk jumlah pengangguran yang ada di Kalimantan tengah sendiri pada tahun yang sama yaitu sebanyak 53.962 juta orang termasuk tingkat pengangguran terbuka yang mencapai 4,23 persen. Jumlah Penduduk yang bekerja berdasarkan tingkat pendidikan di Provinsi Kalimantan Tengah hingga Agustus 2017 masih didominasi oleh pendidikan rendah (SD) yakni sebesar 535.346 ribu orang atau 43,78 persen, tingkat SMP yakni sebesar 245.606 ribu orang atau 20,09 persen, pada tingkat SMA berada diperingkat kedua yakni sebesar 300.276 orang atau 24,55 persen, dan pada tingkat Diploma / Universitas yakni sebesar 141.479 ribu orang atau 11,57 persen dari Jumlah Penduduk yang Bekerja menurut Pendidikan di Provinsi Kalimantan Tengah, pada Agustus 2017 mencapai 1.222.707 juta atau sama dengan 100,00 persen. Maka sudah dapat dipastikan mereka tidak dapat menjangkau pendidikan formal maupun nonformal (kursus) yang mampu membekali keterampilan untuk mencari penghasilan yang layak. Dijelaskan bahwa, mahalnya biaya pendidikan formal dan nonformal mengakibatkan masyarakat yang berpenghasilan rendah tidak bisa ikut dan berpartisipasi dalam kegiatan pendidikan formal dan nonformal (Coombs, Prosser & Ahmed : 1973).

Melalui PNF (pendidikan Non Formal) dapat mentransformasikan dan memperkuat pendidikan persekolahan untuk membantu memenuhi kebutuhan belajar minimum pada esensi bagi jutaan anak dan pemuda yang kurang berpendidikan dan membantu mempercepat pembangunan sosial dan ekonomi (Rifai, 2008:33) dengan demikian pertumbuhan perekonomian sosial akan semakin maju dan berkembang, dengan

kata lain meningkat tenaga pekerjaan. Pengembangan kewirausahaan masyarakat diharapkan menjadi terobosan baru agar dapat mempercepat pencapaian tumbuhnya wirausaha-wirausaha yang mandiri yang memiliki karakter inovatif, tangguh dan berwawasan global. Hadiyanti (2006:38). Menciptakan Wirausaha (*entrepreneur*) yang berkarakter inovatif, tangguh dan berwawasan global tidaklah mudah, karena diperlukan Persyaratan-persyaratan tertentu, diantaranya adalah mampu menatap masa depan dengan penuh optimis, selalu berusaha menjadi yang terdepan dalam setiap perubahan, pantang menyerah dan mengikuti trend perkembangan dunia. Harper (1991) Untuk mengembangkan kewirausahaan masyarakat melalui Home Industri mendidik dan melatih wirausaha adalah jalan yang akan menyelesaikan masalah hidup sebab bekal, Ilmu dan keterampilan manusia dapat berkembang sering pelatihan dan pengetahuan yang dia miliki. Dibekali modal dan pengetahuan Seseorang yang memiliki Jiwa Wirausaha adalah seseorang yang mampu dan memiliki keahlian dalam menjual dagangannya, dari menawarkan Ide dan jasa sampai yang mampu bersaing dalam dan beradaptasi dengan lingkungan yang ada disekitarnya, sebagai pelaku bisnis wirausaha Harus mengetahui dengan baik manajemen barang jualan yang akan dijual kepada konsumen, dengan demikian seseorang harus mampu berkomunikasi dan harus menguasai manajemen teknik dalam penjualan Strategi pengetahuan tentang Produk, Ciri khas Produk dan daya Saing produk yang mempunyai jenis yang sama. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) berapa tahun terakhir sedang hangat dibicarakan di kalangan pengusaha maupun di kalangan Lembaga Usaha karna keuntungan kewirausahaan sangat menjanjikan bagi Wirausahawan, Menciptakan Kewirausahaan mengelola manajemen yang cocok dengan kemampuan yang ada dan lewat komunikasi dan mobilitas manusia, keuangan serta sumber daya yang diperlukan untuk hasil usaha yang baik (Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough: 1996). Kewirausahaan (*entrepreneurship*) mempunyai lima ciri unggulan agar wirawan mampu dan dapat berkembang (1) setiap Wirausahaan yang mampu mengembangkan Wirausahanya siap mengambil resiko berani memulai dengan sesuatu yang tidak pasti dengan kata lain kewirausahaan sudah memperhitungkan dan telah mencemari dengan cerdas. (2) mempunyai tantangan, segala sesuatu dilihat sebagai tantangan bukan Masalah. 3) seorang *entrepreneurship* mempunyai banyak akal tidak gampang putus asa. (4)mempunyai visi dan tujuan untuk kedepannya segala yang dilakukan mempunyai tujuan yang jelas dan mampu menjalankan Kewirausahaan nya dalam jangka Panjang. (5) selalu memberikan yang terbaik *entrepreneurship* selalu berusaha agar Usaha yang di gelotinya dapat berjalan dengan baik, jika hal tersebut kurang, Wirausaha akan memperbaiki. Kemandirian menyangkut erat terhadap kemampuan, Kemandirian berarti juga mampu membuat keputusan yang tepat dalam menghadapi berbagai persoalan yang menyangkut pribadinya dan masyarakatnya oleh karena itu melalui pembelajaran Kewirausahaan yang yang di kenal dengan pendidikan Kewirausahaan warga belajar atau masyarakat akan dapat memiliki kemampuan. Seperti yang dijelaskan, Kemampuan hanya dapat disiapkan melalui Pendidikan, Pelatihan, dan Juga Penyuluhan dengan berbagai metode yang cocok dengan kondisi Warga belajar konteks Masyarakatnya (Suryono & Sumarno 2013:37). Berkaitan dengan latar belakang dan Usaha pengembangan diatas didirikan suatu UKM (usaha kecil Menengah) masyarakat atau Salah satu Home Industri Yang ada di Kalimantan tengah tepatnya di Palangka Raya Industri Rumahan Imur Bahalap Yang ada di di jalan Manjuhan Induk No. 20 kota Palangka Raya, usaha yang dikelola pada tahun 2014 oleh Ibu Asro Laelani ini UKM (Usaha kecil Menengah) sendiri adalah usaha yang memacu pada jenis makanan dan produk olahan cemilan ringan. usaha yang memiliki kekayaan paling banyak Rp.200 juta termasuk tanah dan bangunan yang di tempati oleh usahanya.

