

# ANALISIS KEBUTUHAN KOMUNIKASI PEMBINAAN BERDASARKAN KARAKTERISTIK UMKM DEPOK

Oleh: Rini Riyantini,

## Abstract

*Diversity characteristics of the SMEs become one of the obstacles each local government to design appropriate coaching to each SME, so it needs to be explored character, potential and needs of SMEs for development in accordance with needs. The study analyzes the potential and fostering communication needs of SMEs aiming to Cooperatives, SMEs and the market has information about the potential and needs of SMEs in Depok city as the basis for the formulation of sustainable development communication programs. The criteria which determine the potential of SMEs include the scale of business, business type, duration and status of the business while trying to aspects of communication includes the capacity building of human resources, finance, production, marketing, information technology, legal and entrepreneurship. Mapping objects include SMEs in the 3 (three) districts namely sub Limo, Bojongsari and Sawangan by the number of SMEs as much as 789 SMEs. Techniques of data collection is done through observation, focus group discussions with relevant agencies, as well as in-depth interviews with several potential business actor. While the analysis be descriptive analytics. Characteristics of SMEs shows that the scale of the three districts dominated by micro-scale that is equal to (72.62%), type of trade (50.77%), services (21.17%), fishery (20.28%), agriculture (4.06%), livestock (2.15%), industry (0.89%) and manufacturing (0.76%). SMEs potential of 170 SMEs, 112 SMEs in District Bojongsari, 38 SMEs in Sawangan and only 1 of SMEs in sub-Limo. 150 SMEs and micro-scale small-scale as much as 20 SMEs that have the kind of agriculture as much as 96 SMEs, SMEs 62 fisheries, animal husbandry 7 SMEs, manufacturing industries only 3 SMEs and SMEs 2. Type of business potential of SMEs can be developed is the farm of star fruit and guava in the district bojongsari, ornamental fish farm and hatchery fish consumption as well as ornamental plants in the district as well as farms in the district Sawangan limo. Fostering communication needs include communication channels at the district level, district level officers as a communicator which is currently still be doubled by the ekbang, as well as the formation of groups based on the characteristics of SMEs. Communication medium should be considered for passage of a sustainable development process.*

**Key word:** *potential and characteristics of SMEs, fostering communication*

## PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi masyarakat atau sering lebih populer ekonomi rakyat sebenarnya identik dengan kegiatan usaha kecil, menengah. Ekonomi rakyat adalah ekonomi yang terkait dengan orang kebanyakan, bukan pemerintah, bukan konglomerat dan pemegang modal besar, suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh kebanyakan masyarakat. Usaha ekonomi rakyat mengacu pada UU nomor 20 Tahun 2008 dikelompokkan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan batasan pada jumlah kekayaan bersih yang dimiliki serta pencapaian volume/omset penjualan. Usaha mikro merupakan jenis usaha skala kecil yang umumnya berupa sektor informal. Mengingat pentingnya sektor usaha mikro, khususnya dalam menyediakan lapangan pekerjaan, maka sudah sewajarnya kalau sektor usaha ini mendapatkan perhatian untuk lebih dikembangkan sehingga benar benar dapat menjadi penyangga utama perekonomian nasional.

Keseriusan pemerintah untuk menumbuhkembangkan serta memberdayakan UMKM semakin jelas dengan diundangkannya Undang Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebagai bagian integral ekonomi kerakyatan yang memiliki kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur ekonomi nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan. Pemberdayaan tersebut perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui iklim yang kondusif guna mewujudkan pertumbuhan ekonomi, peningkatan serta peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja yang akhirnya dapat mengentaskan kemiskinan.

UMKM sangat memengaruhi roda pertumbuhan perekonomian negara kita. Bahkan saat terjadi keterpurukan ekonomi pada tahun 2007, dengan jumlah UMKM 48.929.636 unit yang



terdistribusi kedalam 9 sektor memiliki nilai Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 1.778,75 triliun (53%) PDB Nasional. Apalagi jika ditinjau dari aspek penyerapan tenaga kerja data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa tenaga kerja sebanyak 85,4 juta jiwa terserap dalam UMKM.

