

Faktor – Faktor Penghambat Perkembangan Usaha Terasi di Kawasan Pesisir Kota Langsa

Muhammad Rizqi Zati^{1*}, Dhian Rosalina², Dyah Ayu Ardiyanti³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Samudra
Kota Langsa – Aceh – Indonesia

* Korespondensi: dhian.rosalina@unsam.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor dominan apa sajakah yang menghambat perkembangan usaha pengrajin terasi di kawasan pesisir Kota Langsa, Populasi dalam penelitian ini adalah 30 pengrajin terasi di kawasan pesisir Kota Langsa yang ada di dua desa : Lhokbani dan Simpang Lhee yang merupakan sentra pengrajin terasi udang sabu/rebon di Kota langsa. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, Metode analisis yang digunakan adalah confirmatory factor analysis. Hasil dari analisis yang dilakukan adalah terdapat tiga faktor yang menghambat usaha terasi, yaitu 1) Permodalan, 2) Persaingan dan infrastruktur, 3) Pemasaran.

Kata kunci: *Confirmatory Analysis, Pemasaran, permodalan, infrastruktur, persaingan*

Abstract. The aim of this research is to find out what factors hinder the efforts of shrimp paste craftsmen in the coastal area of Langsa City. The population in this study is 30 shrimp paste craftsmen in the coastal area of Langsa City, located in two places: Lhokbani and Simpang Lhee which are shrimp producers. sabu / rebon in langsa city. The sampling technique used was purposive sampling, the analytical method used was confirmatory factor analysis. The results of the analysis conducted are that there are three factors that hinder the shrimp paste business, namely 1) Capital, 2) Competition and infrastructure, 3) Marketing Strategy

Keywords: *Confirmatory Analysis, marketing strategy, capital, infrastructure, competition*

SNK © 2019
Published by UMSU
Press. This is an open
access article under the
CC BY-NC-ND
license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

PENDAHULUAN

Kota Langsa adalah salah satu Kota di ujung timur Aceh dengan total populasi adalah 184.424 jiwa(BPS, 2019) Letak Kota Langsa cukup strategis karena berdekatan dengan pantai yang merupakan sumber bahan baku bagi masyarakat kawasan tersebut untuk diolah menjadi produk ekonomis. Salah satu produk yang menjadi penggerak ekonomi wilayah pesisir adalah terasi. Di kawasan pesisir Kota Langsa terkenal dengan terasi atau belacan yang merupakan usaha kecil yang telah dilakukan penduduk dan diwariskan secara turun menurun, bagi pengrajin terasi tersebut kegiatan produksi belacan merupakan sumber nafkah atau penopang ekonomi mandiri bagi keluarga. Sentra produksi terasi ada di dua desa yaitu Simpang Lhee dan Lokbhani dengan jumlah pengrajin kurang lebih berjumlah tigapuluh orang. Setiap pengrajin mampu memproduksi 25 sampai dengan 30 kilogram terasi setiap produksi, dengan harga jual 25 ribu sampai dengan 40 rb per kilogram, menyesuaikan dengan harga udang rebon atau sabu (udeung sabee) dari nelayan. Pemasaran terasi sendiri lebih banyak mengandalkan *mouth to mouth marketing*, dimana para pembeli terasi akan menginformasikan kelezatan terasi langsa kepada orang lain dengan cara

membelikan oleh – oleh baik di provinsi Aceh, Sumatera, sampai dengan pulau Jawa, bahkan sampai dengan luar negeri, hal ini sesuai dengan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa pemasaran pelaku usaha kecil masih tradisional (Wicaksono & Nuvriasari, 2012) Dengan cara pemasaran tradisional inilah, produksi terasi di Kota Langsa tetap eksis dan dapat dikenal sampai manca negara. Meskipun demikian, pengrajin menghadapi kendala dalam melakukan pengembangan usaha, hal ini terlihat bahwa pengrajin terasi hanya menjual hasil produksinya di tempat tinggal masing – masing sehingga pemasaran sangat terbatas, penjualan produksi mengandalkan langganan pengrajin yang datang langsung ke lokasi, dimana strategi pemasaran tersebut sangat lazim dilakukan oleh pelaku usaha kecil di Indonesia (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015). selain itu juga faktor cuaca sangat berpengaruh terhadap kemampuan produksi, karena proses pengeringan udang sebagai bahan baku tidak bisa dilakukan apabila hujan turun. Kompleksnya permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin terasi tentunya memerlukan perhatian, mengingat dampak ekonomi yang cukup luas mulai dari nelayan (udang rebon/sabu), pengrajin itu sendiri, sampai dengan perekonomian kota Langsa.

