

PENINGKATAN DAYA SAING KAMPUNG LONTONG MELALUI DIGITALISASI DAN PENGUATAN KELEMBAGAAN

Agung Bayu Murti¹, Erma Tri Wahyuningdyah²

Universitas Wijaya Putra
agungbayu@uwp.ac.id, ermatri@uwp.ac.id

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

ABSTRACT

In facing the Industrial Era 5.0, the Surabaya Lontong craftsmen Association, have not prepared the production methods or systems, marketing, finance, institutions and networking needed in the 5.0 Era, the production system is still manual, not much touch of technology in the production process, in the marketing system, they are still carry out offline and traditional marketing, financial management still uses traditional records / does not even use financial records, institutions have not been empowered effectively to help facilitate members' businesses, while networking is still lacking because they still cannot become a supply chain for industry- larger industry (catering business, supplier to large hotels & restaurants)

From the problems of the partners of the Lontong Crafts Association in Lontong Village, Kupang Krajan Village, Sawahan District, Surabaya City, which are summarized above, after adjusting to the budget, output and time, marketing, financial and institutional problems were chosen to find solutions in community service here. The achievement targets are the implementation of training, the practice of training results and lontong craftsmen getting results from digital marketing, accounting and digital finance practices and the functioning of institutional containers as a means of facilitating/facilitating the business of members of the lontong craftsmen association.

Keywords: UMK, Kampung Lontong, Marketing, Accounting, Digital

ABSTRAK

Dalam menghadapi Era Industri 5.0, Paguyuban pengrajin Lontong Surabaya, belum menyiapkan metode cara ataupun sistem produksi, pemasaran, keuangan, kelembagaan dan networking yang diperlukan dalam Era 5.0, Sistem Produksi masih manual tidak banyak sentuhan teknologi dalam proses produksi, dalam sistem Pemasaran, mereka masih menjalankan pemasaran secara offline dan tradisional, untuk manajemen Keuangan masih menggunakan pencatatan secara tradisional / bahkan tidak memakai pencatatan keuangan, untuk kelembagaan belum diberdayakan secara efektif dalam membantu mempermudah usaha anggota, sedangkan untuk networking masih kurang karena mereka masih belum bisa menjadi supply chain bagi industri-industri yang lebih besar (bisnis catering, supplier bagi hotel & restoran besar)

Dari permasalahan-permasalahan mitra Paguyuban Perajin Lontong Kampung Lontong, Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya yang terangkum di tersebut di atas setelah disesuaikan dengan anggaran, output dan waktu maka dipilih permasalahan pemasaran, keuangan dan kelembagaan yang akan dicarikan solusi dalam pengabdian masyarakat disini. Target capaian adalah terselenggaranya pelatihan, praktek hasil pelatihan dan pengrajin lontong mendapatkan hasil dari praktek digital marketing, akuntansi dan keuangan digital serta berfungsinya wadah kelembagaan sebagai sarana mempermudah/fasilitator bisnis anggota paguyuban pengrajin lontong.

Kata kunci: UMK, Kampung Lontong, Pemasaran, Akuntansi, Digital

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kota Surabaya memiliki satu kampung unik yang dikenal dengan Kampung Lontong. Sebutan tersebut muncul karena hampir sebagian warganya adalah pengrajin lontong. Kampung Lontong berada di gang Banyu Urip, Krajan, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Gang tersebut seakan tak pernah tidur. Sejak dini hari, keramaian mulai terlihat. Kaum perempuan dan laki-laki mengukus beras untuk dimasukkan ke dalam daun untuk selanjutnya dimasak. Di teras-teras rumah warga yang lain sibuk menata lontong dalam sebuah tempat untuk diantar ke pasar-pasar Surabaya dan sekitarnya. Tak hanya untuk memasok kebutuhan sehari-hari, tapi juga untuk memasok pesanan saat hari raya Idul Fitri hingga Cap Go Meh. Dalam sehari, rata-rata pembuat lontong menghabiskan 700 kg hingga satu kuintal beras.

