

# PENGAJIAN PRODUK UNGGULAN DALAM MENINGKATKAN EKSPOR UKM DAN PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL

## ABSTRAC

*Melalui penelitian ini telah disusun diskripsi dan daftar produk unggulan potensial untuk peningkatan ekspor dan pengembangan ekonomi lokal. Sebagian besar dari produk tersebut sudah berorientasi untuk pasar non lokal (46%) dan bahkan ekspor (40%). Kemampuan mengakses pasar diperkirakan akan semakin meningkan asalkan kualitas produk dapat ditingkatkan. Khusus untuk daerah perbatasan ternyata pendayagunaan potensi ekonomi lokal daerah perbatasan belum optimal. Berbagai hambatan SDM, permodalan, produksi, pemasaran dan jejaringan kerja hendaknya mendapat perhatian serius dari pemerintah. Dibutuhkan investasi besar untuk pengembangan infrastruktur setempat. Model pemberdayaan UKM di daerah perbatasan di susun melalui berbagai penyesuaian dengan konteks dan kondisi spesifik di setiap kawasan perbatasan.*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha kecil menengah (UKM) dapat dikatakan tulang punggung perekonomian nasional, dapat dilihat dari besarnya kontribusi kegiatan UKM terhadap perekonomian, dimana tahun 2003 mencapai 57% dari total produk domestik bruto (PDB. Di sisi lain, menurut data sementara Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2005), pada tahun 2003, kontribusi UKM dalam ekspor hanya sebesar 16% dari total ekspor (4% berasal sektor usaha kecil dan 12% berasal dari usaha menengah). Gambaran ini menunjukkan bahwa kemampuan produk UKM untuk dapat bersaing di pasar global masih rendah.

Persaingan dalam perdagangan internasional (atau pasar pada umumnya) amat ditentukan pada keunggulan yang dimiliki atau keunggulan produk yang dihasilkan. Dalam konteks pengembangan keunggulan tersebut, pemerintah daerah mulai mengembangkan konsep produk unggulan. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi produk unggulan terutama yang berasal dari sektor usaha kecil menengah sebagai proses pengembangan sumber daya lokal dan optimalisasi atas potensi ekonomi daerah. Sebagai suatu strategi pembangunan, pengembangan produk unggulan dinilai mempunyai kelebihan, karena dianggap bahwa suatu daerah yang menerapkan pola pembangunan ini relatif lebih "mandiri" dalam pengembangan ekonominya. Pengembangan produk unggulan dan pengembangan UKM dapat merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah. Terlebih lagi pada daerah yang tertinggal atau mempunyai ketimpangan ekonomi terhadap daerah/wilayah lain, termasuk daerah/wilayah perbatasan.

Khusus pengembangan wilayah perbatasan menjadi perhatian pemerintah karena memiliki arti penting dan strategis terkait dengan otonomi daerah, perdagangan bebas, strategi globalisasi, dan bahkan pada konteks kedaulatan nasional. Berkebalikan dengan arti pentingnya tersebut, kawasan perbatasan di Indonesia ditandai dengan kesenjangan pembangunan dengan negara tetangga, kemiskinan yang tinggi, isolasi karena akses yang sulit, kualitas sumber daya yang rendah, serta sarana prasarana yang minim. Situasi dan kondisi wilayah perbatasan secara umum rawan baik dari aspek ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, serta pertahanan dan keamanan.

Pada konteks inilah, pembangunan ekonomi lokal dengan pengembangan UKM dapat menjadi salah satu alternatif bagi pengembangan kawasan perbatasan. Pemberdayaan UKM ini semestinya dilaksanakan secara simultan dalam kerangka kerja yang komprehensif dengan berbagai upaya lain seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat, pembangunan sosial, penyediaan infrastruktur dan lainnya.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

Dalam rangka memberdayakan UKM menangani produk unggulan berorientasi ekspor dan pengembangan ekonomi masyarakat lokal khususnya di kawasan perbatasan. Kajian ini bertujuan untuk: (1) Menyusun deskripsi produk-produk unggulan potensial untuk peningkatan ekspor dan pengembangan ekonomi lokal; (2) Menyusun model pemberdayaan UKM di kawasan perbatasan dengan negara tetangga. Sedangkan manfaat yang diharapkan adalah: (1) Sebagai bahan masukan dalam penyusunan kebijakan pendayagunaan atau pengelolaan produk unggulan dalam peningkatan ekspor dan pengembangan ekonomi lokal; (2) Sebagai bahan masukan dalam penyusunan kebijakan dan strategi pemberdayaan UKM kawasan perbatasan yang berbasis pada pengembangan ekonomi lokal dalam kerangka pemberdayaan kawasan perbatasan negara.