Faktor – faktor penghambat kemajuan usaha kecil dan menengah pada umumnya dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Brata, 2009; Purwaningsih & Kusuma Damar, 2015; Yuwono et al., 2007), meskipun demikian faktor internal dan eksternal tersebut tiudak sepenuhnya dirasakan sama oleh para pelaku usaha kecil (Purwaningsih & Kusuma Damar, 2015; Wahyuningrum, Sukmawati, & Kartika, 2016) Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor – faktor dominan apa sajakah yang menghambat perkembangan usaha pengrajin, dengan meminimalkan faktor penghambat akan dapat mendukung berkembang pengrajin terasi di Kota Langsa, dengan identifikasi faktor penghambat yang tepat dapat memberikan kebijaksanaan yang tepat bagi pelaku usaha kecil terasi di Kota Langsa.

FAKTOR PENGHAMBAT USAHA KECIL DI INDONESIA

Dari berbagai kajian mengenai permasalahan usaha ekonomi kecil di Indonesia, permasalahan yang seringkali dihadapi antara lain meliputi: akses pasar, pembiayaan usaha, rendahnya kemampuan teknik produksi dan kontrol kualitas, manajemen secara umum (Adawiyah, 2011; Kanai, 2011) yang melakukan penelitian pada UKM di tujuh kota besar di Indonesia berhasil mengidentifikasi permasalahan UKM yang meliputi: lemahnya akses pasar (29%), keuangan (19,2%), informasi teknik dan pelatihan (19,2%), kontrol kualitas, manajemen, peralatan produksi masing-masing 9,6% dan masalah lain 4%. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kendala internal dan eksternal. Pengelompokan ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu (Adawiyah, 2011; Irjayanti & Azis, 2013; Samir & Larso, 2002; Yuwono et al., 2007).

Tabel 1. Faktor Penghambat Usaha Kecil

Faktor Penghambat	Kajian Terdahulu
Teknologi	(Kanai, 2011)(Olawale, Fatoki;Garwe, 2010)(Sirin, Tintri, & Kowanda, 2009)
Akses Finansial	(Olawale, Fatoki;Garwe, 2010)
Bahan baku	(Tambunan, T., 2005)(Hamisi, 2011)(Sirin et al., 2009)
Infrastruktur	(Lawrence & Tar, 2010)(Olawale, Fatoki;Garwe,

Kemampuan Manajemen	2010)(Sirin et al., 2009)
Politik/Kebijakan pemerintah	(Olawale, Fatoki;Garwe, 2010)
	(Al-Hyari, 2013)(Kanai, 2011)(Tambunan, T., 2005)(Olawale, Fatoki;Garwe, 2010)
Persaingan	(Sirin et al., 2009)
Keterbatasan informasi	(Sirin et al., 2009)
Lokasi/geografis	(Mawardi, Choi, & Perera, 2011)
Transportasi	(Hamisi, 2011)(Tambunan, T., 2005)
Biaya Tenaga Kerja	(Kanai, 2011)
Keterbatasan pasar internasional	(Sirin et al., 2009)
Hambatan hukum	(Al-Hyari, 2013)