UMKM Kota Depok dengan berbagai jenis usaha, selain memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan daerah, berpengaruh terhadap ikon kewilayahan sebagai embrio pencitraan wilayah Kota Depok. Hal ini memiliki peran yang sangat penting terhadap pengembangan Kota Depok terutama aspek perekonomian, industri perdagangan bahkan aspek kepariwisataan. Oleh karena itu merupakan kewajiban pemerintah untuk memelihara dan mengembangkan usaha tersebut dalam berbagai aspek agar UMKM lebih mandiri sehingga memiliki nilai yang sama dengan jenis usaha yang memiliki skala yang lebih besar. Melalui pemetaan ini diharapkan akan diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang UMKM yang memiliki potensi di kota Depok.

Tantangan persaingan usaha pada era globalisasi saat ini semakin kuat dan semakin terbuka, tidak memandang siapa pelaku serta dari mana asalnya. Produk dalam negeri dan luar negeri seolah tanpa batas, bahkan dengan adanya ACFTA seolah olah produk luar negeri lebih memasyarakat dari pada produk dalam negeri sendiri, mulai dari mainan anak-anak, pakaian, bahkan makanan dengan harga yang relatif lebih murah. Aspek lain terkait dengan kreatifitas serta inovasi dari variasi bentuk, fungsi serta kemasan produk yang lebih menarik dibandingkan produk dalam negeri.

Amanat yang tercantum dalam UU nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM harus dapat diimplementasikan secara nyata oleh pemerintah melalui pemda setempat serta dinas terkait. Pemberdayaan UMKM secara optimal terhadap pengembangan usahanya akan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi nasional. Pemberdayaan yang bagaimana yang dapat memberikan kontribusi tersebut, harus disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku UMKM tersebut, sehingga pemetaan karakter serta pengelolaan UMKM menjadi penting untuk disurvei sebagai dasar penggalan potensi UMKM yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu permasalahan yang akan dibahas dalam pemetaan ini adalah bagaimana komunikasi pembinaan berdasarkan kebutuhan serta potensi UMKM di kota Depok.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan komunikasi pembinaan UMKM potensial Kota Depok berdasarkan karakteristik, sehingga diharapkan bermanfaat bagi Dinas terkait, untuk merumuskan program pembinaan menuju UMKM mandiri yang dapat mengangkat keunggulan lokal. Untuk UMKM merupakan peluang mengembangkan usahanya melalui pendampingan dan pembinaan sesuai dengan kebutuhan pengelolaan.

### **Tinjauan Pustaka**

Komunikasi adalah proses timbal balik pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya (Cutlip, 2009 : 225). Sedangkan ut Edward Depari dalam Widjaja (1998:88) Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti oleh penyampai pesan (source) ditunjukkan kepada penerima pesan (receiver), comunican, audience. Theodorson dalam Rohim (2009 : 11) komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau sekelompok orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang atau kelompok lain.

Berdasarkan teori-teori di atas komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang dapat berisi informasi, bujukan maupun perintah dari satu orang maupun sekelompok orang melalui lambang tertentu berdasarkan makna yang sama kepada satu orang atau kelompok lain. Proses dasar komunikasi adalah komunikator yang menyampaikan suatu pesan melalui media (dapat lebih dari satu) maupun tanpa media kepada komunikan, dari komunikan dapat menimbulkan feedback kembali kepada komunikator, efek yang kemungkinan terjadi ada tiga yaitu kognisi (berhubungan dengan pengetahuan), afeksi (rasa) dan behavioral (perilaku).

Model komunikasi interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm dalam Rohim (2009 : 15) menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain komunikasi berlangsung dua arah dari pengirim kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung secara terus menerus,