## **1.3 Ruang Lingkup**

Lingkup kajian adalah : (1) Menyusun deskripsi dan daftar berbagai produk unggulan yang berpotensi dalam peningkatan ekspor dan pengembangan ekonomi lokal, (2) Mengkaji potensi dan permasalahan yang terkait dengan pemberdayaan UKM di kawasan perbatasan negara, (3) Menyusun konsep dan model pemberdayaan UKM di kawasan perbatasan negara. Adapun lokasi pengkajian dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 1. Daerah Kajian Penyusunan Produk Unggulan dan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kawasan Perbatasan

No.	Provinsi <sup>a)</sup>	Daerah Kajian Produk Unggulan	Daerah Kajian Perbatasan
1	Sumatera Utara	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kabupaten Langkat</li> <li>•Kota Medan</li> </ul>	
2	Kepulauan Riau		Kabupaten Natuna
3	Daerah Istimewa Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kabupaten Sleman</li> <li>•Kabupaten Bantul</li> </ul>	
4	Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kabupaten Sidoarjo</li> <li>•Kota Batu</li> </ul>	
5	Kalimantan Barat		Entikong, Kabupaten Sanggau
6	Kalimantan Timur		Sebatik, Kabupaten Nunukan
7	Nusa Tenggara Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kota Mataram</li> <li>•Kabupaten Lombok Barat</li> </ul>	
8	Nusa Tenggara Timur		Atambua, Kabupaten Belu
9	Sulawesi Tenggara	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kota Buton</li> <li>•Kabupaten Bau bau</li> </ul>	
10	Papua		Kecamatan Muara Tami

Berdasarkan Kerangka Acuan Kerja

## II. METODOLOGI

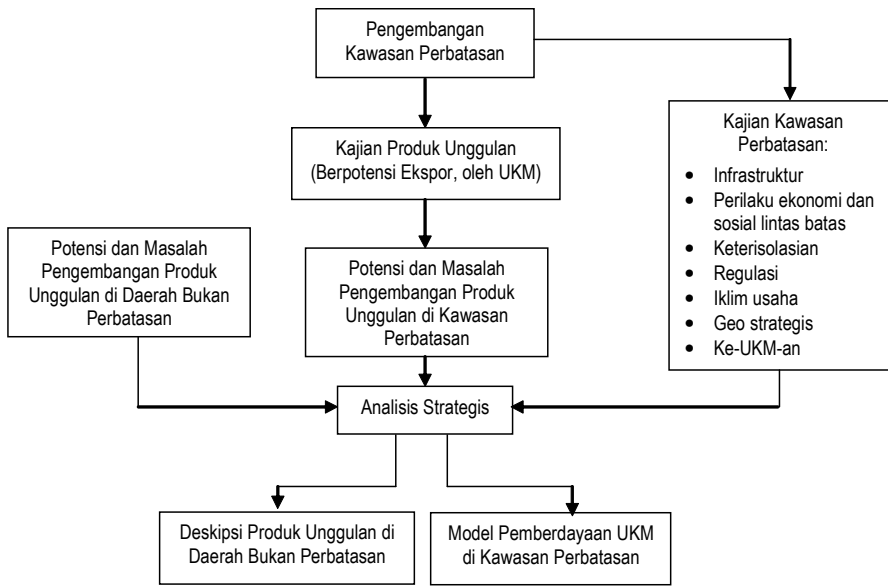
### 2.1. Kerangka Pemikiran

Produk unggulan merupakan produk yang potensial untuk dikembangkan dalam suatu wilayah dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia setempat, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah. Produk unggulan juga merupakan produk yang memiliki daya saing, berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga tercipta keunggulan kompetitif yang siap menghadapi persaingan global.