Sumber : Literature review, 2019

Dari beberapa referensi menunjukkan bahwa faktor penghambat usaha kecil adalah cukup banyak, dan faktor – faktor tersebut dirasakan berbeda beda oleh setiap jenis usaha kecil. Sehingga kebijakan yang di ambil oleh pemerintah tentunya menyesuaikan setiap kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Confirmatory Factor Analysis, dengan mencari faktor – faktor dominan yang menghambat perkembangan usaha pengrajin terasi di kawasan pesisir Kota Langsa. Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin terasi di kawasan pesisir Kota Langsa yang ada di dua desa : Lhokbani dan Simpang Lhee yang merupakan sentra pengrajin terasi udang sabu/rebon di Kota langsa. Dengan analisis faktor peneliti dapat mengidentifikasi dimensi struktur sampai dengan seberapa jauh variabel dijelaskan oleh setiap dimensi (Imam Ghazali, 2003) Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengrajin yang memiliki kriteria sebagai berikut : a) Pengrajin telah menekuni usaha terasi minimal satu tahun b) Pengrajin memiliki minimal dua tenaga kerja yang membantu proses produksi. Purposive sampling digunakan agar data yang diperoleh sesuai dengan konten atau isi penelitian (Sanusi, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan alat ukur mean, yang digunakan untuk mengetahui bobot rata rata jawaban dari responden terhadap setiap pernyataan pada masing masing variabel, maupun tiap dimensi dan indikator dari variabel tersebut (Yuwono et al., 2007). Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Faktor Penghambat Usaha Terasi

Faktor Penghambat	Mean	Std. Deviation
1. Kesulitan mendapatkan pinjaman bank	3,47	,915
2. Kurangnya Tenaga kerja	2,53	,834
3. Buruknya jalan atau akses ke lokasi usaha	2,53	,743
4. Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik	3,33	,976
5. Harga bahan baku produksi tidak stabil	3,33	,976
6. Pengembangan usaha tidak diperhatikan pemerintah	3,73	,704
7. Tidak memahami IT	3,93	,258
8. Tidak menggunakan internet dalam kegiatan pemasaran	2,67	,976
9. Harga alat produksi terlalu mahal	3,47	,915

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan nilai mean, terdapat beberapa faktor penghambat usaha yang cukup dirasakan dampaknya oleh pengrajin terasi. Faktor tertinggi yaitu faktor ke 8 “tidak memahami IT” dengan skor 3,93 yaitu responden tidak memahami perkembangan teknologi informasi dalam kegiatan usaha terasi, faktor ini dirasakan cukup berdampak bagi pengrajin terasi dalam melakukan kegiatan usaha. Sedangkan faktor penghambat yang dipersepsikan memiliki dampak minimal bagi responden adalah faktor “Kurangnya tenaga kerja” dengan skor mean 2,53 responden memiliki perspsi bahwa kekurangan tenaga kerja memiliki dampak paling minimal dikarenakan para pengrajin rata rata mengandalkan keluarga atau kerabat dalam proses produksi.

Nilai standar deviasi tertinggi pada hasil penelitian adalah sebesar 0,976 ada pada beberapa faktor, antara lain :”Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik”, “Harga bahan produksi tidak stabil”, tidak menggunakan internet dalam kegiatan pemasaran. Artinya adalah faktor – faktor tersebut dirasakan secara berbeda beda atau tidak dirasakan sama oleh pengrajin terasi. Sedangkan nilai deviasi terendah adalah 0,246 “faktor tidak memahami IT”, hal ini berarti faktor tersebut dirasakan oleh keseluruhan pengrajin terasi di Kota Langsa.

Uji Confirmatory Analysis

Hasil uji Confirmatory test terdiri dari beberapa langkah sebagai berikut :

1. KMO dan Bartlett’s Test

Hasil uji KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) ternyata di bawah 0,50 sehingga data tidak dapat di analisis faktor (Imam Ghazali, 2003), sehingga harus melihat dalam Tabel Anti Image Matrices (lampiran SPSS) untuk menemukan faktor mana sajakah yang harus dibuang.dalam tabel Anti Image Matricess terdapat satu variabel yang memiliki nilai korelasi terkecil yaitu kurangnya perhatian pemerintah dalam pengembangan usaha (0,211), sehingga variabel tersebut dikeluarkan dari matriks dan dilakukan pengujian ulang. Hasil dari pengujian ulang KMO dan Bartlett’s test menunjukkan bahwa hasil uji ulang KMO adalah sebesar 0,526 dan signifikan pada 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor dapat dilanjutkan.