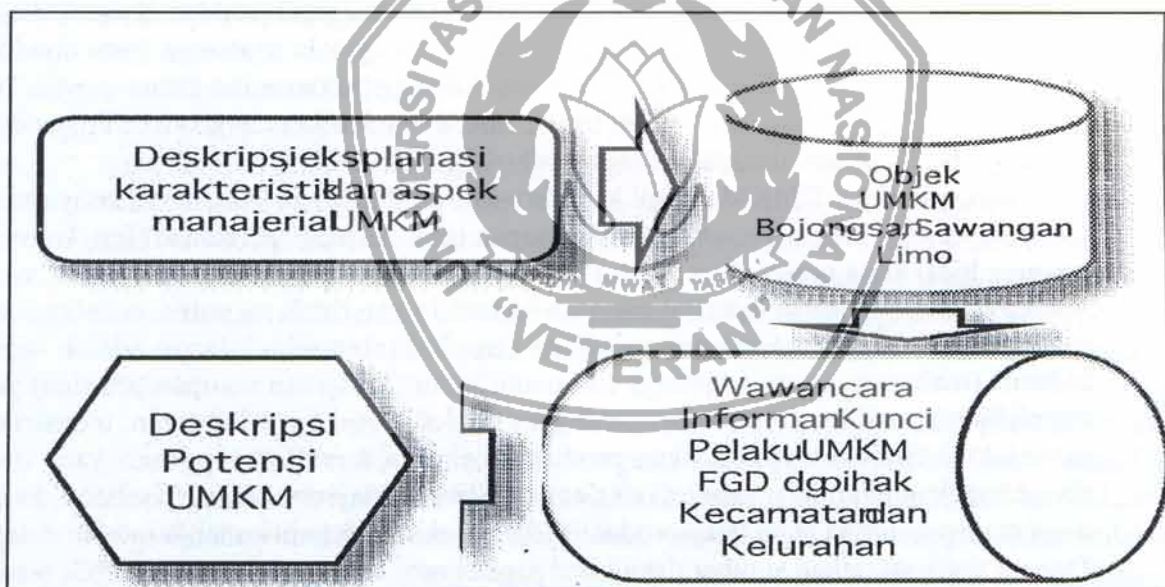
pandangan ini juga mengilustrasikan bahwa seseorang dapat menjadi pengirim maupun penerima pesan dalam sebuah interaksi tetapi tidak menjadi keduanya sekaligus.

Komunikasi merupakan proses yang berlangsung secara kontinyu, pada level individu, kelompok maupun organisasi yang dilakukan secara langsung, sehingga menimbulkan respon. Dalam konteks kelompok UMKM yang sebagian besar status kepemilikannya pribadi lebih tepat apabila komunikasi dilakukan secara rutin dengan tatap muka antara Pembina UMKM tingkat kecamatan/kelurahan dengan kelompok UMKM sesuai karakteristiknya.

## METODOLOGI

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskripsi eksplanasi yaitu menggambarkan tentang UMKM yang mencakup jumlah, skala, jenis, lama dan status usaha dari seluruh UMKM serta pengelolaan usaha yang meliputi SDM, keuangan, produksi, pemasaran, IT, legal serta kewirausahaan serta kebutuhan komunikasi pembinaan UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Objek penelitian meliputi 789 UMKM di 3 kecamatan terpilih yaitu kecamatan Bojongsari sebanyak 501, Sawangan 256 serta Limo sebanyak 32. Teknik pengumpulan data dilakukan secara bertahap yaitu pengisian data awal oleh setiap UMKM yang dilanjutkan dengan wawancara mendalam dengan key informan yaitu pemilik UMKM potensial, serta focus group discussion (FGD) dengan dinas UMKM, kelurahan serta kecamatan.

Analisis data dilakukan mengacu kepada analisis kualitatif Spradley (Meleong, 2003) dengan tabulasi data awal dalam bentuk frekwensi UMKM berdasarkan karakteristiknya untuk menentukan potensi UMKM, serta analisis kebutuhan informasi dari hasil wawancara mendalam sebagai dasar perencanaan komunikasi pembinaan terhadap UMKM potensial seperti tergambar pada kerangka di bawah ini.



**Gambar 1**  
Kerangka Operasional Pemetaan

## Hasil dan Pembahasan

### a. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM dideskripsikan berdasarkan skala usaha yang terdiri atas mikro, kecil, dan menengah yang mengacu pada jumlah modal berdasarkan Undang Undang Nomor: 20 tahun 2008 tentang UMKM. Jenis usaha terdiri atas jasa, perdagangan yang di dalamnya termasuk pertanian dan perikanan, industri serta manufaktur. Masa usaha dideskripsikan sesuai dengan lamanya usaha berjalan yang dikategorikan baru apabila usahanya berjalan kurang dari lima tahun (< 5 tahun), dan lama jika sudah berlangsung lebih dari lima tahun (> 5 tahun). Sedangkan karakter yang lain adalah status



usaha dikategorikan sebagai usaha pokok yaitu apabila pelaku tidak memiliki usaha lain (hanya satu usaha) dan usaha sampingan yaitu jika pemilik masih memiliki sumber penghasilan sebagai pegawai (negeri atau swasta).