Menurut keputusan Presiden No.99 tahun 1998 usaha kecil adalah kegiatan Ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan kegiatan mayoritas usaha yang perlu dilindungi untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Usaha kecil tersebut memiliki beberapa Kriteria yang memacu pada Undang-Undang No.9 Tahun 1995 : (1) memiliki kekayaan paling sedikit Rp.200 Juta tidak termasuk tanah dengan Bangunan tempat usahanya. (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 milyar. (3) memiliki kewarganegaraan Indonesia. (4) berdiri sendiri, bukan merupakan anak cabang yang dimiliki atau dikuasai atau berkaitan langsung dengan usaha menengah yang sudah besar.(5) membentuk Usaha orang Perseorangan badan usaha yang tidak berbadan hukum,atau badan usaha yang berbadan hukum (koperasi) untuk dapat memacu peningkatan penghasilan maka diperlukan UKM waralaba. Palangka Raya menjadi tempat, yang tempat untuk pelaku Ukm yang ada di Kalimantan tengah melainkan tempatnya yang Strategis peminat kuliner dan kerajinan di palangka raya menjadi salah satu daya tarik wisatawan hal ini lah yang menjadi strategi pengembangan kewirausahaan pelaku bisnis di bidang kewirausahaan atau yang dikenal dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) menjadi usaha yang besar, hal ini juga harus dibarengi

dengan peningkatan kualitas Produk serta peningkatan SDM (sumber Daya Manusia) salah satunya di bidang teknologi.

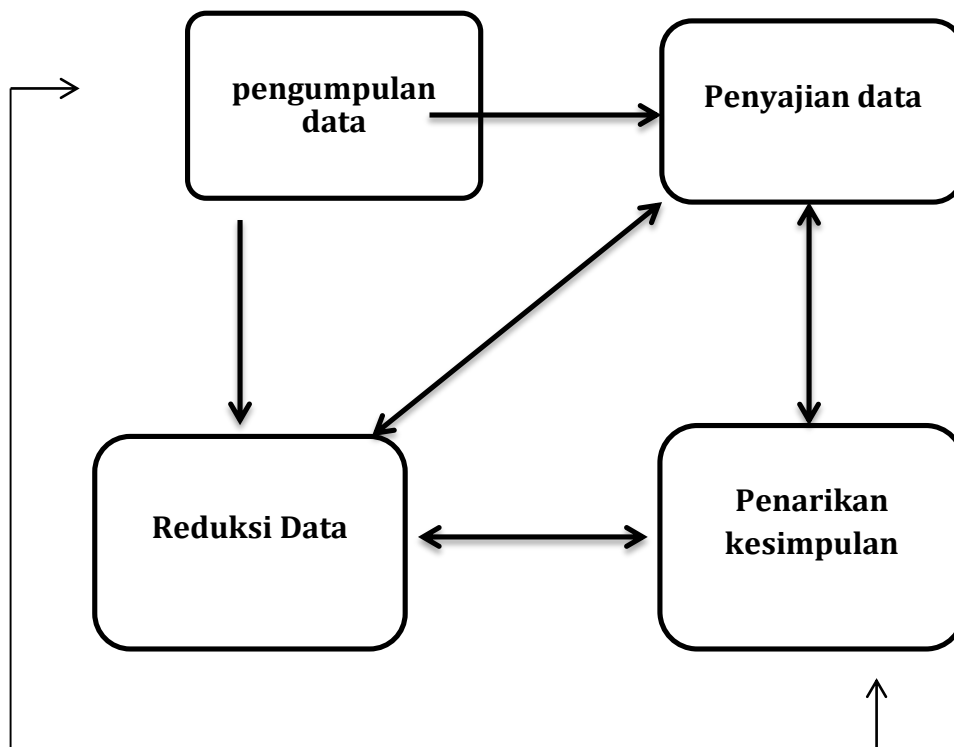
METODE

Dalam Penelitian pendekatan yang digunakan penulis menggunakan penelitian kualitatif, Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang berbentuk deskriptif yaitu pengambilan data yang berupa kata-kata tulisan, dan lisan dari orang-orang yang diamati, Penelitian ini bergantung pada Latar ilmiah yang digunakan untuk pengamatan yang melibatkan aspek dan fenomena Strategi dan Kewirausahaan dalam hal ini peneliti mengangkat judul berdasarkan hasil Pengamatan dan observasi. Sebagai tujuan untuk mempelajari tentang suatu kewirausahaan masyarakat yang berbasis di bidang ukm peneliti mengangkat judul Strategi Pengembangan Masyarakat Home Industri Imur Bahalap Kota Palangka Raya.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007:4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Dalam hal lain Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa: “penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pengambilan sampel atau sumber data pada penelitian ini dilakukan secara purposive dan untuk ukuran sampel tersebut ditentukan secara snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisa data bersifat kualitatif dan hasil penelitian menekankan makna generalisasi”