2. Communality

Proses factoring dan rotasi merupakan proses inti analisis faktor, yakni melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbetuk satu atau lebih faktor (Yuwono dan Adianti, 2015). Proses tersebut dapat dilihat pada tabel communality yang dirangkum sebagai berikut :

Tabel 3 Communalities

Variabel	Extraction
Kesulitan mendapatkan pinjaaman bank	,850
Kurangnya tenaga kerja	,748
Buruknya jalan atau akses lokasi usaha	,900
Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik	,919
Harga bahan baku produksi tidak stabil	,882
Tidak memhami IT	,825
Tidak menggunakan internat dalam aktivitas pemasaran	,837
Harga alat produksi terlalu mahal	,879

Sumber : data primer diolah, 2019

Semakin besar nilai extraction sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk (Yuwono et al., 2007). Angka extraction tertinggi adalah pada variabel kemampuan pesaing membuat produk, yaitu sebesar 0,919. Yang berarti 91,9% variasi besaran kemampuan pesaing membuat produk bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Sedangkan angka extraction yang terendah pada variabel kurangnya tenaga kerja, dengan angka sebesar 0,748. Yang artinya, 74,8% variabel kurangnya tenaga kerja bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

3. Eigenvalue

Berdasarkan hasil ekstraksi SPSS menghasilkan tiga faktor yang dapat dilihat pada tabel berikut ini di bawah :

Tabel 4. Total Variance Explained

Komponen	Initial Equivalent		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,076	38,448	38,448
2	2,176	27,202	65,650
3	1,587	19,840	85,490
4	,448	5,605	91,095
5	,401	5,015	96,110
6	,158	1,976	98,086
7	,091	1,141	99,227
8	,062	,773	100,000

Sumber : data primer diolah, 2019

Pada tabel tersebut susunan eigenvalue diurutkan dari tertinggi sampai terendah. Dari hasil olah data terlihat bahwa terdapat tiga faktor yang terbentuk, karena pada faktor ke empat total eigenvalue sudah berada dibawah satu (0,448) sehingga proses factoring berhenti pada tiga faktor saja. Sedangkan dari percent of variance total ketiga faktor tersebut dapat menjelaskan sebesar 85,49% dari variabilitas delapan variabel yang asli.

4. Factor Loading

Tabel. 5 Rotated Component Matrix

	Component		
	1	2	3
kesulitan mendapatkan pinjaman bank	,870	,251	-,170
Kurangnya tenaga kerja	,730	-,288	,363
Buruknya jalan atau akses lokasi usaha	-,198	-,904	,207
Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik	,602	,746	-,027
Harga bahan baku produksi tidak stabil	,910	,063	-,221
Tidak memahami IT	-,048	-,182	,889
Tidak menggunakan internet dalam aktivitas pemasaran	-,087	,057	,909
Harga alat produksi terlalu mahal	-,484	,799	,081

Sumber : data primer diolah, 2019

Setelah melihat skor eigenvalue, langkah selanjutnya adalah melihat tabel rotated component matrix untuk mengidentifikasi setiap variabel ke dalam faktor 1, faktor 2, dan faktor 3. Component matrix memperlihatkan distribusi variabel yang jelas dan nyata, dimana angka factor loading berkaitan dengan tiga faktor yang terbentuk. Berikut adalah penjelasan variabel yang berkorelasi dengan faktor:

Variabel “kesulitan mendapatkan pinjaman bank” termasuk dalam faktor 1, karena factor loading variabel ini dengan faktor 1 adalah yang terbesar (0,870)

Variabel “kurangnya tenaga kerja” termasuk dalam faktor 1 karena factor loading variabel ini dengan faktor 1 adalah yang terbesar (0,730)

Variabel “buruknya jalan atau akses lokasi usaha” termasuk dalam faktor 2, karena factor loading variabel ini dengan faktor 2 adalah yang terbesar (0,904)

Variabel “Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik” termasuk dalam faktor 2, karena factor loading variabel ini dengan faktor 2 adalah yang terbesar (0,746)