UMKM yang menjadi objek pemetaan seluruhnya sebanyak 789 yang terdistribusi di 3 Kecamatan yaitu Bojongsari sebanyak 501. Limo 32 dan Sawangan sebanyak 256 UMKM. Seluruh UMKM tersebut memiliki status kepemilikan perorangan dengan jumlah modal yang relatif kecil serta modal sendiri. Jenis usahanya cukup beragam dengan komoditas yang beragam pula. Untuk menggambarkan profil UMKM di 3 kecamatan tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kategorisasi besaran usaha yang diklasifikasikan menurut skala mikro, kecil, menengah. Klasifikasi tersebut didasarkan pada besaran modal setiap UMKM.

Lama usaha dan status usaha merupakan indikator keseriusan pelaku dalam mengelola usahanya. Selain itu status usaha sebagian besar bahkan hampir seluruh UMKM adalah pokok menunjukkan wirausaha tersebut sebagai sumber penghasilan keluarga. Kondisi UMKM yang masih dalam posisi mikro dengan masa usaha cukup lama serta merupakan usaha pokok. Keragaman jenis usaha dengan sebaran yang merata di setiap kecamatan menunjukkan bahwa sebagian besar warga bermata pencaharian dari wirausaha.

UMKM di tiga kecamatan didominasi skala mikro, jenis usaha perdagangan, proporsi lama usaha berimbang antara yang lebih dari 5 (lima) tahun dan kurang dari lima (5) tahun, sedangkan usahanya rata-rata berstatus usaha pokok bukan sampingan. Dari hasil tersebut dapat dideskripsikan bahwa sebagian pelaku sudah menjalankan usahanya cukup lama, tetapi masih tetap dalam skala mikro artinya belum terdapat perubahan skala usaha selama berlangsungnya usaha tersebut. Dari data juga menunjukkan keseriusan para pelaku karena mereka dalam menjalankan usahanya tidak dinomorduakan (usaha pokok) artinya pelaku cukup serius dalam mengelola usahanya serta dijadikan sebagai mata pencaharian pokok yang menyokong perekonomian keluarganya. Data karakteristik tersebut menjadi potensi bagi UMKM untuk dikembangkan sehingga dapat meningkatkan skala usahanya menjadi skala yang lebih baik.

Sebagian besar UMKM memiliki jenis usaha perdagangan yang di dalamnya terdiri atas perdagangan umum, pertanian (buah maupun tanaman hias), perikanan (ikan konsumsi ataupun hias) serta peternakan. Usaha perdagangan umum terdiri atas sembako, vucer, warteg, kelontong, serta material maupun onderdil yang tidak memiliki keunikan serta tidak mengandung ciri khas wilayah Kota Depok. Jenis usaha lainnya adalah bidang industri (makanan maupun barang) dan manufaktur (kerajinan maupun pakaian) yang memiliki proporsi lebih kecil dari perdagangan. Jenis usaha perdagangan, industri dan manufaktur apabila menggunakan produk lokal juga merupakan potensi yang dapat dikembangkan. Hal ini sangat terkait dengan aspek manajerial bidang produksi, karena bagaimanapun usaha akan tetap produktif jika pasokan bahan baku lebih mudah didapat. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal juga berarti biaya produksi bisa lebih rendah.