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Untuk hal itu Peneliti menggunakan dan menetapkan lokasi. Penelitian ini dilakukan di salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang ber alamatkan di jalan Manjuhan Induk No.20 kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan tengah, Indonesia, UMKM Imur Bahalap adalah salah satu Ukm yang ada di Kalimantan tengah khususnya di Palangka Raya.

Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengidentifikasi pemahaman Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Imur Bahalap Kota Palangka Raya, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang didasarkan data deskriptif dari status, keadaan, sikap, hubungan atau sistem pemikiran suatu masalah yang menjadi objek penelitian. Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsikan data, serta mengambil kesimpulan. Untuk menganalisis data ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, karena data-data yang diperoleh merupakan kumpulan keterangan-keterangan. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam hal ini Nasution menyatakan bahwa. “Analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang grounded. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data. *In fact, data analysis in qualitative research is an ongoing activity that occurs throughout the investigative process rather than after process*”. Dari pernyataan yang disampaikan di atas analisis data kualitatif dilakukan selama penelitian berlangsung bukan setelah penelitian itu berlangsung. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa: Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing/ verification).



Gambar 1. Analisis Data Interaktif Kualitatif (Mirles dan Humberman)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah pembentukan pemerintahan Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957 yang selanjutnya disebut Undang-undang Pembentukan Daerah Swatantra provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959 yang menetapkan pembagian provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai salah satu Ibukotanya. Dengan berlakunya Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959 dan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia tanggal 22 Desember 1959 Nomor Des.52/12/2-206, maka di tetapkanlah pemindahan tempat dan kedudukan Pemerintah Daerah Kalimantan Tengah dari Banjarmasin ke Palangka Raya terhitung tanggal 20 Desember 1959. Selanjutnya, Kecamatan Kahayan Tengah yang berkedudukan di Pahandut secara bertahap mengalami perubahan dengan mendapat tambahan tugas dan fungsinya, antara lain mempersiapkan Kotapraja Palangka Raya. Kahayan Tengah ini dipimpin oleh Asisten Wedana, yang pada waktu itu dijabat oleh J.M. Nahan. Peningkatan secara bertahap Kecamatan Kahayan Tengah tersebut, lebih nyata lagi setelah dilantiknya Bapak Tjilik Riwut sebagai Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah pada tanggal 23 Desember 1959 oleh Menteri Dalam Negeri, dan Kecamatan Kahayan Tengah di Pahandut dipindahkan ke Bukit Rawi. Pada tanggal 11 Mei 1960, dibentuk pula Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya, yang dipimpin oleh J.M. Nahan. Selanjutnya sejak tanggal 20 Juni 1962 Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya dipimpin oleh W.Coenrad dengan sebutan Kepala Pemerintahan Kotapraja Administratif Palangka Raya. Kota Palangka Raya adalah sebuah kota sekaligus merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah. Kota ini memiliki luas wilayah 2.400 km² dan berpenduduk sebanyak 376.647 jiwa dengan kepadatan penduduk rata-rata 2.067 jiwa tiap km² (Sensus 2015). Sebelum otonomi daerah pada tahun 2001, Kota Palangka Raya hanya memiliki 2 kecamatan, yaitu: Pahandut dan Bukit Batu. Kini secara administratif, Kota Palangka Raya terdiri atas 5 kecamatan, yakni: Pahandut, Jekan Raya, Bukit Batu, Sabangau, dan Rakumpit. Seluruh Wilayah Kota Palangka Raya berada di bawah 100 mdpl. Kecamatan dengan wilayah tertinggi adalah Kecamatan

Rakumpit dengan ketinggian ± 75 mdpl, sedangkan kecamatan dengan wilayah terendah adalah Kecamatan Sebangau dengan ketinggian kurang dari 20 mdpl. Berdasarkan tingkat kemiringan lahan, Kota Palangka Raya merupakan wilayah dengan tingkat kemiringan datar hingga landai. Di wilayah utara kota ini, tingkat kemiringan lahan sebesar ≤ 40 persen sedangkan di wilayah selatan tingkat kemiringan lahan berkisar antara 0–8 persen dan berada pada tingkat ketinggian 16–25 mdpl.