Kampung Lontong Banyu Urip Surabaya tak bisa dipisahkan dari sosok Ramiah. Saat persaingan tempe semakin ketat, pada tahun 1974 Ramiah mencoba membuat lontong dan dipasarkan di tempat ia biasa berdagang tempe dan ayam di pasar. Ramiah belajar membuat lontong dari Mbah Muntiyah, tetangganya di Banyu Urip Lor. Tak disangka lontongnya laris. Karena pesanan semakin banyak, ia meminta bantuan tetangga untuk membuat lontong. Ramiah pun mulai mengajari tetangga membuat lontong. Lambat laun perajin tempe akhirnya mengikuti jejak Ramiah. Baca juga: Semarak Kampung Ramadhan Digelar di Solo, Ini Harapan Gibran Salah satu tetangga yang diajari membuat lontong oleh Ramiah adaah Suwarni. Pada tahun 1996, Suwarni mengalami kesulitan ekonomi. Ramiah pun memutuskan mengajari Suwarni membuat lontong. Tak hanya membuat, Ramiah juga menyuruh Suwarni berjualan lontong secara mandiri sebagai pekerjaan sampingan. Untuk mempermudah produksi Suwarni, Ramiah memberikan modal secara gratis berupa kompor, dandang, beras dan daun pisang. Pada tahun 1977, Suwarni mulai memproduksi dan menjual lontong secara mandiri ke beberapa pasar tradisional khususnya di Pasar Asem Banyu Urip dan Pasar Krukah.

Setelah Suwarni sukses menjalankan bisnis jualan lontong, banyak masyarakat Banyu Urip Lor yang tertarik untuk memulai bisnis yang sama. Mereka akhirnya memutuskan untuk belajar membuat lontong kepada Ramiah. Ramiah dengan senang hati memberitahukan cara membuat lontong kepada mereka. Setiap hari, ada beberapa tetangga Ramiah yang ngenger di rumahnya untuk belajar cara membuat lontong. Ciri khas Lontong Banyu Urip juga muncul berkat inovasi dari Ramiah. Lontong Banyu Urip hasil inovasi Ramiah dibungkus dengan bagian luar daun pisang, sehingga lontong yang dihasilkan berwarna kehijauan. Dari hasil berjualan lontong tersebut, warga bisa membangun rumah, menyekolahkan anak dan memenuhi kebutuhan hidup. Keberadaan Kampung Lontong menjadi penting untuk keberlangsungan kuliner masyarakat Surabaya, yang sebagian besar bermenu utama lontong. Seperti lontong balap, lontong kupang, lontong mie, lontong sayur, lontong kikil, lontong cap gomeh, gado-gado, sate, bakso dan lain-lain. Dengan demikian, otomatis Kampung Lontong juga membantu perekonomian masyarakat Surabaya, terutama para penjual makanan yang bermenu utama lontong.

Pada tahun 2006, dibentuk posko atau paguyuban untuk pemberdayaan warga setempat dengan nama posko 100, sebuah posko pemberdayaan UMKM oleh salah satu partai politik. Dan kemudian posko tersebut memfasilitasi dibentuknya paguyuban pembuat lontong di wilayah tersebut. Selanjutnya oleh warga diberi nama P2LM (Paguyuban Pengusaha Lontong Mandiri).

Pengesahan P2LM pada masa jabatan walikota Bambang DH. Bambang DH, embantu menampung keluhan warga kampung lontong ini, dan pada saat itu yang dikeluhkan adalah beras untuk bahan pokok produksi lontong. Kemudian oleh Wali Kota Surabaya saat itu, pihaknya disarankan untuk membentuk susunan kepemimpinan kemudian mengajukan persyaratan administratif yang harus dipenuhi. Alhasil kampung lontong mendapatkan bantuan beras bulog untuk produksi.

