

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA AZ-ZIKIR DI KOTA PALU

Bakery Business Development Strategy in Az-Zikir Home Industry of Palu City

M. Alfiyudi Saputra¹⁾, Christoporus²⁾, Siti Yuliaty Chansa Arfah²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

Email alfiyudi5@gmail.com, christoporus70@yahoo.com, ulliechansa@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to determine the internal and external factors affecting Az-Zikir bakery industry in Palu City, as well as to create strategy for the home industry development. The bakery home industry was located on Samratulangi street of Palu City. This research was conducted in September 2020. Data collected in this study consisted of primary data and secondary data. The first were obtained through observation and direct interviews with respondents, i.e., the manager of the bakery industry Az-Zikir, its employees and consumers. Meanwhile, the latter were gathered from related agencies and literature relevant to this study. The results of the IFAS and EFAS SWOT matrix analysis showed that the strategy position of Az-Zikir bakery industry was in quadrant I, namely in the position of strength - opportunity (SO) strategy. Several strategies suitable for developing Az-Zikir bakery industry are (i) persistently utilizing top-quality raw materials to win acceptance from all groups, (ii) empowering experienced workers to create promotions, (iii) maintaining and improving product quality in order to compete in the market, and (iv) utilizing readily available raw materials to produce new flavor variants.

Keywords : Bread, Industry, Opportunities, Strategy, Strength and Weakness.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi industri roti “Az-Zikir” di Kota Palu, serta mengetahui strategi pengembangan industri roti “Az-Zikir” yang terletak di Jalan Samratulangi Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2020, data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan responden yaitu pimpinan industri roti “Az-Zikir”, karyawan industri roti “Az-Zikir” serta konsumen. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang relevan dengan penelitian ini. Hasil analisis dengan menggunakan matriks SWOT IFAS dan EFAS bahwa posisi strategi industri roti “Az-Zikir” berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi kekuatan – peluang (SO), beberapa strategi pengembangan usaha roti yang tepat untuk diaplikasikan pada industri Roti “Az-Zikir” yaitu (a) Terus menggunakan bahan baku kualitas terbaik agar tetap disukai semua kalangan. (b) Memanfaatkan tenaga kerja yang berpengalaman untuk mengembangkan promosi. (c) Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar. (d) Memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan untuk menghasilkan varian rasa baru.

Kata Kunci : Strategi, Strength, Weakness, Opportunities, Threats, Industri, Roti.

PENDAHULUAN

Keadaan perekonomian Indonesia yang mengalami keterpurukan pada Tahun 1998 atau yang dikenal dengan krisis ekonomi telah membuat stabilitas ekonomi Indonesia terganggu baik secara mikro maupun secara makro. Belum kokohnya perekonomian Indonesia ini maka pemerintah terus berupaya untuk memulihkan dan meningkatkan kondisi perekonomian Indonesia menjadi lebih baik lagi. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah saat adalah dengan memberdayakan sektor *small-business* atau industri kecil dan rumah tangga. Hal ini dilakukan karena usaha ini telah terbukti mampu bertahan dalam menghadapi kondisi perekonomian yang sulit sekalipun. Keberadaan industri rumah tangga di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian terutama dalam aspek-aspek seperti kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi di pedesaan dan lain-lain (Dennis, 2017).

Industri rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. Pertama, adalah karena kinerja industri rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagian dari dinamikanya, industri rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, karena sering diyakini bahwa industri rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar. Industri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut disebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan bagian terbesar dengan menumbuh kembangkan sekitar 99,19% dari keseluruhan usaha di sektor industri (Joesyiana, 2017).

Industri rumah tangga (*home industry*) dapat digolongkan kedalam Industri Skala Kecil. Industri skala kecil yaitu suatu unit

usaha yang mempekerjakan jumlah pekerja antara 1 sampai 19 orang. Industri skala kecil membuat berbagai macam produk yang dapat digolongkan kedalam 2 kategori: barang-barang untuk keperluan konsumsi (*final demand*) dan industri seperti barang-barang modal dan penolong (*Intermediate demand*). Industri rumah tangga yaitu suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya (Agridinata, 2012).