Imur Bahalap bermula dari kegiatan mahasiswa Universitas PGRI Palangka Raya yang mendapatkan hibah dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi melalui Program Mahasiswa Wirausaha pada tahun 2012 atas nama Murtosiah. Produksi Imur diawali dengan produk keripik kelakai dengan 2 rasa (rasa pedas dan original), selanjutnya berkembang memproduksi abon, keripik saluang dan pada saat ini memproduksi olahan serundeng aneka rasa tetapi masih dalam tahap pemesanan (by order). Pada tahun 2015 mahasiswa Universitas PGRI Palangka Raya mendapatkan hibah yang sama atas nama Yuliasari dengan produk amplang aneka rasa dengan nama dagang bahalap. Sejak tahun 2015 bergabung menjadi Imur Bahalap yang merambah menjadi pusat oleh-oleh khas Kota Palangka Raya, yang menyediakan produk lokal berasal dari produk UKM Kota Palangka Raya. Imur bahalap berlokasi di jalan manjuhan no 20 dan jl Majapahit no 5 Kota Palangka Raya

a. Profil UMKM Imur Bahalap

1. Nama Lengkap : Asro Laelani Indrayanti
2. NIK : 6271035709710005
3. NPWP : 16.760.764.7-711.000
4. Tahun berdiri : 2013
5. Alamat : Jl. Manjuhan No. 20 Palagkaraya
6. Telp/Hp : 08125144172 / 081251725572
7. Email : asroiin20@gmail.com

b. Profil Usaha

1. Nilai Investasi Awal : Rp. 500.000,-
2. Omset : Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000,
3. Pegawai : 2 orang
4. Perijinan :
 - 1) SKU Kelurahan Bukit Tunggal Nomor : 540/1153/VIII-BT/EPPM/2018 Tanggal 07 September 2018
 - 2) IMB Walikota Palangka Raya
Nomor : 659.4/156/DPUK-CK Tanggal 15 Agustus 1994
 - 3) IUMK Kec. Jekan Raya
Nomor: IUMK/138.474/128/Jkr Yanmas/X/2015 Tanggal 19 Oktober 2015
 - 4) Pirt
Nomor : 5.02.6271.01.0134-20 Tanggal 3 Juni 2015 (Amplang Ikan)
Nomor : 5.06.6271.02.0135-20 Tanggal 3 Juni 2015 (Kerupuk Ikan)
 - 5) Sertifikat Keamanan Pangan
Nomor : 051/62.71/15 Tanggal 9 September 2015
 - 6) TDI
Nomor : 503.3/008/DPM-PTSP/TDI/X/2018 Tanggal 3 Oktober 2018
 - 7) Halal
Nomor : 19120000611217 Tanggal 27 Desember 2017
5. Data Produk

Amplang dan kerupuk pipih adalah olahan produk Imur Bahalap yang di kembangkan saat ini untuk Bahan Baku yang di gunakan yaitu : Ikan Pipih, tepung tapioka, Bawang Putih, Gula, garam dan telur

 - a. Kapasitas produk : 1.000 – 1 500 pax per bulan
 - b. Omset perbulan : 10.000.000 – 15.000.000,-
 - c. Jangkauan pemasaran
Untuk jangkauan Pemasaraan yang di lakukan dalam penjualan produk UKM Imur bahalap menjual dengan Skala Lokal, Provisi dan Nasional
 - e. Tempat Pemasaran :
 1. Warung

2. Toko
3. Dan mall / supermarket
- f. Tempat Kemasan :
 1. Kertas / box
 2. Memasan Plastik
 3. Botol
 4. Tas
 5. Kemasan foil
 6. Label / stiker
7. Pemasaran
 - 1) Promosi melalui Goegle Imur Bahalap (<http://toko-bahalap-oleh-oleh-khas-kota-palangka-raja-atau-tokopedia> (<http://m.tokopedia.com>))
 - 2) Pemasaran sopie
 - 3) Hypermart
 - 4) Indomaret
 - 5) Rumah Produksi dan penjualan di Jl. Manjuhan No. 20 Palangka Raya
 - 6) Rumah makan Kandas Serai di Jalan kutilang Palangka Raya
 - 7) Trubus Jl. Kerinci Palangka Raya
8. Prospek kedepanya
 - 1) Perbaikan Kemasan
 - 2) Produksi meningkat
 - 3) Pemasaran meluas
 - 4) Potensi ekspor

Nama Produk yang di kembangkan di UKM Imur Bahalap yaitu : Amplang, kerupuk Ikan pipih / Belida produk ini adalah Produk cemilan atau makanan ringan berupa snack yang di buat dari ikan belida atau ikan pipih tumpah Bahan Pengawet dan tidak menggunakan vitsin untuk bahan baku Pembuatan yaitu campuran tepung tapioka, ikan belida atau ikan pipih, garam, gula, bawang putih dan telur di aduk jadi satu dengan menggunakan tangan, untuk pengemasan sendiri produk Imur Bahalap masih menggunakan pengemasan secara manual dengan menggunakan tangan dan alat seadanya untuk pengemasan sendiri menggunakan Primer yaitu alat yang terbuat dari plastik dan aluminium foil, Untuk komsumen sendiri produk olahan dari ikan pipih ini dapat di komsumsi oleh semua orang dari yang anak-anak remaja hingga orang tua. Amplang dan kerupuk ikan pipih adalah cemilan sejenis kerupuk khas Kalimantan dan pada perkembangannya menjadi menjadi salah satu jenis oleh-oleh atau bauh tangan di Provisi Kalimantan, amplang banyak tersedia di pusat oleh-oleh di Palangka Raya, Produksi amplang kebanyakan dari Provinsi Kalimantan Timur dan Kalimantan selatan.

Untuk meningkatkan Minat pembeli Amplang dan Keruk ikan pipih khususnya di kota Palangka Raya perlu di lakukan peanekaragaman rasa dari produk yang di olah dengan beraneka cita rasa akan menambah cita rasa yang berbeda dari amplang dan kerupuk ikan pipih agar pembeli tidak bosan dengan rasa yang itu itu saja.

Adapun tujuan memproduksi cemilan berupa amplang dan kerupuk ikan pipih yang ber enekaragam veriasi rasa yang awalnya original dan di buat bermacam-macam rasa dengan maksud ingn berinovasi dengan cita rasa yang baru ada pun varian cita rasa yang pernah dibuat antara lain: rasa pedas, rasa sayur kelakai, rasa sayuran daun sop, rasa bayam, rasa daun jeruk, rasa manis, rasa keju, rasa bawang dan masih banyak dengan rasa ber enekaragam tidak semua pembeli menyukai rasa tersebut original menjadi pilihan rasa asli amplang dan kerupuk ikan pipih yang di produksi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan di UMKM Imur Bahalap, dalam Strategi Pengembang Kewirausahaan memanfaatkan temuan penelitian yang sebelumnya yang telah di jelaskan posisi temuan atau teori terhadap teori dan temuan-temuan sebelumnya, serta penafsiran dan penjelasan dari temuan/teori yang diungkap dari lapangan dengan sub rumusanan pemasalahan yang telah di tulis di bab sebelumnya memfokuskan penelitian pada Strategi yang di lakukan UKM Imur Bahalap dalam

Pengembangan Kewirausahaan, kedua kendala yang di hadapi oleh pengelola selama mengembangkan kewirausahaan dan pemasaran produk UKM yang di lakukan untuk menjualkan hasil olahan.

Gambaran Strategi Pengembangan Kewirausahaan Imur Bahalap

Dari hasil Wawancara yang ditemukan oleh Peneliti di lapangn Strategi Pengembangan kewirausahaan Imur Bahalap yaitu peneliti di atas dalam Pengembangan Kewirausahaan UKM Imur Bahalap adalah UKM yang berawal dari usaha Mahasiswa PGRI yang mendapatkan hibah dari Pemerintahan yang mana di mengembangkan menjadi usaha yang maju oleh pengelola UMKM Imur Bahalap sampai saat ini cukup terkenal dalam Segi Strategi Pengembangan Usahanya, Strategi Pengelolaan maupun Pemasaraan Untuk Strategi Pengelolaan Usaha Imur Bahalap mengandalakan cita rasa Produk Olahan amplang dan Kerupuk ikan Pipih dari ungkapan Pengelola produk yang di kembangkan agar menjadi usaha yang laris dari berbahan dasar ikan dan hal tersebut juga di lakukan dalam menghadapi persaingan Pasar Imur Bahalap hanya mengadalakan cita rasa yang di buat dari bahan baku ikan Pipih atau yang di kenal dengan ikan belida. Menurut Nugroho (2003:119) menjelaskan bahwa pengelolaan adalah ilmu menejemen yang berhubungan dan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk menghujudkan tujuan tertentu yang ingin di capai. Pada umunnya pengelolaan adalah kebijakan untuk mencapai tujuan yang di inginkan secara umum pengelolaan adalah sesuatu merubah semua menjadi hal yang baik dengan memiliki nilai yang lebih tinggi dan mencapai agar semuanya lebih berarti, Pengelolaan sebagai fungsi yang di dalamnya meliputi perencanaan, Pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai menjemen kerja UKM imur Bahalap mengikuti 4 pola yang tersebut dalam Strategi yang dilakukan. Tidaknya berfokus pada pengelolaan yang di lakukan Imur Bahalap juga dalam pengembangannya giat dalam pengembangan dalam pemasaran usaha Strategi Pemasaraan adalah suatu Upaya yang di lakukan UMKM tentang sautu produk usaha yang di lakukan mendapatkan jumlah penjualan yang tinggi, di jelaskan oleh (Stantos, dalam kotler, 2000:258) pasar merupaka kumpulan individu yang dapat di jadikan tempat bagi konsumen untuk dari suatu produk yang di jual. Salah satu Strategi Pemasaran adalah Strategi yang di jalan oleh UKM untuk menjualkan Produk jaulan kepada konsumen bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran Pemasaran untuk itulah dari sistem Pemasaran pengelola dapat mengetahui Sistem pemasaran maupun penjualan pengelola dapat berkerja sama dengan berkombinasi dengan UKM lain atau toko lain untuk mengembangkan dan menjual produk yang di buatnya dengan Strategi pemasaran seperti pengelola tidaknya UKM saja tepi juga dapat mengembang usaha dengan toko lainnya Menurut William J. Stanton pengertian marketing mix secara umum adalah sebagai berikut marketing mix adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan kombinasi empat besar pembentuk inti sistem pemasaran sebuah organisasi. Keempat unsur tersebut adalah penawaran produk/jasa, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Yang pertama yaitu Produk atau jasa yang di maksud adalah produk atau jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen, produk atau jasa adalah kebutuhan konsumen dengan produk perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelangan yang di inginkan, yang kedua Harga, setiap usaha selalu mengejar suatu keuntungan guna kesinambungan Produksi ke keuntungan di peroleh didapatkan pada penapan harga olahan yang di jaul oleh karna itu penentuan harga dari suatu usaha merupaka masalah yang cukup penting, karna dapat mempengaruhi hidup matinyaserta pendapatan atau laba usaha biasa kebijakan harga sudah di tentukan dengan jasa yang di pasarkan untuk Pembuatan dan pengolahan produksi, yang ketiga saluran atau distribusi setelah UKM atau Perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang di jual dengan harga ya sesuai dengan barang yang di tawarkan selanjutnya yaitu menentukan metode penyampaian produk yang ditawarkan tempat tempat yang sudah di tentukan sebelumnya agar barang produk sampai kepada orang yang telah memesan dalam langka melancarkan arus barang atau produk yang di sampaikan adalah pemilihan distribusi (*Channel Of Distribution*). Masalah pemilihan saluran distribusi adalah masalah yang berpengaruh bagi marketing, karena kesalahan dalam memilih dapat menghambat bahkan memacetkan usaha penyaluran produk/jasa dari produsen ke konsumen ke Empat yaitu promosi berhubungan dengan usaha dan memberikan informasi apa yang di jual promosi di perlukan agar hasil olahan yang di juala dapat di kenal luas dan dapat di ketahui oleh orang banyak promisi bisa di lakukan melalui apa saja yaitu dengan periklanan (*advertising*) yaitu dengan memasang iklan di internet untuk promo penjualan penjualan pribadi (*Personal Selling*), adalah penjualan yang di lakukakan di tempat usaha peroranga dan bisa juga kelompok usaha Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu mengadalakan jasa orang lain untuk menjual hasil produksi dan Publisitas (*Publicity*) menjual secara umum untuk mendapatkan hasil dari produksi yang di jual.

