



STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PENGOLAHAN IKAN MELALUI ANALISIS SWOT

Dian Anita Sari¹, Rifqi Suprpto²

dian.soekamto@gmail.com
rifqi_suprpto@yahoo.co.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Juli 2018
Disetujui Oktober 2018
Dipublikasikan Desember 2018

Kata Kunci:
Partisipasi Penyusunan Anggaran, Komitmen Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Kinerja Aparat Pemerintah Daerah.

Keywords:
SWOT Analysis, Competitiveness Advantages, UMKM.

Abstrak

Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi wilayah yang sangat penting, serta Kabupaten Rembang. Memperkuat daya saing UMKM adalah upaya strategis dalam kompetisi UMKM pemenang antara daerah. Oleh karena itu, menemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM yang diperlukan untuk pengembangan UMKM.

Salah satu sektor andalan Kabupaten Rembang adalah sektor perikanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing olahan ikan UMKM dengan menggunakan alat analisis SWOT analisis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dengan menghitung berat by: Zulfa JAMALIE dan efa.

Penelitian ini mencakup kualitatif deskriptif, yang berfokus pada analisis SWOT untuk membantu UKM pengolahan ikan meningkatkan daya saing agar mampu bersaing dengan UMKM serupa lainnya. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan memiliki Skor 1.542, kelemahan 1.512 dengan nilai total 3.054 by: Zulfa JAMALIE. Untuk faktor-faktor eksternal kesempatan memiliki Skor 1,631, ancaman 1,341 dengan total efa Skor 2,972. Jadi kesimpulan dari studi tentang faktor-faktor internal yang ada di olahan ikan UMKM adalah faktor dominan yang mempengaruhi daya saing olahan ikan UMKM.

Abstract

The role of UMKM in the economic development of a region is very important, as well as the Rembang Regency. Strengthening the competitiveness of UMKM is a strategic effort in winning UMKM competition between regions. Therefore, finding the right strategy to improve the competitiveness of UMKM is needed for the development of UMKM.

One of the leading sectors of Rembang Regency is the fisheries sector. The purpose of this study was to determine the right strategy to improve the competitiveness of processed fish UMKM by using analysis tools of SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) by calculating IFAS and EFAS weights.

This research includes qualitative descriptive, which focuses on SWOT Analysis to help fish processing SMEs improve competitiveness in order to be able to compete with other similar MSMEs. Data collection techniques that will be used in this research are interview methods, observation, and documentation.

The results showed that the strength had a score of 1.542, a weakness of 1.512 with a total score of IFAS 3.054. For external factors the opportunity has a score of 1,631, threat 1,341 with total EFAS score 2,972. Thus the conclusion of the study of internal factors that exist in processed fish UMKM is the dominant factor that influences the competitiveness of processed fish UMKM.

□ Alamat korespondensi:
Jl.Sidodadi Timur Nomor 24- Dr.Cipto
Semarang-Indonesia 50125
Kampus UPGRIS, Gedung Pusat

PENDAHULUAN

Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bagi perekonomian Indonesia sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan sumbangan UMKM dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi produk domestik bruto (PDB). Menurut data BI dalam Profil Bisnis UMKM yang dipublikasikan pada tahun 2015, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional sedangkan kontribusi UMKM terhadap PDB sekitar 57%. Oleh karena, perkembangan dan pertumbuhan UMKM terus mendapat perhatian dari pemerintah.

Perhatian pemerintah terhadap perkembangan UMKM di Indonesia dapat dilihat dari berbagai kebijakan. Kebijakan pemerintah pusat yang berkonsentrasi pada ekonomi kerakyatan. Kebijakan pemerintah pusat ini harus didukung oleh pemerintah daerah termasuk Pemerintah Kabupaten Rembang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudi dan Tahwin (2016) sektor yang menjadi unggulan Kabupaten Rembang adalah pengolahan ikan. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kondisi geografis yang berdekatan dengan Laut Jawa. Kabupaten Rembang

merupakan daerah yang terletak di Pantai Utara wilayah Jawa Tengah, dengan luas wilayah sekitar 1.014 km². Dari total luas wilayah tersebut, 35% nya merupakan kawasan pesisir seluas 355,95 km² dengan panjang pantai 60 km yang tersebar pada 6 wilayah kecamatan (Kaliori, Rembang, Lasem, Sluke, Kragan, dan Sarang). Dengan kondisi geografis tersebut, tidak heran apabila Kabupaten Rembang memiliki banyaknya UMKM pengolahan ikan.