Tidak hanya itu saja, beberapa program pendampingan dari Posko 100 yaitu program sosialisai briket batubara pada awal konversi minyak tanah ke gas pada 2008, hingga mengupayakan bantuan kompor dan elpiji dari Wali Kota dulu, Bambang DH. Trauma pasca kebakaran 2016 lalu, akhirnya pada tahun 2017 masuk Perusahaan Gas Negara. Para pedagang kampung lontong kemudian memilih menggunakan gas PGN melalui jaringan gas.

Pemakaian gas PGN ini tidak bertahan lama, beberapa pengusaha lontong Banyu Urip terpaksa mencopot saluran Perusahaan Gas Negara yang terpasang ke rumah produksi mereka. Meskipun lebih praktis dan murah dibandingkan dengan menggunakan gas elpiji, mereka mengaku tidak sanggup membayar biaya jaminan pemasangan pipa PGN sebesar Rp 1.8 juta. Meskipun biaya tersebut akan

dikembalikan apabila pengguna sudah tidak ingin menggunakan lagi gas dari PGN namun tetap saja mereka keberatan karena besarnya nominal jaminan dan tidak ada pilihan untuk mencicil. Demikian permasalahan kondisi terkini di kampung lontong Surabaya.

Dalam menghadapi Era Industri 5.0, berdasarkan hasil wawancara awal dengan Ketua dan anggota Paguyuban pengrajin Lontong Surabaya, mereka belum menyiapkan metode cara ataupun sistem produksi, pemasaran, keuangan, kelembagaan dan networking yang diperlukan dalam Era 5.0, Sistem Produksi masih manual tidak banyak sentuhan teknologi dalam proses produksi, dalam sistem Pemasaran, mereka masih menjalankan pemasaran secara offline dan tradisional, untuk manajemen Keuangan masih menggunakan pencatatan secara tradisional / bahkan tidak memakai pencatatan keuangan, untuk kelembagaan belum diberdayakan secara efektif dalam membantu mempermudah usaha anggota, sedangkan untuk networking masih kurang karena mereka masih belum bisa menjadi supply chain bagi industri-industri yang lebih besar (bisnis catering, supplier bagi hotel & restoran besar)



Gambar 1 Kegiatan industry Perajin Lontong

PERMASALAHAN MITRA

Dalam menghadapi Era Industri 5.0 yang serba otomatis, online, efisien dan efektif Permasalahan yang dihadapi mitra PPM Paguyuban Perajin Lontong Kampung Lontong, Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya, berdasarkan obesrvasi dan wawancara terangkum dalam tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1 Permasalahan yang yang dihadapi mitra PPM Paguyuban Perajin Lontong Kampung Lontong

NO	ASPEK PERMASALAHAN	PERMASALAHAN	SOLUSI
1	Produksi	<p>Belum menggunakan Tehnologi Tepat Guna untuk mempermudah . membuat lebih efisien proses produksi, misal bagaimana</p> <ul style="list-style-type: none"> • mempercepat proses pengisian dan pembungkusan lontong, • mengefisienkan penggunaan bahan bakar, 	<p>Dibutuhkan alat / cara untuk membuat proses produksi lebih mudah dan efisien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alat dan tehnologi mempercepat proses pengisian dan pembungkusan lontong, • Alat dan tehnologi untuk mengefisienkan penggunaan bahan bakar,