Industri roti (*bakery*) merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Di dalam ilmu pangan, roti dikelompokkan dalam produk *bakery*, bersama dengan cake, donat, biskuit, roll, kraker, dan pie. Di dalam kelompok *bakery*, roti merupakan produk yang paling pertama dikenal dan populer hingga saat ini. Roti merupakan makanan yang berbasis tepung terigu yang semula dikonsumsi sebagai makanan selingan, namun dalam perkembangannya, budaya mengkonsumsi roti tidak lagi menjadi hal yang asing bagi sebagian besar masyarakat Indonesia (Ariessiana, 2009).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi industri roti “Az-Zikir” di Kota Palu, serta mengetahui strategi pengembangan industri roti “AzZikir” yang terletak di Jalan Samratulangi Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Roti Az-zikir Kelurahan Talise Kota Palu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dimana Industri ini merupakan salah satu tempat memproduksi roti yang ada di kota Palu yang mempunyai kapasitas produksi rendah dibandingkan dengan produsen

roti lainnya. Waktu penelitian akan dilakukan pada bulan September 2020.

Penentuan responden dilakukan secara (*accidental*), dimana setiap konsumen yang ditemui pada saat penelitian dapat dijadikan responden jika orang tersebut dapat menjadi sumber data yang diperlukan peneliti.

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionnaire*), sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literature, hasil dari studi kepustakaan ini dapat berupa bahan-bahan tambahan yang berasal dari buku, majalah ilmiah, jurnal internet, arsip dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk membuat suatu strategi dalam pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Industri Roti Az-zikir di Kota Palu. Pada sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar.

Menurut Rangkuti (2009), tahapan analisa IFAS dan EFAS yaitu dengan memberi nilai rating dan bobot lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis pembenaran nilai rating dan bobot data tabel IFAS dan EFAS, sebagai berikut :

1. Memberi rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai

dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi internal pengembangan usaha, variabel yang bersifat positif (semua Variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +4 (sangat baik), sedangkan variabel negative kebalikannya, contohnya jika kelemahan besar sekali nilainya 1, sedangkan jika lemah nilainya 4.

2. Memberi rating untuk masing-masing factor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi eksternal pengembangan usaha, variabel yang bersifat positif (Peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluang kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman kebalikannya misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
3. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0).

Faktor-faktor strategi kemudian disusun dalam satu matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan alternatif strategi.

| IFAS/EFAS | STRENGTHS (S) | WEAKNESSES(W) |
|-------------------|---|--|
| OPPORTUNITIES (O) | Strategi SO (<i>Growth</i>) Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. | Strategi WO (<i>Stability</i>) Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. |
| THREATS (T) | Strategi ST (<i>Diversification</i>) Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. | Strategi WT (<i>Defend</i>) Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. |

Sumber: Rangkuti, 2009

Tabel 1. Hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal industri roti Az -Zikir

| Faktor Internal | Faktor Eksternal |
|--|---|
| <p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bahan baku yang berkualitas b. Memiliki tenaga kerja yang berpengalaman c. Harga terjangkau d. Hasil produksi berkualitas | <p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Disukai semua kalangan b. Berkembangnya media promosi c. Pasar tersedia d. Bahan baku mudah didapatkan e. SDM tersedia |
| <p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Teknologi produksi belum memadai b. Promosi belum efektif c. Lokasi kurang strategis d. Tanggal kadaluarsa belum tercantum e. Proses produksi memakan waktu cukup lama | <p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki jumlah pesaing yang cukup banyak b. Fluktuasi harga bahan baku c. Selera konsumen yang berubah d. Pendapatan masyarakat menurun e. Berkembangnya kuliner jenis baru |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden, maka diperoleh beberapa indikator faktor Internal dan Eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha roti pada industri Az-Zikir. Hasil

identifikasi faktor Internal dan Eksternal dapat dilihat pada Tabel 1.

Setelah faktor-faktor strategi internal dan pada industri roti Az-Zikir sudah teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*internal factor analysis summery*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap bobot dan rating maka dihasilkan skor. Untuk masing masing skor dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor internal IFAS yaitu sebesar **2,78**, dengan koefisien kekuatan (*strenghts*) sebesar **1,56** dan koefisien kelemahan (*weakness*) sebesar **1,22**. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri roti Az-Zikir lebih besar dari faktor kelemahan.