Sebagai sektor unggulan, UMKM pengolahan ikan cukup mendapat perhatian dari Pemerintah Kabupaten Rembang. Salah satu bentuk upaya meningkatkan tumbuh kembang UMKM pengolahan ikan adalah dibentuknya sentra-sentra di beberapa wilayah di Kabupaten Rembang. Diantaranya Desa Tasik Agung (Kecamatan Rembang) sebagai sentra perikanan laut dan Desa Tungulsari (Kecamatan Kaliori) sebagai sentra kerupuk ikan. Adanya sentra-sentra tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Kabupaten Rembang.

Salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Rembang adalah meningkatkan daya saing UMKM pengolahan ikan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam

factor apa saja yang menentukan daya saing UMKM pengolahan ikan dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan adanya telaah lebih lanjut mengenai analisis SWOT, diharapkan UMKM pengolahan ikan di Kabupaten Rembang dapat memiliki nilai tambah serta berdaya saing sehingga produk-produk olahan ikan Kabupaten Rembang dapat bermunculan menjadi ikon di wilayah sendiri.

Adapun manfaat yang dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi UMKM pengolahan ikan dengan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat dirumuskan kebijakan strategi untuk mendukung perkembangan UMKM pengolahan ikan.

LANDASAN TEORI

Pengertian UMKM

Usaha kecil menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS; 2006) adalah industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (BPS, 2007). Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau

badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM merupakan sentra pengembangan kegiatan ekonomi. Bappenas (2008) mengemukakan beberapa peranan UMKM dalam pembangunan. Pertama,

peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan dibanding dengan usaha besar, tetapi serapan PDB masih rendah dibanding dengan usaha besar. Peran yang kedua, UMKM mampu mengurangi tingkat kemiskinan. Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickle down effect* berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan.

Daya Saing UMKM

Daya saing adalah suatu konsep yang merujuk pada komitmen terhadap persaingan pasar untuk kasus perusahaan atau industri dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus Negara (Fitriani:2015). Daya saing

menjadi sangat penting baik untuk pelaku industri kecil, menengah maupun industri kecil termasuk UMKM. Pentingnya peran UMKM dalam mendorong perekonomian Indonesia tentunya harus diiringi dengan kesadaran untuk memperkuat UMKM dengan meningkatkan daya saing melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi.

Pada persaingan industri di negara maju dan negara berkembang hal yang penting adalah kekuatan daya saing. Tambunan (2008) mengemukakan bahwa daya saing UMKM di Indonesia masih rendah. Rendahnya daya saing menyebabkan kelompok UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya karena kalah bersaing baik dengan usaha besar di Negara sendiri maupun barang impor dari Negara lain. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM sangat diperlukan guna meningkatkan daya saing sekaligus memenangkan persaingan global saat ini.

Menurut Fitriati (2014:3) pemberdayaan UMKM memerlukan prasyarat yang terencana, sistematis dan menyeluruh. Prasyarat tersebut meliputi :

- (1) penciptaan iklim usaha dalam membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya dan menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi;
- (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses sumber daya produktif;
- (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah; dan
- (4) pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dalam Fitriana (2015:3) Untuk meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian masyarakat melalui UMKM, pemerintah menyusun Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJPN) tahun 2005-2025. RPJPN ini berisi Kerangka Pikir Pemberdayaan UMKM serta Koperasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada tataran makro, kebijakan perbaikan lingkungan usaha diperlukan agar terjadi peningkatan daya saing koperasi dan UMKM. Dalam pengembangan tataran makro ini masih terdapat isu meliputi persaingan usaha, biaya transaksi, ketersediaan sumber bagi UMKM (dan koperasi), serta pemerintah termasuk peran pemerintah daerah.