NO	ASPEK PERMASALAHAN	PERMASALAHAN	SOLUSI
		<ul style="list-style-type: none"> membuat sistem pengemasan agar lontong bisa bertahan lama 	<ul style="list-style-type: none"> Alat dan teknologi untuk membuat sistem pengemasan agar lontong bisa bertahan lama
	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Sistem Pemasaran yang masih Tradisional dan Offline sehingga jangkauan pemasaran dan jumlah pelanggan yang terbatas. Networking yang masih terbatas, belum bisa ikut ambil bagian dalam supply chain bisnis kuliner yang besar 	<ol style="list-style-type: none"> Diperlukan metode sistem Pemasaran online untuk lebih memperluas jangkauan pemasaran dan menambah jumlah pelanggan Pelatihan digital marketing untuk Perajin Lontong
	Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> Ada yg sudah dan ada yg belum memiliki pencatatan keuangan, secara keseluruhan belum memanfaatkan teknologi aplikasi untuk pencatatan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan aplikasi pencatatan keuangan
	Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> Belum banyak Perajin Lontong yang memiliki Legalitas Usaha Kelembagaan paguyuban/ Koperasi belum dijalankan sebagai wadah untuk mempermudah usaha anggota 	<ol style="list-style-type: none"> Bekerja sama dengan Dinas Koperasi UKM & Perdagangan untuk memfasilitasi legalitas usaha Pelatihan pengembangan koperasi paguyuban dengan Dinas Koperasi
	Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Lingkungan masih terkesan kumuh dan kotor akibat adanya aliran sungai yang tidak terjaga kebersihannya Limbah daun pembungkus lontong 	<ul style="list-style-type: none"> Revitalisasi wilayah Kampung Lontong Diperlukan TTG untuk mengolah Limbah Daun Pembungkus Lontong

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Dari permasalahan-permasalahan mitra Paguyuban Perajin Lontong Kampung ontong, Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya yang terangkum di tersebut di atas setelah disesuaikan dengan anggaran, output dan waktu maka dipilih permasalahan pemasaran, keuangan dan kelembagaan yang akan dicarikan solusi dalam pengabdian masyarakat disini, langkah-langkah solusi yang dilakukan beserta indikator capaian terangkum dalam tabel 2 di bawah ini :

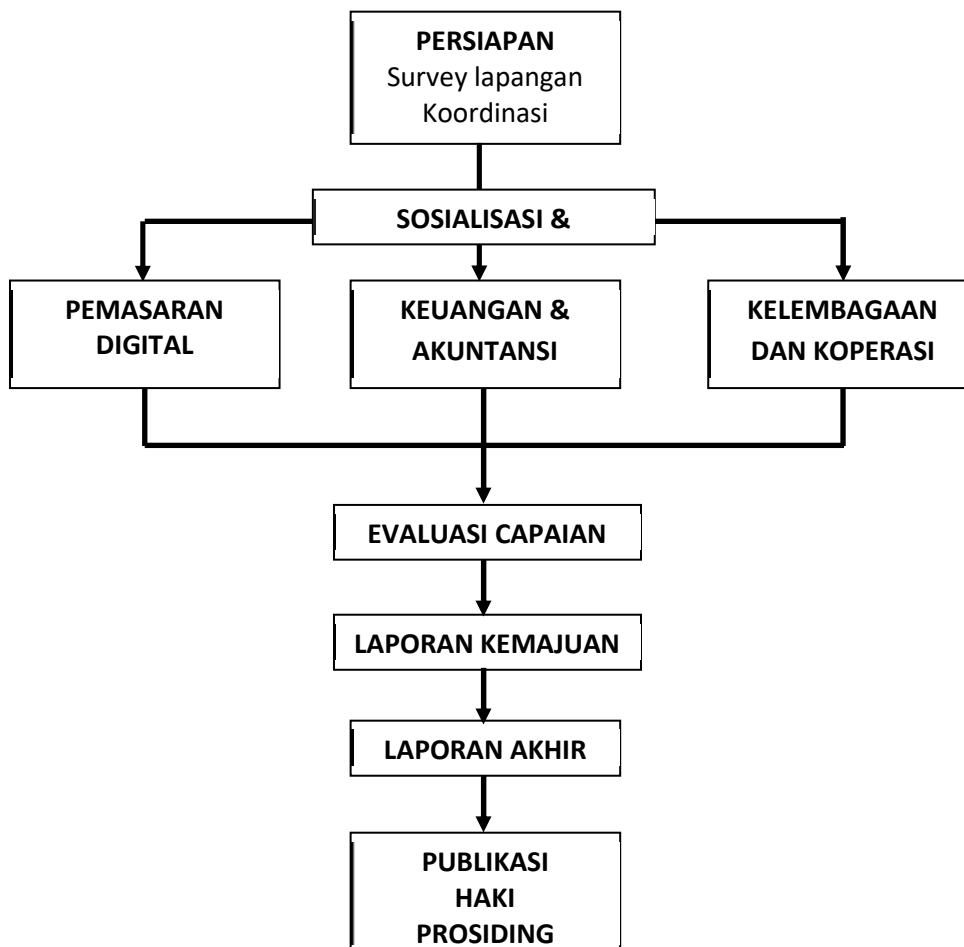
Tabel 2: Target dan Luaran

No.	Permasalahan Mitra	Target	Luaran
1	Aspek Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> Sistem Pemasaran yang masih Tradisional dan Offline sehingga jangkauan pemasaran dan jumlah pelanggan yang terbatas. Networking yang masih terbatas, belum bisa ikut ambil bagian dalam supply chain bisnis kuliner yang besar 	<ol style="list-style-type: none"> Sosial Media Marketing Bagi UMKM <ul style="list-style-type: none"> Edukasi pentingnya membangun & menjadikan sosial media menjadi media marketing tanpa biaya iklan Strategi Konten Kreatif Bagi UMKM <ul style="list-style-type: none"> Edukasi pentingnya membuat konten sosmed menjadi kreatif & atraktif untuk menarik calon pelanggan & branding produk 	<ol style="list-style-type: none"> Terselenggaranya Proses pelatihan Adanya Perajin Lontong yang sudah melakukan digital marketing Adanya Perajin Lontong yang mendapatkan kontrak sebagai supplier lontong <p>Kegiatan masing-masing terdiri dari 1 x pelatihan dan 3 x pendampingan</p>

No.	Permasalahan Mitra	Target	Luaran
		3. Strategi SEO & Konten Viral -Edukasi tentang cara membuat konten viral untuk branding produk	Dengan Pemasaran Online pasar baru yang bisa diraih lebih luas daripada pemasaran offline, minimal bisa menguasai Kota Surabaya, mencapai Kabupaten Gresik dan Kabupaten Sidoarjo
2	Aspek Keuangan <ul style="list-style-type: none"> • Ada yg sudah dan ada yg belum memiliki pencatatan keuangan, • secara keseluruhan belum memanfaatkan tehnologi aplikasi untuk pencatatan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan aplikasi pencatatan keuangan SIAPIK dari Bank Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> • Terselenggaranya Pelatihan Aplikasi Pencatatan Keuangan • Perajin Longtong Tertib melakukan pencatatan keuangan melalui aplikasi SIAPIK <p>Kegiatan terdiri dari 1 x pelatihan dan 3 x pendampingan</p>

METODE PELAKSANAAN

Alur Pengabdian Masyarakat



Gambar 2 Alur Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang memuat hal-hal berikut ini;

1. Permasalahan dalam bidang manajemen pemasaran.
Berdasarkan permohonan anggota dan kesiapan pengrajin kampung lontong dalam menghadapi Era Industri 5.0, (Digitalisasi business) maka dalam Bidang manajemen Pemasaran akan dilakukan pelatihan Digital Marketing dengan materi sebagai berikut :
 1. Sosial Media Marketing Bagi UMKM
Edukasi pentingnya membangun & menjadikan sosial media menjadi media marketing tanpa biaya iklan
 2. Strategi Konten Kreatif Bagi UMKM
Edukasi pentingnya membuat konten sosmed menjadi kreatif & atraktif untuk menarik calon pelanggan & branding produk
 3. Strategi SEO & Konten Viral
Edukasi tentang cara membuat konten viral untuk branding produk.
 2. Permasalahan dalam bidang Manajemen Keuangan.
Berdasarkan permohonan anggota dan kesiapan pengrajin kampung lontong dalam menghadapi Era Industri 5.0, (Digitalisasi business) maka dalam Bidang Manajemen Keuangan akan dilakukan pelatihan Digital Accounting dengan Aplikasi SIAPIK dari Bank Indonesia
 3. Permasalahan dalam bidang Manajemen Kelembagaan.
 - Bekerja sama dengan Dinas Koperasi UKM & Perdagangan untuk memfasilitasi legalitas usaha dengan agenda sosialisasi dan pelatihan pemberdayaan koperasi
- ❖ Peran Paguyuban adalah mengkoordinir para anggotanya dan memfasilitasi tempat Balai RW sebagai tempat sosialisasi Program Pengabdian Masyarakat, Pelatihan digital marketing, digital accounting dan Sosialisasi Kelembagaan dan Koperasi

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam Program kemitraan Wilayah terbagi dalam beberapa kegiatan di antaranya:

1. Kegiatan Koordinasi dengan Kelurahan Kupang Krajan
2. Kegiatan Sosialisasi Program
3. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital
4. Kegiatan Pelatihan Keuangan
5. Kegiatan Pembinaan Kelembagaan

Berikut adalah rincian kegiatannya

1. Kegiatan : Koordinasi dengan Pihak Kelurahan
Agenda : Koordinasi dan menyamakan Persepsi
Hasil : tercapainya koordinasi dengan pihak Kelurahan



Gambar 3 Dokumentasi kegiatan Koordinasi dengan Pihak Kelurahan

2. Kegiatan : Sosialisasi dengan Warga Kampung Lontong
Agenda : Sosialisasi Program Pemberdayaan dan Pembukaan KKN
Hasil : Tercapainya Sosialisasi Program KKN & Pemberdayaan



Gambar 4 Dokumentasi kegiatan Sosialisasi dengan Warga Kampung Lontong

3. Kegiatan : Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan Digital Marketing ini dimaksudkan agar pelaku UMKM kampung Lontong bisa memanfaatkan media digital untuk memudahkan dan memperluas akses pemasaran . Pelatihan ini terdiri dari 3 jadwal atau 3 materi yang terdiri dari:

Jadwal ke 1: Sosial Media Marketing Bagi UMKM

Edukasi pentingnya membangun & menjadikan sosial media menjadi media marketing tanpa biaya iklan

Hasil : Peserta memahami pentingnya membangun & menjadikan sosial media menjadi media marketing bagi produknya

Jadwal ke 2: Strategi Konten Kreatif Bagi UMKM

Edukasi pentingnya membuat konten sosmed menjadi kreatif & atraktif untuk menarik calon pelanggan & branding produk

Hasil : Peserta memahami proses membuat konten di sosmed yang kreatif & atraktif untuk menarik calon pelanggan & sebagai branding produk

Jadwal ke 3: Strategi SEO & Konten Viral

Edukasi tentang cara membuat konten viral untuk branding produk

Hasil : Peserta memahami cara membuat konten viral untuk branding produk



Gambar 5 Dokumentasi kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan Pelatihan Keuangan SI APIK

Si Apik adalah aplikasi pencatatan informasi keuangan yang dapat membantu para UKM untuk melakukan pembukuan dan pencatatan setiap transaksi keuangan yang mereka lakukan. Aplikasi ini dapat mencatat jenis transaksi sederhana bagi usaha perorangan/usaha mikro ataupun usaha skala kecil.

Standar pencatatannya sendiri mengacu pada standar yang telah disusun oleh BI (Bank Indonesia bersama dengan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)). Jadi, sistem pencatatan pada aplikasi ini sudah baku, diakui dan diterima oleh berbagai lembaga keuangan yang ada di Indonesia. Dengan demikian, laporan-laporan yang dihasilkan dari aplikasi ini juga bisa dijadikan sebagai landasan pengajuan pembiayaan kredit kepada lembaga keuangan.