UMKM dari ketiga kecamatan ditinjau dari aspek penguasaan dan pemilikan manajerial yang meliputi SDM, keuangan, produksi, pemasaran, IT, legal dan kewirausahaan diperoleh. Aspek sumber daya manusia menunjukkan bahwa rata-rata UMKM memiliki karyawan dengan usia produktif hal ini ditunjukkan dengan perbandingan yang merata diantara ketiga kecamatan. Sedangkan untuk aspek keuangan tentang telah dilakukannya sistem, proses akuntansi, pembukuan sebagian besar dalam kondisi belum memiliki sistem pencatatan/pembukuan. Dari penggunaan teknologi dan ketersediaan bahan baku menunjukkan kondisi hampir seimbang. Dalam hal ketersediaan jaringan pemasaran kecamatan Bojongsari menunjukkan kondisi yang lebih baik dibandingkan dengan kecamatan Sawangan dan Limo. Sementara dari ketiga kecamatan aspek yang masih menunjukkan kondisi yang memerlukan perhatian adalah aspek penggunaan teknologi informasi, dokumen legal dan pemahaman tentang aspek kewirausahaan. Ketiga aspek itu merupakan aspek yang sangat penting dalam mendorong pemberdayaan UMKM.



Berdasarkan kriteria karakteristik untuk menentukan skala usaha (mikro, kecil, menengah) yang masuk kategori memiliki potensi dilakukan seleksi didasarkan pada jenis usaha yaitu difokuskan hanya untuk bidang usaha perikanan, pertanian, peternakan, industri dan manufaktur.

b. **UMKM Potensial**

Dengan memperhatikan aspek sumber daya serta keunggulan lokal maka jenis usaha perdagangan umum tidak dimasukan kategori UMKM yang memiliki potensi. Kriteria lainnya adalah berdasarkan keseriusan serta komitmen para perilaku usaha dalam menjalankan usahanya, sehingga lama usaha yang lebih dari 5 tahun serta status usahanya yang merupakan usaha pokok menjadi dasar pertimbangan penentuan potensi.

Pertimbangan karakteristik usaha sebagai potensi merupakan upaya pembentukan perilaku pelaku usaha ke arah yang lebih serius. UMKM yang masuk kategori memiliki potensi pada Kecamatan Bojongsari, Sawangan dan Limo adalah sebanyak 170 UMKM atau sebesar 22% dari jumlah seluruh UMKM dengan sebaran terdapat pada skala Mikro sejumlah 150 UMKM (19%) dan skala Kecil sejumlah 20 UMKM (3%), untuk skala menengah tidak ada. Dari sebaran data tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa dari jumlah UMKM sebanyak yang memiliki potensi masih sangat sedikit dan masih berskala mikro dengan masa usaha yang sudah cukup lama lebih dari 5 (lima) tahun.

Hal ini dapat menjadi pertimbangan pemkot Depok khususnya dinas terkait bahwa untuk mengembangkan UMKM secara intensif perlu suatu kajian apakah UMKM tersebut layak untuk dikembangkan, UMKM yang seperti apa yang dapat dijadikan unggulan serta program apa yang sesuai untuk mengembangkan UMKM tersebut. Gambaran data jumlah UMKM dengan jenis yang sama skala mikro juga dapat menjadi bahan pertimbangan perumusan pembentukan kelompok UMKM sejenis yang lebih berkembang.

Kecamatan Bojongsari memiliki jenis usaha potensi sebanyak 122 UMKM pada skala mikro yang dominan adalah pertanian (51%) dengan komoditas petani rumput, tanaman hias serta buah (belimbing dan jambu biji) dan perikanan (47%) baik pembibitan ikan hias maupun ikan konsumsi (lele dan gurame), sedangkan peternakan hanya sebagian kecil (2%), industri dan manufaktur tidak ada yang masuk dalam UMKM potensi. Pada skala kecil hanya terdapat 10 UMKM yang berpotensi dan berjenis usaha pertanian. Pertimbangan karakteristik UMKM potensi juga harus diimbangi dengan aspek pengelolaan usaha yang akan dialami pada analisis potensi berdasarkan aspek manajerial setiap UMKM.

UMKM potensi di kecamatan Sawangan lebih beragam dari pada di kecamatan Bojongsari. Walaupun dominasi terlihat pada usaha pertanian tetapi jenis usaha lainnya tetap memiliki potensibaik bidang perikanan, peternakan, industri dan manufaktur. Hal ini perlu dicermati mana jenis usaha potensi yang lebih berpeluang untuk dikembangkan. Jenis usaha yang bervariasi dapat menjadi motivasi kreativitas pelaku bahkan dapat menjadi ajang kolaborasi antara bidang pertanian, perikanan, peternakan dengan bidang industri olahan hasil komoditas tersebut, sehingga pelaku usaha pertanian, peternakan serta perikanan tidak kesulitan dalam memasarkan hasil serta produk olahannya memiliki nilai jual yang lebih tinggi dari produk mentahnya sehingga akan memperluas pangsa pasar.