2. Pada tataran meso, pemberdayaan UMKM harus berfokus pada peningkatan akses UMKM (koperasi) terhadap sumber daya produktif untuk kepentingan perluasan usaha. Fokus upaya ini adalah pengembangan jaringan usaha, peningkatan akses UMKM (dan koperasi) terhadap sumber permodalan dan advokasi, serta peningkatan intensitas penerapan teknologi sesuai dengan kebutuhan.
3. Pada tataran mikro, pemberdayaan UMKM (dan koperasi) harus memahami karakteristik dan perilaku pelaku usaha itu sendiri. Karakteristik dan perilaku usaha dapat menjadi modal awal bagi UMKM (dan koperasi) untuk memperbaiki tingkat daya saing usaha. Pemberdayaan UMKM (dan koperasi) harus mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan budaya kerja, serta pengembangan lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya pelaku usaha yang memiliki daya saing.

Menurut Tambunan (2008) mengemukakan ada beberapa faktor yang mendukung daya saing suatu industri, diantaranya adalah keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan

input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, faktor-faktor di atas diringkas menjadi keunggulan produk, sumber daya manusia dan pemasaran menggunakan IT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016:19). Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, pelaku usaha harus mampu menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Rangkuti (2016:20) mengemukakan bahwa analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

METODE

Populasi dan Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Olahan Ikan sejumlah 48 responden yang tersebar di Kecamatan

Lasem, Kecamatan Rembang dan Kecamatan Kaliori.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner dan ditanyakan langsung kepada pelaku usaha pengolahan ikan yang berlevel UMKM.

Teknik Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dilakukan dengan cara :

- 1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal.
- 2) Penyusunan tabel Internal *internal strategic factors analysis summary* (IFAS) dan tabel faktor strategi eksternal / *eksternal strategic factors analysis summary* (EFAS)
- 3) Penyusunan matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara menganalisis data dengan menggunakan skoring IFAS dan EFAS. Hasil dari penyusunan Analisis SWOT UMKM Olahan Ikan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 5.2

Hasil Analisis SWOT UMKM Olahan Ikan

Faktor Strategis Internal					
No	Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Bahan baku mudah didapat	3,0	0,072	3,8	0,274
2	Kemasan produk bagus	3,2	0,077	3	0,230
3	Tenaga kerja berskill tinggi	3,9	0,095	3,4	0,323
4	Letak tempat usaha yang strategis	3,3	0,080	2,5	0,201
5	Ketersediaan modal yang besar	2,8	0,069	3,2	0,220
6	Promosi menggunakan <i>online</i>	2,0	0,048	3,1	0,150
7	Memiliki sertifikasi pangan	2,0	0,048	3	0,145
	Total	20,2	0,489	-	1,542

No	Kelemahan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Tenaga kerja jumlahnya terbatas	2,8	0,067	3,6	0,242
2	Modal usaha kecil/terbatas	2,8	0,068	3,5	0,237
3	Letak usaha yang tidak terjangkau jalan umum	3,6	0,086	2	0,173
4	Peralatan produksi yang masih sederhana	2,9	0,070	3,5	0,245
5	Belum memiliki legalitas usaha	1,9	0,045	3	0,136
6	Keterbatasan jumlah pemasok bahan baku	2,9	0,071	3,7	0,261
7	Keterbatasan akses permodalan	2,3	0,056	2,2	0,123
8	Belum mendapat bantuan dari pemerintah	2,0	0,047	2	0,095
	Total	21,1	0,511	-	1,512
	TOTAL BOBOT X SCORE UNTUK INTERNAL FAKTOR	41,3	1,000		3,054
Faktor Eksternal					
No	Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan usaha	4,0	0,100	3	0,301
2	Jumlah penduduk yang banyak	3,4	0,086	3,2	0,274
3	Banyaknya lembaga keuangan dan pembiayaan	2,4	0,060	2,5	0,151
4	Kemungkinan dapat menjadi produk unggulan daerah	4,1	0,103	2,9	0,299
5	Pasar yang masih luas	3,5	0,089	3,5	0,311
6	Banyaknya investor yang ingin berinvestasi	2,3	0,058	2	0,116
7	Berkembangnya pemasaran secara <i>online</i>	2,4	0,060	3	0,179
	Total	21,9	0,556		1,631