Variabel “harga bahan baku produksi tidak stabil” termasuk dalam faktor 1, karena factor loading variabel ini dengan faktor 1 adalah yang terbesar (0,910)

Variabel “tidak memahami IT” termasuk dalam faktor 3, karena factor loading variabel ini dengan faktor adalah yang terbesar (0,889)

Variabel “tidak menggunakan internet dalam pemasaran” termasuk dalam faktor 3, karena factor loading variabel ini dengan faktor 3 adalah yang terbesar (0,909)

Variabel “harga alat produksi terlalu mahal” termasuk dalam faktor2, karena factor loading variabel ini dengan faktor 2 adalah yang terbesar (0,799)

Dengan demikian dari ke delapan variabel dapat dikategorikan menjadi tiga faktor, yang diberi nama sehingga sedapat mungkin mewakili variabel – variabel yang ada di dalamnya.

1. Faktor 1 terdiri : a) Kesulitan mendapatkan pinjaman bank, b) Kurangnya tenaga kerja, c) Harga bahan baku produksi tidak stabil. Berdasarkan acuan dari beberapa penelitian

- terdahulu (Adawiyah,2015 Hafsah, 2004, Yuwono dan Arsianti, 2015, Indris dan Primiana, 2015), faktor faktor tersebut termasuk dalam kendala internal pengembangan usaha pelaku usaha kecil yaitu kurangnya permodalan, sumber daya manusia terbatas, lemahnya jaringan usaha, dan kemampuan penetrasi pasar. Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa untuk faktor satu diberikan nama variabel permodalan
2. Faktor 2 terdiri : a) Buruknya jalan atau akses lokasi usaha, b) Pesaing mampu membuat produk yang lebih baik, c) Harga alat produksi terlalu mahal. Berdasarkan acuan dari beberapa penelitian terdahulu (Adawiyah,2015 Hafsah, 2004, Yuwono dan Arsianti, 2015, Indris dan Primiana, 2015), faktor faktor tersebut termasuk dalam kendala eksternal yang meliputi : sarana dan prasarana, otonomi daerah, iklim usaha, dan globalisasi, dan satu dari faktor internal yaitu permodalan. Berdasarkan dari acuan teori dan penelitian terdahulu, maka untuk faktor dua diberi nama variabel infrastruktur dan persaingan
 3. Faktor 3 terdiri dari : a) Tidak memahami IT, b) Tidak menggunakan internet dalam pemasaran. Berdasarkan acuan dari beberapa penelitian terdahulu (Adawiyah,2015 Hafsah, 2004, Yuwono dan Arsianti, 2015, Indris dan Primiana, 2015). Faktor - faktor tersebut masuk dalam kategori faktor internal yaitu lemahnya jaringan usaha. Pada akhirnya, untuk faktor 3 di beri nama variabel pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal masih menjadi faktor dominan yang menghambat perkembangan usaha pengrajin terasi di Kota Langsa, faktor internal yang teridentifikasi tersebut adalah kesulitan pinjaman bank, kurangnya tenaga kerja, harga bahan baku produksi, harga alat produksi terlalu mahal, tidak memahami IT, dan tidak menggunakan internet dalam kegiatan pemasaran. Hal ini sejalan dengan penelitian Adawiyah,2015., Hafsah, 2004, Yuwono dan Arsianti, 2015, Indris dan Primiana, 2015, Okpara dan Wyan, 2009, Munizu 2010. Masih besarnya faktor internal tersebut perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar dari instansi pemerintah terkait, karena faktor internal tersebut berhubungan langsung dengan kemampuan pengrajin usaha mengadakan kegiatan produksi sehari hari. Berdasarkan hasil wawancara pengrajin terkendala ketersediaan uang cash sebagai modal dalam memproduksi terasi dan menggaji tenaga kerja, sehingga seringkali pengrajin tidak mampu memenuhi permintaan pasar pada saat sedang tinggi. Pengrajin memiliki persepsi bahwa untuk mendapatkan pinjaman dari bank kendalanya adalah agunan yang tidak dimiliki dan bunga yang cukup tinggi, dan membebani finansial pelaku usaha terasi.