Oleh karena itu industri roti Az-Zikir dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Setelah faktor-faktor strategis eksternal pada industri Az Zikir teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summery*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap bobot dan rating maka dihasilkan skor. Untuk masing masing skor dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa total yang diperoleh Eksternal tabel EFAS yaitu sebesar **3,56**, dengan koefisien peluang (*opportunity*) sebesar **1,98** dan koefisien ancaman (*threaths*) sebesar **1,58**. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri roti Az-Zikir lebih besar dari faktor ancaman, oleh karena itu industri roti Az-Zikir dapat lebih memanfaatkan

faktor peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor ancaman yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Hasil analisis kuantitatif antara faktor internal dan eksternal pada industri roti AzZikir, akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran industri Roti Az-Zikir. Titik tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan alternatif strategi yang sesuai dengan kuadran dimana titik tersebut berada.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor internal dan eksternal industri roti Az-Zikir, diperoleh hasil dari pengurangan antara sub total kekuatan dan kelemahan, dan sub total peluang dengan ancaman. Hasil pengurangan faktor Intenal (IFAS) yaitu $1,56 - 1,22 = 0,34$ yang dijadikan sebagai sumbu Horizontal atau sumbu X. Sedangkan hasil pengurangan faktor Eksternal yaitu $1,98 - 1,58 = 0,4$ yang dijadikan sebagai sumbu Vertikal atau sumbu Y. Maka sumbu X dalam Diagram SWOT adalah **0,34** dan sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah **0,4**.

Posisi kuadran usaha roti pada industri roti Az-Zikir yang diformulasikan dalam diagram SWOT terlihat pada Gambar 1.

Tabel 2. Analisis SWOT matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summery*)

| No | Faktor Internal Kekuatan | Bobot | Rating | Skor (BxR) |
|-----------|--|-------|--------|------------|
| 1 | bahan baku yang berkualitas | 0,13 | 3 | 0,39 |
| 2 | memiliki tenaga kerja berpengalaman | 0,12 | 3 | 0,36 |
| 3 | harga terjangkau | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 4 | hasil produksi berkualitas | 0,11 | 3 | 0,33 |
| Sub Total | | | | 1,56 |
| No | Kelemahan | Bobot | Rating | Skor (BxR) |
| 1 | teknologi produksi belum memadai | 0,12 | 2 | 0,24 |
| 2 | promosi belum efektif | 0,11 | 2 | 0,22 |
| 3 | lokasi kurang strategis | 0,11 | 2 | 0,22 |
| 4 | tanggal kadaluarsa belum tercantum | 0,10 | 3 | 0,3 |
| 5 | proses produksi memakan waktu cukup lama | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub Total | | | | 1,22 |
| Total | | 1,00 | 25 | 2,78 |

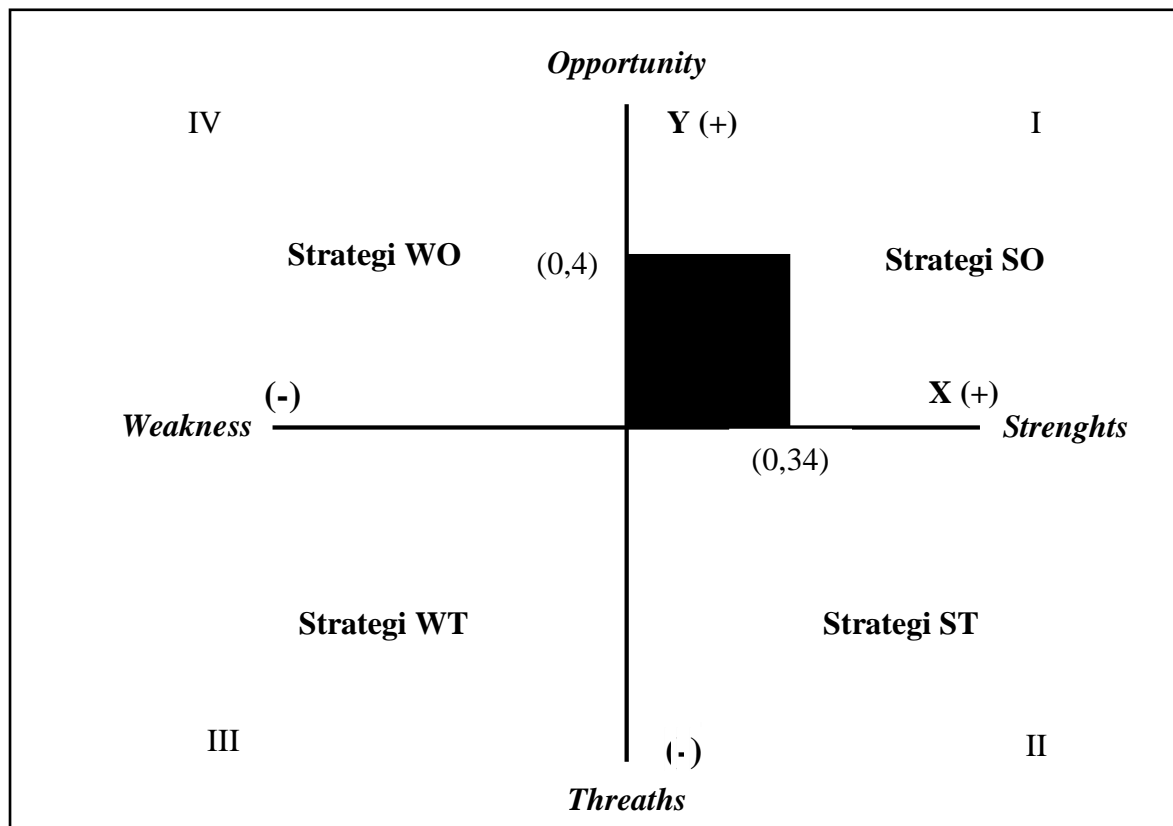
Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2020

Tabel 3. Analisis SWOT matriks EFAS (*Eksternal Facktor Analysis Summary*)

| No | Faktor Eksternal Peluang | Bobot | Rating | Skor (BxR) |
|-----------|-----------------------------|-------|--------|------------|
| 1 | disukai semua kalangan | 0,10 | 4 | 0,4 |
| 2 | berkembangnya media promosi | 0,11 | 4 | 0,44 |
| 3 | pasar tersedia | 0,10 | 3 | 0,3 |
| 4 | bahan baku mudah didapatkan | 0,10 | 4 | 0,4 |
| 5 | SDM tersedia | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Sub Total | | | | 1,98 |

| No | Ancaman | Bobot | Rating | Skor (BxR) |
|-----------|---|-------|--------|------------|
| 1 | memiliki jumlah pesaing yang cukup banyak | 0,14 | 4 | 0,56 |
| 2 | Fluktuasi harga bahan baku | 0,10 | 3 | 0,3 |
| 3 | selera konsumen yang berubah | 0,07 | 3 | 0,21 |
| 4 | pendapatan masyarakat menurun | 0,07 | 3 | 0,21 |
| 5 | berkembangnya kuliner jenis baru | 0,10 | 3 | 0,3 |
| Sub Total | | | | 1,58 |
| TOTAL | | 1,00 | 35 | 3,56 |

Sumber : Data Setelah diolah, 2020



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Az-Zikir di Kota Palu.

Diagram SWOT pada gambar 1 menunjukkan, posisi strategi untuk pengembangan usaha roti pada industri AzZikir berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi kekuatan – peluang (SO). Posisi ini memberikan indikasi bahwa ada peluang untuk dilaksanakan pengembangan usaha, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha roti pada industri AzZikir terletak pada strategi S-O. Perusahaan berada pada pertumbuhan yang dinamis pada strategi S-O, dimana nilai dari kekuatan (*streghts*) dan peluang (*opportunities*) lebih besar dibanding nilai kelemahan (*weakness*) dan nilai ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil perhitungan diagram SWOT didapatkan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha roti pada industri Az-Zikir di Kota Palu, beberapa kegiatan yang dilakukan terkait strategi pengembangan usaha roti sebagai berikut :