No	Ancaman	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Banyaknya produk pengganti	3,0	0,076	3,4	0,257
2	Permintaan pasar yang kecil	3,2	0,082	2	0,164
3	Munculnya teknologi baru	2,5	0,063	2	0,126
4	Rendahnya daya beli masyarakat	3,0	0,077	3,5	0,270
5	Banyaknya pesaing dari usaha yang sama	3,5	0,089	3,7	0,329
6	Kebijakan pemerintah yang tidak mendukung perkembangan usaha	2,3	0,058	3,4	0,196
	Total	17,5	0,444		1,341
	TOTAL BOBOT X SCORE UNTUK EKSTERNAL FAKTOR	39,4	1,000		2,972

Dari hasil Analisis SWOT di atas menunjukkan bahwa faktor internal memiliki skor sebesar 3,054. Sedangkan faktor eksternal memiliki skor sebesar 2,972.

Dari hasil analisis di atas, dapat dibuat di matriks SWOT untuk menentukan strategi bersaing UMKM Olahan Ikan sebagai berikut :

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>KEKUATAN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku mudah didapat - Kemasan produk bagus - Tenaga kerja berskill tinggi - Letak tempat usaha yang strategis - Ketersediaan modal yang besar - Promosi menggunakan <i>online</i> - Memiliki sertifikasi pangan 	<p>KELEMAHAN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tenaga kerja jumlahnya terbatas - Modal usaha kecil/terbatas - Letak usaha yang tidak terjangkau jalan umum - Peralatan produksi yang masih sederhana - Belum memiliki legalitas usaha - Keterbatasan jumlah pemasok bahan baku - Keterbatasan akses permodalan - Belum mendapat bantuan dari pemerintah
<p>PELUANG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan usaha - Jumlah penduduk yang banyak - Banyaknya lembaga keuangan dan pembiayaan - Kemungkinan dapat menjadi produk unggulan daerah - Pasar yang masih luas - Banyaknya investor yang ingin berinvestasi - Berkembangnya pemasaran secara <i>online</i> 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Pemerintah membuat regulasi terkait dengan pelatihan sertifikasi pangan. 5. Pembangunan akses permodalan. 6. Edukasi mengenai pemasaran online. 7. Kerjasama dengan investor terkait pengembangan produk olahan ikan. 8. Fasilitasi sertifikat pangan 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitasi alat produksi olahan ikan yg lebih modern. 2. Membangunkan sentra pemasaran olahan ikan di daerah dekat jalan raya.
<p>ANCAMAN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya produk pengganti - Permintaan pasar yang kecil 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendampingan deversifikasi produk. 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan akses bahan baku

<ul style="list-style-type: none"> - Munculnya teknologi baru - Rendahnya daya beli masyarakat - Banyaknya pesaing dari usaha yang sama - Kebijakan pemerintah yang tidak mendukung perkembangan usaha 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengoptimalkan kerjasama sesama pengusaha olahan ikan. 3. Pendampingan untuk diadakan pameran reguler dan even-even tertentu 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pembangunan koperasi olahn ikan
--	--	--

SIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Ada banyak faktor-faktor yang mendukung dan menentukan strategi daya saing UMKM olahan ikan. Dengan melakukan analisis SWOT akan diketahui faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil kuesioner, adapun yang faktor peluang yang dominan mempengaruhi daya saing UMKM Olahan Ikan adalah tenaga kerja berskill tinggi, tempat usaha yang strategis, kemasan produk kemasan produk, bahan baku sedangkan kelemahan faktor dominan adalah letak usaha yang tidak strategis, peralatan produksi yang masih sederhana, keterbatasan jumlah tenaga kerja dan pasokan bahan baku. Faktor eksternal berupa peluang adalah ada kemungkinan produk olahan ikan akan menjadi produk unggulan daerah, pasar produk olahan ikan masih luas, berkembangannya pemasaran online. Adapun faktor ancaman yang mendominasi daya saing UMKM olahan ikan adalah pesaing pada produk yang sama, permintaan pasar yang kecil, rendahnya daya beli masyarakat dan banyaknya produk pengganti.

Saran

Untuk mendukung daya saing

UMKM Olahan Ikan, peneliti menyarankan kebijakan strategi bagi stakeholder sebagai berikut:

1. Banyak pelaku UMKM Olahan Ikan yang belum memiliki legalitas sertifikat pangan, oleh karena itu pemerintah perlu membuat regulasi untuk fasilitasi sertifikat pangan.
2. Pembangunan akses permodalan dan mendatangkan investor untuk membantu keterbatasan modal pelaku UMKM Olahan Ikan.
3. Pengoptimalan paguyuban pengusaha UMKM Olahan Ikan agar dapat menjalin kerja sama dengan baik. Apabila jaringan serta paguyuban sudah kuat, akan mudah bagi Pemerintah untuk mengangkat produk olahan ikan menjadi produk unggulan daerah.
4. Pembangunan kawasan sentra produk olahan ikan, misalnya Sentra Trasi, Sentra Kerang, Sentra Pindang, dan lain-lain.

Saran dalam pelaksanaan dalam penelitian ini, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian satu jenis olahan ikan saja, misalnya responden adalah pelaku usaha ikan pindang, terasi, kerang atau hasil olahan ikan lainnya. Hal ini disarankan supaya analisis SWOT lebih spesifik terhadap satu

produk sehingga strategi lebih efektif dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Rembang, Indikator Sosial Ekonomi Kabupaten Rembang Tahun 2012.
- BPS Kabupaten Rembang, Indikator Sosial Ekonomi Kabupaten Rembang Tahun 2013.
- BPS Kabupaten Rembang, Rembang Dalam Angka Tahun 2012.
- BPS Kabupaten Rembang, Rembang Dalam Angka Tahun 2013.
- Darwanto, Membangun Daya Saing UKM Dalam Perekonomian Nasional. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Darwanto, 2013, Peningkatan Daya Saing Umkm Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan *Property Right* Terhadap Inovasi dan Kreativitas), Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2013, Hal. 142 – 149 Vol. 20, No.2 ISSN: 1412-3126.
- Fitriati, Rachma, 2015, Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif Sebuah Riset Tindakan Berbasis *Soft Systems Methodology*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Mahmudi, Aviv dan Muhamad Tahwin, 2016, Penentuan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Kombinasi Metode Ahp Dan Topsis (Studi Kasus Kabupaten Rembang), Jurnal Informatika UPGRIS, Volume 2 No 2 Edisi Desember 2016.
- Nurain, Fitri, Rieska Maharani dan Andrianto, 2016, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016.
- Rangkuti, Fredi, 2016, Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rifai, Mien. A, 2005, Pegangan Gaya Penulisan Penyuntingan dan Penerbitan Karya Ilmiah Indonesia, Gajahmada University Press, Yogyakarta.
- Siagian, Sondang, 2012, Manajemen Stratejik, Bumi Aksara, Jakarta
- Solihin, Ismail, 2012, Manajemen Strategik, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Manajemen, Alfabeta, Bandung
- Susilo, Y. Sri, 2010, Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA, Buletin Ekonomi Vol. 8, No.2. halaman 70-170.
- Tambunan, Tulus, 2008, Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM, diakses melalui www.kadin-indonesia.or.id pada 03 Juli 2017.
www.ppiprembang.com
www.bpsrembang.com
www.rembangkab.go.id
www.bi.go.id