Faktor eksternal yang dihadapi pengrajin terasi di kota Langsa tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan di atas, yaitu persoalan infrastruktur, ketatnya persaingan, dan penguasaan teknologi informasi. Untuk teknologi informasi diperlukan pelatihan baik dari instansi terkait maupun dari perguruan tinggi dalam bentuk pengabdian masyarakat agar para pengrajin terasi dapat menjangkau atau membuka akses pemasaran produk terasi Langsa secara langsung dan lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan mengenai faktor – faktor penghambat perkembangan usaha pengrajin terasi di Kota langsa terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga hambatan utama yaitu variabel permodalan, persaingan dan infrastruktur, dan pemasaran. Masalah yang berhubungan dengan permodalan yang dikeluhkan oleh responden adalah minimnya bantuan modal peralatan dari instansi pemerintah serta keengganan mengakses kredit perbankan, masalah permodalan menyebabkan pelaku usaha terasi sulit berkembang, karena tidak mampu menangani permintaan pasar dalam skala pasar yang lebih luas, sehingga produk terasi Kota Langsa tidak dikenal secara luas dalam skala nasional.

Berdasarkan survei wawancara, pelaku usaha mengharapkan perhatian serius dari pemerintah dalam mendukung kegiatan usaha terasi yang menjadi tulang punggung kawasan pesisir, seperti bantuan modal peralatan yang didistribusikan secara merata kepada pelaku usaha dan kejelasan informasi bantuan pemerintah yang diekspos di tempat publik sehingga memudahkan pelaku usaha mendapatkan kejelasan mengenai program bantuan pemerintah.

REFERENSI

- Adawiyah, W. R. (2011). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Seminar Nasional & Call For Papers (SCA-1)*, 740/5000, 1–18.
- Al-Hyari, K. (2013). Identification of Barrier Factors and Potential Solutions to SMEs Development among Jordanian Manufacturing Sector. *International Journal of Business and Management*, BPS. (2019). No Title. Retrieved from <https://aceh.bps.go.id/>
- Brata, A. G. (2009). Innovation and Social Capital in the Small-Medium Enterprises: A Case of Bamboo Handicraft in Indonesia. *Mpra*, (15696).
- Hamisi, S. (2011). Challenges and opportunities of Tanzanian SMEs in adapting supply chain management. *African Journal of Business Management*, 5(4), 1266–1276.
- Imam Ghazali. (2003). *Analisis Multivariate Dengan Menggunakan SPSS* (dua). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2013). Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 3–12.
- Kanai, K. (2011). No Title. *Asian Journal of Bussiness Management*, 3(2), 98–107.
- Lawrence, J. E., & Tar, U. A. (2010). Barriers to ecommerce in developing countries Usman A. Tar. *Information, Society and Justice*, 3(1), 23–35.
- Mawardi, M. K., Choi, T., & Perera, N. (2011). The Factors of SME Cluster Developments in a Developing Country: the case of Indonesian clusters. *ICSB World Conference Proceedings*, 1–28. Retrieved from
- Olawale, Fatoki;Garwe, D. (2010). Obstacles to the growth of new SMEs in South Africa: A principal component analysis approach. *African Journal of Business Management*, 4(5), 729–738.
- Purwaningsih, R., & Kusuma Damar, P. (2015). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). *E-Journal Undip*, 1(1), 7–12.
- Samir, A., & Larso, D. (2002). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UKM

- Catering Di Kota Bandung. *Journal of Technology Management*, 10(2).
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sirin, H., Tintri, D., & Kowanda, A. (2009). Problems Faced By Small and Medium Business. *Review Literature And Arts Of The Americas*, 10(2), 49–56.
- Tambunan, T. (2005). Promoting small and medium enterprises with a clustering approach: A policy experience from Indonesia. *Journal of Small Business Management*, 43(2), 138–154.
- Wahyuningrum, P., Sukmawati, A., & Kartika, L. (2016). Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kluster Kerajinan di Kota Depok Menggunakan The House Model. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(2), 154.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27–39.
- Yuwono, R., Retno, R. R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2007). *Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Di Jawa Timur*. 1(3).