Si Apik ini sendiri dapat digunakan oleh berbagai jenis UKM baik yang bergerak dalam bidang jasa, perdagangan ataupun manufaktur. Pencatatan persediaannya sendiri menggunakan sistem FIFO, dimana barang yang akan dikeluarkan terlebih dahulu adalah barang yang paling awal masuknya. Hal ini akan memudahkan para pengguna aplikasi untuk memonitor barang yang keluar masuk gudang serta menjaga stok barang agar tidak spoil. Si Apik ini dapat menyajikan berbagai informasi laporan keuangan seperti Laporan Neraca, Laba Rugi, Arus Kas dan Rincian Pos Keuangan. Si Apik ini sendiri juga bisa digunakan secara gratis tanpa syarat.

Hasil : Peserta memahami cara menggunakan aplikasi Si Apik melalui media HP android



Gambar 6 Dokumentasi kegiatan Pelatihan Keuangan Si Apik

Kegiatan Pembinaan Kelembagaan

Kegiatan sosialisasi penguatan kelembagaan koperasi



Gambar 7 Dokumentasi kegiatan Pelatihan Keuangan Si Apik

Hasil : Peserta memahami pentingnya membuat sebuah kelembagaan koperasi dan strategi pengembangan usaha koperasi

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan target luaran yang ingin dicapai maka telah tercapai hasil dari pelatihan digital marketing sebagai berikut :

1. Peserta memahami pentingnya membangun & menjadikan sosial media menjadi media marketing bagi produknya
2. Peserta memahami proses membuat konten di sosmed yang kreatif & atraktif untuk menarik calon pelanggan & sebagai branding produk
3. Peserta memahami cara membuat konten konten viral untuk branding produk

Hasil dari Pelatihan Keuangan

Peserta memahami cara menggunakan aplikasi Si Apik melalui media HP android

Hasil dari sosialisasi Kelembagaan Koperasi

Peserta memahami pentingnya membuat sebuah kelembagaan koperasi dan strategi pengembangan usaha koperasi

Kegiatan PPM di Kampung Lontong mengalami hambatan dikarenakan para perajin lontong sendiri yang tidak mau menambah ketrampilan pemasaran dan jaringannya, hanya sedikit yang mau beradaptasi untuk belajar dan menambah jaringan.

Pola pengajaran kelas atau masal agak menyulitkan dalam pemberian materi dikarenakan kesediaan dan kemauan para perajin lontong yang beralasan sibuk berproduksi, rata-rata lama proses penyiapan bahan, berproduksi sampai dengan menjual 12-16 jam per harinya.

Saran

Kegiatan PPM di Kampung Lontong sebaiknya dilakukan lewat pendampingan secara individual saja agar hasilnya lebih efisien dan efektif

DAFTAR PUSTAKA

- Ambastha, A., K. Momaya (2004), *Competitiveness of Firms : Review of Theory, Frameworks and Models*, Singapore Management Review, Vol. 26, No. 1; First half 2004, pp. 45-61.
- Kota Surabaya (2021), *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surabaya Tahun 2021 - Tahun 2026*.
- Kota Surabaya (2021), *ILPPD Kota Surabaya Tahun 2021*.
- Law, J (2009),*A Dictionary of Business and Management* .Oxford University Press. <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html.subview-Mainentry-t18.e1333>>
- Momaya, K (1998) "Evaluating International Competitiveness at the Industry Level", *Vikalpa*, vol 23, No. 2, April-June.
- Sekaran, Uma (1992). "Research Methods for Business : A Skill Building Approach" ,2nd edition, John Willey & Sons inc, New York ,USA
- Shee, H (2002) "Competitiveness through Technological Excellence: A Case of Indian Software Industry", A Doctoral Research, Dept. of Management Studies, IIT Delhi India.
- Szerb, L and S. Terjesen (2010), "Measuring The Competitiveness of Small Business", http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/Renc2010/Topics_2010.
- Tambunan (2008), "Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMK", <http://www.kadin-indonesia.or.id/enm/images/dokumen/KADIN-98-3000-21072008.pdf>.