Pemasaran Yang di lakukan UKM Imur Bahalap

Berdasarkan hasil wawancara yang di temukan Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Imur Bahalap pemasaran yan di lakuka untuk pengembangan kewirausahaan UKM Produk adalah hasil produksi yang di lakukan oleh prodok yang nantinya akan dipasarkan kepada konsumen yang membutuhkan sebagian besar pendapatan suatu perusahaan berasal dari produk yang dijualnya kepada para konsumen, konsumen akan membeli produk tersebut untuk keperluannya sehari-hari, maupun untuk memenuhi kepuasannya. Pemasaran produk UKM di jual dengan cara online dan offline di jelaskan Menurut Fandy Tjiptono (1999:95) mengungkapkan bahwa Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminya, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. dalam hal tersebut produk yang di jual atau di pasarkan sudah layak untuk di komsumsi oleh masyarakat Swastha dan Irawan (1990:165) menjelaskan Produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Narver dan slater (1990,p.21-22) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi Interfungsional Orientasi pelanggan dan orientasi pesaing termasuk semua aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan pesaing pada pasar yang dituju dan menyebarkan melalui bisnis, sedangkan koordinasi interfungsional di dasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi. Dalam penelitian yang saya lakukan produksi Imur bahalap di lakukan Imur Bahalap jalan Manjuhan No 20 Kota Palangka Raya dan jalan Majapahit No 5 Kota Palangka Raya sebagai tempat produksi olahan yang di lakukan di tempat tersebut juga di jadikan tempat penjualan hasil produksi tidaknya hanya di di suatu tempat penjualan Imur bahalap juga menjual hasil produksi di Hypermart Indomaret dan toko online Soppie dan Toko Pedia Hypermart adalah Hipermarket adalah bentuk pasar modern yang sangat besar, dalam segi luas tempat dan barang-barang yang diperdagangkan produk olahan Imur Bahalap dapat di jumpai di hypermart di Jalan Yos Soedarso kota Palangka Raya dan juga dapat di jumpai di indomaret untuk toko Online Soppie dan Toko Pedia bisa di cari di halaman pencarian soppie dan toko pedia dengan format pencarian Oleh-oleh Khas Palangka Raya. Toko online adalah sebuah toko yang menjual barang-barang yang direalisasikan dalam tampilan sebuah website yang dapat diakses saat terhubung dengan jaringan internet. Toko online di Indonesia ada banyak dan macam macam jenis untuk pedagang yang ingin menjual hasil dangang bisa men download aplikasi yang telah tersedia di Play Store dengan memfaatkan diri dangan membat toko sendiri dan menjajakan hasil produksi dan usahanya di toko online tersebut. Tidaknya penjualan secara online Imur Bahalap juga menjual secara offline dengan berkerja sama dengan toko oleh-oleh lain yang ada di Kota Palangka Raya antara lain yaitu Rumah makan kandai sarai yang terletak di jalan kutilang Palangka Raya dan juga toko oleh-oleh Trubus di jalan kerinci Kota Palangka Raya.

Kendala yang di hadapi UKM Imur Bahalap

Berdasarkan hasil wawancara yang di temukan bahwa kendala yang di hadapi oleh UKM Imur Bahalap adalah di pengemasan produk Dari ungkapan dari narasumber di atas saat wawancara peneliti meyimpulkan hal yang sama terkait kendala yang di hadapi UKM Imur Bahalap dalam pengembangan kewirausahaan saat ini dalam wawancara yang di lakukan peneliti baik dari pengelola, keriyawan maupun masyarakat hal tersebut di jelaskan kendala yang utama dalam olahan produk berupa cemilan berupa snack amplang dan kerupuk ikan pipih ini adalah yaitu terdapat di bahan pengemasan yang di lakukan pengemasan bertujuan agar makan tetap awet dan tahan lama, untuk mendapatkan bahan yang bagus Pengelola biasanya memesan dari pulau jawa karna kualitas yang di miliki cukup bagus dan bisa tahan lama dari kemasaran yang ada di Kalimantan hal itulah yang di ingin di ungkapkan oleh pengelola kemasaran yang berupa aluminium foil inilah yang di gunakan untuk pengemasan produk yang tahan akan cahaya dan kedap udara dan untuk segi mesaran dan pembuatan produk pengelola tidak mempunyai kendala. Aluminium foil adalah salah satu benda yang biasa digunakan untuk membungkus makanan, dan menjaga makanan tersebut agar tetap panas. Aluminium foil tersedia dalam berbagai ukuran dan karakteristik dan terutama digunakan untuk mengemas berbagai barang. Aluminium foil kadang juga dilapisi plastik sehingga membuatnya lebih kuat. Sifat Istimewa dan karakteristik aluminium foil antara lain: lentur, fleksibel, mudah dibentuk sesuai fungsi kemas, menarik perhatian pembeli, kedap udara, air dan lemak, bersih (*hygiene*), tidak beracun, tidak mempengaruhi rasa dan bau, dan bersifat membungkus objek atau produk. Aluminium foil juga merupakan penghantar panas yang baik untuk energi listrik dan penghangat ruangan. Adapun kekurangannya adalah dapat rusak karena pengaruh asam, garam dapur dan logam berat. Sebenarnya

aluminium foil tahan terhadap pengaruh berbagai bahan kimia, tergantung dari campuran spesifik atau agent kimia yang terkandung di dalamnya dan kontak langsung dengan aluminium foil tersebut. Aluminium foil menggantikan fungsi kertas timah sejak pertengahan abad ke-20, karena kertas timah kurang fleksibel untuk dibentuk dan cenderung memberikan sedikit rasa timah pada produk yang dikemasnya, khususnya sebagai pembungkus bahan makanan. Meskipun demikian, saat ini pada umumnya Masyarakat masih menggunakan istilah kertas timah untuk menyebut aluminium foil.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah di sampaikan di Bab IV makan dengan itu Peneliti dapat mengambil kesimpulan yaitu sebagai berikut: 1) Strategi Pengembangan Kewirausahaan UKM Imur Bahalap adalah salah satu upaya Pengelola dalam memajukan Usaha baik dari segi Pengelolaan dan juga dari segi pemasaran yang di lakukan pengembangan di lakukan Untuk Usahan yang di jalani dapat menjadi usahan yang maju dan dapat di kenal di kalangan luas untuk mengembangkan Usahan Imur bahalap sendiri telah menjalin kerja sama dengan toko-toko modern yang ada di Palangka Raya dengan olahan Produk yaitu amplang dan kerupuk ikan pipih tidak hanya itu Imur Bahalap juga membuka toko Online nya yaitu di Shoppie dan toko Pedia agar Peminat semakin banyak dan Mudah di dapat Imur Bahalap juga memasang google map agar Mudah di temukan. 2) Pemasaran Produk Olahan UKM Imur Bahalap berupa online dan offline dalam Pemasaran produk yang di lakukan Imur Bahalap menjual Produknya yaitu di UKM Imur Bahalap sendiri Hypermart dan Indomart Imur Bahalap juga telah berkerja sama dengan toko oleh-oleh lain yang ada di palangka raya dalam Memasarkan hasil produk yang telah di olahnya tidak hanya secara Offline tapi juga secara online untuk Online sendiri Imur Bahalap membuka toko di Shoppie dan toko Pedia dengan kata Kunci Oleh oleh Khas Kalimantan dan Imur Bahalap Palangka Raya. 3) Kendala yang di hadapi UKM Imur Bahalap adalah kendala dari Pengemasan produk untuk mendapatkan produk yang berkualitas dan tahan lama Pengelola UKM Imur Bahalap haru memasan Kemasaran di Luar Kalimantan hal tersebut juga mengakibatkan agak lama, demi kualitas produk yang di miliki Untuk bahan Pengemasan sendiri yaitu Kemasan Aluminium Foil kemasan yang kendor udara dan tahan terhadap cahaya dan juga kemasan ini dapat bertahan hinga 6 bulan lama nya

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang peneliti ajukan, diantaranya: 1) Untuk kedepan adanya perbaikan pada kemasan karna kemasaran yang di gunakan cukup sulit di dapat hal tersebut menghambat produksi olahan dengan kemasan yang lebih efisien dalam pengemasan penjualan akan lebih mudah hal tersebut juga di dukung dengan proses produksi yang lebih cepat agar produk yang di peroleh lebih banyak untuk memudahkan perkerja lebih baiknya menngunakan alat yang mampu mempermudah perkerjaan. 2) Produksi di harapkan untuk kedepannya lebih meningkat hal hal tersebut juga di dukung dengan promosi yang cukup bagus dengan memasang iklan agar UKM Imur Bahalap dan olahan dapat di kenal lebih luas lagi dapat membuka cabang-cabang baru dalam penjualan mau produksi olahan. 3) Di harapkan kedepan nya dengan usaha yang sudah maju seperti sekarang ini ukm dapat meningkatkan hasil pemasarannya dengan cukup luas lagi dan bisa mencapai internasional hal ini dapat mendukung perkembangan UMKM Imur Bahalap dapat terkenal kemacaran Negara dengan penjualan yang di tawarkan, dengan hasil tersebut juga UKM Imur Bahalap di harapkan dapat mengembangkan produk lainnya agar produk yang di keluarkan oleh UKM Imur Bahalap mempunyai ciri khas nya sendiri dalam cita rasa olahannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrianto, "Pertanggung Jawaban terhadap Produk Industri Rumah Tangga (Home Industri) Tanpa Izin Dinas Kesehatan" hal 38.
- Alma, Buchari. 2010. Kewirausahaan (edisi revisi). Bandung: Alfabeta
- Boohene, Rosemond, Alison Sheridan and Bernice Kotey, 2008, Gender, Personal Values, Strategies And *Small Business Performance. Equal Opportunities International*, Vol. 27 No. 3, pp. hal 237 – 257.

- Covin, Jeffrey G. dan Dennis P. Slevin, 1991, *A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior*, Baylor University.
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Gita Rosalita Armelia dan Anita Damayantie, *Jurnal Sociologie Vol 1, Peran PTPN VII dalam Pemberdayaan Home Industri Keripik Pisang*. 39-40
- Hadari Nawawi, 2000, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi Bidang Pendidikan*, UGM Press, Yogyakarta, hlm. 50-51.
- Hisrich, Robert D., Michael P. Peter, dan Dean A. Shepherd, 2008, *Entrepreneurship*. Chriswan Sungkono dan Diana Angelica (penerjemah), Kewirausahaan, Salemba Empat, Jakarta
<https://mahmuddin.wordpress.com/2010/12/15/faktor-faktorpendorong-kewirausahaan/> Tanggal 24 juli, 20.50 WIB
<https://mahmuddin.wordpress.com/2010/12/15/faktor-faktorpendorong-kewirausahaan/> tanggal 24 juli 21 : 00 WIB
- Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM, 2001), 20-22
<https://text-id.123dok.com/document/7qv8xe71z-data-sumber-data-narasumber.html> di akses pada tanggal 26 juli 2020 jam 09.25 WIB
<https://id.123dok.com/document/y8g6wg0z-penelitian-pengelolaan-pembelajaran-terpadu-berbasis-tingkat-pendidikan-wonogiri.html?tab=fulltext> pada tanggal 26 juli 2020, jam 13 20 WiB
<http://kusenaluminiumset.blogspot.com/2015/05/sifat-karakteristik-aluminium-foil.html> pada ,17 october 2020 Jam 14.00 wib
- Kasal Rhenald. 2010. *Wirausaha Muda Mandiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kamil Mustofa. 2010. *Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnadi, dkk (2005). *Pendidikan Keaksaraan. Filosofi, Strategi, Implementasi*. Jakarta: Direktorat. Pendidikan Masyarakat
- Lantip Diatprasojo.2018 *Menjemen Strategi: Pengertian Strategi*, UNY Press. J1. Gejayan, Gg Alamanda, Komplek Karang malang Yogyakarta hlm.3
- Lantip Diatprasojo.2018 *Menjemen Strategi: aspek-aspek strategi*, UNY Press. J1. Gejayan, Gg Alamanda, Karang malang Yogyakarta hlm.4-5
- Lantip Diatprasojo.2018 *menjemen Strategi:Sifat menejemen Strategi*, UNY Press. J1. Gejayan, Gg Alamanda, Komplek Karang malang Yogyakarta hlm.11
- Lantip Diatprasojo.2018 *Menjemen Strategi:Ruang Lingkup,Cocok Dan Perenggan*, UNY Press. J1. Gejayan, Gg Alamanda, Komplek Karang malang Yogyakarta hlm.17-18
- Lantip Diatprasojo.2018 *Menjemen Strategi:Analisis Strategi*, UNY Press. J1. Gejayan, Gg Alamanda, Komplek Karang malang Yogyakarta hlm.18-19
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000)
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Lubis, A. N. (2004). *Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis*. Universitas Sumatera Utara.
- Meredith, G. Goffrey, 1996, *Kewirausahaan: Teori dan praktis*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo.hal.81
- Rahmayanti, “*Strategi Peningkatan Retribusi (Jasa) Pasar Niaga Daya Di Kota Makasar*”, 2013, hlm.72 Triton, manajemen strategis, jakarta: orzyam 2011, hlm.15
- Suherman Eman. 2010. *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Supranoto, M. (2009). *Strategi menciptakan keunggulan Bersaing produk melalui orientasi pasar, Inovasi, dan orientasi kewirausahaan Dalam rangka meningkatkan kinerja Pemasaran (Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- Suryana, *Kewirausahaan, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta :Penerbit Salemba Empat.hal.122
- Suryana, *Kewirausahaan, 2006, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, hal 58
- Suherman Eman. 2010. *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta

- Sartini pawe, "peranan industri rumah tangga dalam peningkatan pendapatan masyarakat di desa Roworena kecamatan Ende selatan kabupaten Ende" (Skripsi, Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Malang, 2007), 12.
- Sihombing, Umberto. *Konsep dan Pengembangan Pendidikan Berbasis Masyarakat* dalam Fasli Jalal dan Dedi Supriadi (Eds.), *Reformasi Pendidikan dalam Konteks Otonomi Daerah* (Cet. I; Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2001)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. 6, hlm. 335-336
- Undang-Undang No. 20 tahun 2003 *Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta
- Yogi, dkk, *Manajemen Strategik Terapan: Panduan Cara Menganalisa Industri dan Pesaing*, Jakarta: Poliyama Widya Pustaka, 2007, hlm. 15
- Zubaedi. (2006) *Prinsip Pendidikan Berbasis Masyarakat. In Pendidikan berbasis Masyarakat* (p.135). Yogyakarta: Pustaka Belajar