Logika tentang produk unggulan juga akan sangat relevan jika diterapkan sebagai pendekatan dalam pemberdayaan kawasan perbatasan. Karakteristik khas kawasan perbatasan seperti, keterbatasan infrastruktur, perilaku ekonomi lintas batas, interaksi sosial lintas batas, serta masalah pertahanan dan keamanan, diperkirakan juga akan sangat mempengaruhi pola atau model pemberdayaan kawasan perbatasan. Meskipun ditekankan pada pendekatan

ekonomi (khususnya fokus pada UKM), namun kajian ini tetap didudukkan dalam kerangka menegakkan kedaulatan negara di perbatasan, dimana secara komprehensif pembangunan ekonomi dilakukan secara simultan dengan pemberdayaan sosial, lingkungan hidup, serta termasuk ketertiban dan penegakan hukum. Kerangka pemikiran kajian mengikuti alur seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Studi**



Pengembangan ekonomi kawasan perbatasan dapat dilakukan dengan melakukan pengkajian terhadap produk unggulan lokal dan UKM. Hasil dari pengkajian tersebut akan dijadikan titik tolak untuk menyusun model pemberdayaan yang ideal guna menembus pasar ekspor.

**2.2. Penyusunan Deskripsi Produk Unggulan**

Upaya pemberdayaan UKM dan ekonomi kawasan perbatasan secara keseluruhan difokuskan pada pengoptimalan perusahaan produk unggulan terutama yang banyak melibatkan UKM. Untuk itu, perlu dilakukan inventarisasi dan deskripsi produk-produk unggulan, khususnya di kabupaten perbatasan.

Penyusunan diskripsi produk unggulan diawali dengan pemilihan sejumlah komoditas tertinggi pada hasil baseline survey economy BI terakhir (Tahun 1999). Tahap berikutnya mengidentifikasi produk unggulan daerah berdasarkan kontribusinya bagi pendapatan daerah. Alat ukur utama adalah dengan memperhatikan PDRB terakhir dan subsektor dominannya. Penggabungan data antara hasil identifikasi BSE dan PDRB dilakukan dengan mengkaitkan setiap komoditas hasil BSE dan agregat sektor/subsektornya yang terdapat pada data PDRB. Setelah teridentifikasi sebagai agregat dari produk unggulan daerah maka bahan informasi ini kemudian didiskusikan dengan stakeholder setempat. Stakeholder daerah akan menyebutkan berbagai produk yang dianggap sebagai unggulan. Dengan persepsi dan preferensi masing-masing, para stakeholder ini juga dapat diminta untuk membandingkan keunggulan masing-masing produk tersebut. Menggunakan metode AHP lalu dirumuskan urutan produk unggulan daerah berdasarkan persepsi keunggulan stakeholder setempat.

### **2.3. Penyusunan Model Pemberdayaan UKM di Kawasan Perbatasan**

Penyusunan model pemberdayaan UKM di kawasan perbatasan dilakukan dalam 2 (dua) tahap proses pekerjaan yaitu tahapan mengkaji kawasan perbatasan, sebagai suatu upaya untuk menemu-kenali kondisi kewilayahan kawasan perbatasan serta komponen-komponen kegiatan setempat, termasuk kondisi UKM, serta tahapan penyusunan model pemberdayaan itu sendiri, sebagai suatu upaya untuk mendapatkan pola pemberdayaan. Tahap 1. dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang pemberdayaan UKM daerah perbatasan dalam rangka menangani produk unggulan dan pengembangan ekonomi lokal, berikut potensi dan permasalahannya terkait dengan kebutuhan pemberdayaan UKM maupun pemberdayaan ekonomi secara keseluruhan. Kajian ini mencakup tahapan antara lain: (1) Pengumpulan data sekunder mengenai kondisi UKM di kawasan perbatasan; (2) Penstrukturan isu-isu tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat, lingkungan, kewilayahan dan budaya; (3) Penyusunan matriks potensi dan persoalan UKM di kawasan perbatasan berdasarkan isu-isu tersebut.

### **2.4. Metode Kajian**

Metode yang digunakan adalah kajian deskriptif, yakni metode kajian yang meneliti suatu keadaan dengan tujuan membuat deskripsi dan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta di lapangan pengkajian serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988: 63). Data yang dikumpulkan terdiri atas data sekunder dan data primer. Data primer berasal dari lokasi pengkajian secara langsung, baik yang dilakukan melalui kuesioner, wawancara maupun diskusi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui survey instansional yang berupa peraturan-peraturan, laporan-laporan dan data tertulis lainnya yang berhubungan dengan pengkajian ini. Cara pengumpulan data dilakukan dengan cara: survey instansional, melalui kuesioner bagi responden dan diskusi.

## 2.5. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah “analisis strategis” melalui pendekatan sistematis dan terstruktur dan teknik AHP. Pendekatan sistimatis dimana aspek kajian selalu didasarkan pada Aspek Internal dan Aspek Eksternal, baik yang merupakan potensi maupun permasalahan. Sedangkan pendekatan terstruktur, yaitu: langkah-langkah perumusan strategi selalu diawali dengan mengidentifikasi dan mengkaji Aspek Internal dan Aspek Eksternal, yang kemudian dilanjutkan dengan meng-kombinasikan kedua aspek tersebut. Seddangkan Metode AHP (*Analytical Hierracy Process*) digunakan untuk menyederhanakan pemikiran dalam memilih satu atau beberapa pilihan atau alternatif. Pertimbangan kualitatif dibutuhkan untuk memilih komponen yang lebih penting dan seberapa besar pentingnya dibandingkan komponen-komponen lainnya.

## III. HASIL PENELITIAN

### 3.1. Diskripsi Produk Unggulan

Pendeskripsian mengenai berbagai produk unggulan terpilih dilakukan dengan terlebih dahulu melalui proses penggabungan hasil baseline survey economy Bank Indonesia dengan hasil PDRB daerah setempat. Setelah itu, dilakukan konfirmasi terhadap stakeholder daerah, survey terhadap produk unggulan dan penentuan produk unggulan melalui teknik AHP, sehingga diperoleh daftar produk unggulan 5 daerah sampel yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Secara umum produk unggulan terpilih pada masing-masing provinsi adalah yang memiliki daya dukung sumber bahan baku lokal, sehingga cukup mudah untuk memperolehnya. Disamping itu, sebagian besar dari produk unggulan sudah berorientasi untuk pasar ekspor. Adapun daftar produk unggulan pada daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 1. Daftar Produk Unggulan**

No.	Provinsi	Kota/Kab. Sampel	Produk Ungulan
1	Jawa Timur	Kota Batu	➤ Keripik apel ➤ Sari apel ➤ Jus apel
		Kabupaten Sidoarjo	➤ Bordir ➤ Sepatu ➤ Batik tulis
2	Daerah Istimewa Yogyakarta	Kabupaten Sleman	➤ Kerajinan bambu ➤ Tenun serat alam

No.	Provinsi	Kota/Kab. Sampel	Produk Unggulan
		Kabupaten Bantul	Kerajinan kayu
3	Nusa Tenggara Barat	Kota Mataram Kabupaten Lombok Barat	Kerajinan anyaman Gerabah/keramik
4	Sulawesi Tenggara	Kota Bau-bau dan Kabupaten Buton	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Coklat</li> <li>➤ Kacang mete</li> <li>➤ Ikan kurapu</li> <li>➤ Udang</li> <li>➤ Kopra</li> </ul>
5	Sumatera Utara	Kota Medan dan Kabupaten Langkat	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Anyaman rotan</li> <li>➤ Sepatu</li> </ul>

Dari segi pemasaran produk tersebut tidak hanya mengisi pasar dalam negeri saja tetapi juga telah menjangkau pasar ekspor. Pasar ekspor dari produk tersebut mencakup pasar Asia, Amerika, Eropa dan Australia. Untuk jelasnya dapat dirinci pada Tabel berikut :

**Tabel 2. Jangkauan Pemasaran Produk Dari Masing-Masing Daerah**

No.	Provinsi	Produk	Jangkauan Pemasaran	
			Dalam Negeri	Luar Negeri
1.	D.I. Yogyakarta	Tenun serat Alam Kerajinan Bambu	Lokal Bali, Jakarta, Surabaya	Amerika, Eropa
2.	Jawa Timur	Produk Olahan Buah Apel  Bordir  Batik Tulis  Sepatu	Bandung, Jakarta  Makasar, Jakarta, Sumatera  Kalimantan, Bali, Mataram, Jakarta  Surabaya, Jakarta, Mataram	Malaysia, Brunai, Timur Tengah.  Jepang, Taiwan, Malaysia, Inggris  India, Filipina

No.	Provinsi	Produk	Jangkauan Pemasaran	
			Dalam Negeri	Luar Negeri
3.	NTB	Kerajinan Gerabah	Jakarta, Bali	Belanda
		Kerajinan kayu	Lokal	Australia, Denmark
		Baki Bambu, Keranjang Sampah	Lokal	Jepang, Amerika
4.	Sulawesi Tenggara	Ikan Krapu	Kendari, Makasar	Malaysia, Jepang
		Kacang Mete	Kendari, Makasar, Surabaya	
		Kopra	Kendari, Makasar	
5.	Sumatera Utara	Anyaman Rotan	Lokal	Jepang, Eropa AS, Jerman.
		Sepatu/sandal	Lokal	

Dari sisi teknologi produksi produk unggulan untuk DIY 75 % belum menggunakan mesin, sedangkan di provinsi Jawa Timur 60 % telah menggunakan peralatan mesin, untuk provinsi NTB ternyata 50 % telah menggunakan mesin, pada provinsi NTB ternyata 98 % belum menggunakan peralatan mesin, dan pada provinsi Sumatera Utara diketahui 50 % telah menggunakan mesin sedangkan lainnya belum. Dari aspek penggunaan tenaga kerja hampr pada semua lokasi penelitian menggunakan tenaga kerja masyarakat local kecuali untuk produk Bordir dan Batik tulis di Jawa Timur dan untuk produk unggulan Ayaman Rotan dan Sepatu di Sumatera Utara sebahagian tenaga terampil didatangkan dari luar (mencapai 50%).

### 3.2. Pemberdayaan UKM di Daerah Perbatasan

Penyusunan model pemberdayaan UKM di kawasan perbatasan negara dilakukan dalam upaya pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan ekspor melalui produk unggulan. Berdasarkan observasi dan berbagai sumber informasi yang diperoleh, karakteristik masing-masing daerah perbatasan dapat dikemukakan sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik masing-masing daerah perbatasan

<b>Aspek Karakteristik</b>	<b>Kabupaten Natuna</b>	<b>Entikong</b>	<b>Sebatik</b>	<b>Muara Tami</b>	<b>Belu</b>
Pintu Resmi Perbatasan	Bukan	PLB resmi	Bukan	PLB resmi	PLB resmi
Negara Tetangga	Banyak	Malaysia	Malaysia	PNG	Timor Leste
Perbatasan Laut/Darat	Laut	Darat	Darat dan Laut	Darat	Darat dan Laut
Status Administratif	Kabupaten	Kecamatan	Kecamatan	Kecamatan	Beberapa kecamatan

Secara umum daerah perbatasan Natuna relatif berbeda dari yang lain. Selain statusnya sebagai kabupaten, Natuna juga bukan merupakan pos atau pintu perbatasan Indonesia. Sebatik meskipun bukan PLB resmi, tetapi mempunyai aktivitas lintas batas dan juga pos perbatasan yang secara terbatas berwenang mengatur tentang aktivitas lintas batas tersebut. Natuna juga didominasi oleh laut, sehingga pengaruh negara tetangga relatif tidak langsung. Sedangkan dari sisi persoalan dan gambaran kondisi masing-masing daerah perbatasan :

Tabel 3. Gambaran kondisi masing-masing daerah perbatasan

<b>Aspek Karakteristik</b>	<b>Kabupaten Natuna</b>	<b>Entikong</b>	<b>Sebatik</b>	<b>Muara Tami</b>	<b>Belu</b>
Kegiatan ekonomi dominant	Perikanan, Perkebunan	Perdagangan dan jasa	Perkebunan, perikanan	Perdagangan	Perdagangan
Kegiatan ekonomi lintas batas	Tidak Signifikan	Pasar utama adalah Malaysia	Malaysia	Kegiatan dominan	Kegiatan dominan
Kondisi infrastruktur wilayah, termasuk aksesibilitas	Remote and isolated	Buruk	Buruk	Cukup Baik	Buruk
Isu utama ke UKM-an	Kemampuan rendah untuk mengolah sumberdaya setempat	Ketiadaan pasar yang representatif	Ketiadaan pasar yang representatif	Ketiadaan Pasar yang representatif	Ketiadaan Pasar yang representatif
Bidang usaha bagi UKM	Perikanan dan perkebunan	Perdagangan dan jasa	Dominan perdagangan	Dominan Perdagangan	Dominan Perdagangan
Kelembagaan pengelola daerah perbatasan	Pemerintah kabupaten	Banyak Instansi	Banyak instansi	Banyak instansi	Banyak instansi

#### IV. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dari studi ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

##### 4.1.Kondisi Pengusahaan Produk Unggulan

1. Produk Unggulan pada lokasi penelitian prioritas untuk dikembangkan karena memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagian besar dari produk tersebut sudah berorientasi untuk pasar non lokal (46,7%), dan bahkan ekspor (40%). Kemampuan mengakses pasar diperkirakan akan semakin meningkat, tidak hanya kuantitas, namun juga harga asalkan kualitas produk dapat dikembangkan.
2. Intervensi bagi peningkatan akses ke pasar tersebut, diharapkan dapat diperankan oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah dengan juga membangun sinergi upaya dengan stakeholder lainnya. Bentuk-bentuk perkuatan tersebut antara lain adalah : peningkatan penguasaan dan pemanfaatan teknologi; peningkatan kapasitas SDM pelaku usaha dengan semakin melibatkan SDM lokal ; peningkatan akses UKM ke sumber-sumber permodalan khususnya perbankan; peningkatan kuantitas dan kualitas jejaring usaha.

##### 4.1.Kondisi Pemberdayaan UKM di daerah perbatasan

1. Pendayagunaan potensi ekonomi lokal daerah perbatasan belum optimal karena terdapat berbagai hambatan/permasalahan yang meliputi aspek SDM, permodalan, produksi, pemasaran, dan jejaringan kerja.
2. Kompleksitas permasalahan kawasan perbatasan membutuhkan peranserta stakeholder terkait demi terciptanya iklim usaha yang kondusif
3. Perlu investasi besar-besaran oleh pemerintah pusat dan swasta nasional untuk pengembangan infrastruktur daerah setempat.
4. Menerapkan model pemberdayaan UKM perbatasan melalui penyesuaian dengan konteks dan kondisi spesifik di setiap kawasan perbatasan.

#### V. REKOMENDASI

1. Kajian tentang produk unggulan perlu diperdalam dan diperluas terutama dalam hal kaitannya dengan kemampuan jaringan UKM nasional untuk memberikan dukungan bagi pengembangan UKM perbatasan.
2. Perlu disepakati secara nasional dan lintas sektoral (dengan memperhatikan keunikan setiap daerah) tentang kriteria produk unggulan. Kriteria yang dapat diusulkan antara lain adalah :
  - Kontribusi ke pendapatan daerah
  - Serapan tenaga kerja setempat

- Keterkaitan dengan bahan baku setempat
  - Harga jual produk
  - Market share
  - Kemampuan membangun brand image
  - Teknologi yang digunakan
3. Perlu dilakukan kajian kebijakan dan perumusan kelembagaan pengelola kawasan perbatasan, termasuk perlunya perlakuan khusus bagi kawasan ini, termasuk bagi pengembangan UKM-nya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Atterton, J. 2001. *The Role of Civil Society and Business Community in Rural Restructuring*. Arkleton Centre of Rural Development Research. University of Abardeen. Scotland.

Dani, Irwan. 1999. *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran Usaha Anda*. Grafika Desa Putera. Jakarta.

Porter, M.E. 1990. *Competitive Advantage of Nations*. Mass : Free Press, Canada.

Rebecca, M. Winders. 1997. *Small Business Creation and Economic Well-Being of Non Metropolitan Countries : The Case of Georgia*. TUA Rural Studies Programe. University of Kentucky. USA.

Rustiani, Frida. *Pengembangan Ekonomi Rakyat dalam Era Globalisasi : Masalah, Peluang dan Strategi Praktis*. 1996. AKTIGA Bandung dan YAPIKA Jakarta.

Robert Ho & Pacticis Kontur. 2001. *"Enterprenership" as A Rural Development Strategy*. Defining a Policy Framework for Maine. Maine Rural Development Council. Maine. USA.

Sanim, B. 2000. *Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi dalam Mewujudkan Sistem Ekonomi Kerakyatan Menanggulangi Krisis Nasional*. MMA-IPB. Bogor.

Tambunan, T. 2001. *Peranan UKM bagi Perekonomian Indonesia dan Prospeknya*. Makalah Presentasi pada Seminar "Strategi Bisnisdan Peluang Usaha bagi Pengusaha Kecil dan Menengah" IFMS dan Lab. Ilmu Administrasi FISIP UI. Jakarta.

————— 1998. *On Competition*. A Harvard Business Review Book, Harvard Business School Publishing. Boston.