1. Menggunakan bahan-bahan berkualitas terbaik dan meningkatkan kualitas produk agar hasil produksi tetap disukai oleh semua kalangan dan dapat bersaing dengan produk lain.
2. Meningkatkan kualitas tenaga kerja yang berpengalaman melalui beberapa pelatihan dan kegiatan yang diadakan pemerintah serta meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah.
3. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan promosi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat serta memanfaatkan berbagai varian rasa guna mengantisipasi selera konsumen yang berubah-ubah dan mengantisipasi adanya kuliner sejenis yang baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis SWOT mengenai strategi pengembangan usaha roti pada industri rumah tangga Az-Zikir dikota Palu, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Az-Zikir *Bakery* merupakan salah satu industri roti yang ada di Kota Palu, produk yang dihasilkan adalah roti manis dengan berbagai varian rasa seperti cokelat, keju, dan pisang. Faktor internal industri roti Az-Zikir yang difokuskan pada rumusan masalah yaitu (a) Kekuatan : kualitas bahan baku, tenaga kerja berpengalaman, harga terjangkau, kualitas produk, dan memiliki varian rasa. (b) Kelemahan : teknologi produksi, promosi belum efektif, lokasi kurang strategis, pencantuman tanggal kadaluarsa, dan waktu produksi yang cukup lama.
2. Faktor eksternal industri roti Az-Zikir yang difokuskan pada rumusan masalah yaitu (a) Peluang : disukai semua kalangan, berkembangnya media promosi, pasar tersedia, bahan baku mudah didapatkan, SDM tersedia. (b) Ancaman : jumlah pesaing cukup banyak, harga bahan baku dan bahan penunjang dapat naik kapan saja, selera konsumen yang berubah, pendapatan masyarakat menurun, berkembangnya kuliner baru.
3. Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha roti pada industri Az-Zikir terletak pada strategi S-O. Alternative Strategi S-O yaitu (a) Terus menggunakan bahan baku kualitas terbaik agar tetap disukai semua kalangan. (b) Memanfaatkan tenaga kerja yang berpengalaman untuk mengembangkan promosi. (c) Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar. (d) Memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan untuk menghasilkan varian rasa baru.

Saran

Pada strategi pengembangan usaha roti pada Industri Az-Zikir, sebaiknya menggunakan strategi SO dimana strategi ini mempertahankan kekuatan yang ada dengan pemanfaatan peluang sehingga dapat meningkatkan kualitas produk serta perkembangan industri. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadikan penelitian ini sebagai

salah satu referensi dan mengembangkannya dengan melakukan beberapa studi kasus dan dapat menerapkan SWOT ketika ingin membuka usaha di bidang yang sama ataupun bidang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*. **Jurnal S. Pertanian**, Volume 1 (3) : 223-233.
- Agridinata, 2012. *Prospek Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (studi pada industri rumah tangga pembuatan kerupuk bayam di kecamatan Mandau-Duri)*. Skripsi. Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau Pekanbaru.
- Antonio yongki dan Ratih Indriyani, 2016. *Analisis Strategi Bersaing Conato Bakery Jember*. **Jurnal Agora**. Vol 4 (1) : 540-549.
- Ariessiana, 2009. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Bagas Bakery, Kabupaten Tenggol*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- David FR. 2006. *Manajemen Strategis*. Sulistio P dan Mahardika H, penerjemah; Rahoyo S, editor; Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Dennis, 2017. *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga kerajinan Bambu di Kinilow Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon*.
- Joesyiana, 2017. *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (studi kasus usaha tas rajut industri pengolahan kreatifitas tali kur)*. **Jurnal Valuta**, Vol 4 (1) : 159-172.
- Matutina, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan kedua*, Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta.
- Mudjajanto ES, Lilik NY. 2007. *Membuat Aneka Roti*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nurani, 2007. *Daya saing Agribisnis-Aspek Hukum dan Strategi Pengembangan*. Bandung. Nuansa. Jakarta.
- Pribadi, Max N.M, Effendy (2017). *Analisis pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah bakery di Kota Palu*. **Jurnal Agrotekbis**. Volume 5: 466-471. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.
- Rangkuti, 2009. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Siagian, Sondang P., 2007. *Teori Motivasi dan Aplikasi*. Penerbit Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Sukardi, 2011. *Formulasi Definisi Agroindustri Dengan Pendekatan Backward Tracking*. **Jurnal Pangan**. Vol 20 (3) : 269-282.
- Umar H. 2008. *Strategic Management in Action*. Cetakan Kelima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.