Kecamatan Limo memiliki UMKM potensi yang paling sedikit. Dari seluruh jumlah UMKM yang masuk potensi di kecamatan Limo hanya 1 (satu) yaitu usaha peternakan dengan skala kecil. Hal ini lebih berpeluang untuk dikembangkan sehingga UMKM potensi ini dapat menjadi model percontohan bagi UMKM lain untuk lebih baik lagi pengelolaannya, sehingga diharapkan pengelolannya lebih intensif lagi.

c. **Komunikasi Pembinaan**

Berdasarkan hasil observasi serta wawancara dengan para pelaku usaha, profil usaha tersebut yang belum nampak perkembangan dalam kurun waktu yang lama dapat



direkomendasikan bahwa diperlukan monitoring perkembangan UMKM oleh dinas terkait bekerja sama dengan pihak kecamatan serta kelurahan sehingga keseriusan para pelaku untuk mengelola usahanya tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan pokok keluarga tetapi berorientasi kepada perluasan usaha yang lebih profesional. Proses monitoring secara berkelanjutan mengarah kepada pengenalan perilaku para pelaku usaha secara intens sehingga diperoleh gambaran UMKM potensial bagi dinas terkait.

Pengarahan perilaku profesional para pelaku dengan memberikan contoh/model melalui pembentukan dan penunjukkan UMKM percontohan di setiap wilayah potensi sumber daya lokal. Pendekatan dinas terkait melalui kecamatan dan kelurahan terhadap UMKM sebagai dasar analisis kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi setiap UMKM. Pemberian insentif kepada UMKM terbaik berdasarkan skala dan jenis usaha akan memotivasi perkembangan usaha mereka, misalnya melalui lomba UMKM.

Pemeliharaan data UMKM secara berkelanjutan melalui perwakilan yang berkedudukan di setiap kelurahan merupakan monitoring efektif untuk perkembangan UMKM secara berkelanjutan. Keseriusan Pemda dalam menangani kebutuhan serta permasalahan UMKM merupakan kunci utama untuk mewujudkan kemandirian UMKM sesuai dengan yang diamanatkan Undang Undang.

## 5. Simpulan dan Saran

Skala usaha terkonsentrasi secara mikro, walaupun rata rata usaha sudah berjalan lama dan merupakan usaha pokok menjadi indikator belum tampak perkembangan usaha yang signifikan. UMKM potensi hanya 22% dari seluruh objek dengan jenis usaha pertanian dan perikanan di 3 kecamatan, sehingga belum mengembangkan unggulan lokal (mengembangkan potensi kewilayahan). Komunikasi pembinaan yang diperlukan oleh UMKM adalah komunikasi dua arah antara petugas dengan kelompok UMKM yang memiliki karakter yang sama secara periodic dan keberlanjutan. Komunikasi pembinaan yang bersifat role model cocok untuk dikembangkan, sehingga proses pembelajaran sosial dapat berlangsung antar sesama UMKM.

Disarankan perlu dibuat saluran komunikasi dari dinas UMKM dengan petugas yang menangani UMKM yang terdapat di kecamatan maupun kelurahan, tidak hanya merupakan bagian dari ekbang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, M Scott. 2009. *Effektive Public Relations*. Jakarta : Kencana
- Hafsah, Jafar, 2004; *Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)*, Majalah Infokop Nomor: 25 Tahun XX
- Lestari HS, Sri, 2005; *Perkembangan dan Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor:1, Jakarta.
- Moleong, Lexy J, 2005; *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- NN, 2006; *Kajian Strategi Pengembangan Tahap Lanjut Sentra Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Pasca Dukungan Program Perkuatan*, Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor: 1 tahun I.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Prespektif Ragam dan Aplikasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Prespektif Ragam dan Aplikasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Widjaja. 1998. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi Edisi Revisi*. Palembang : PT. Asdi
- Mahasatya. Undang Undang Nomor: 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah