

PEMETAAN DAN DIAGNOSIS PENGEMBANGAN KLASTER INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) DI KABUPATEN TANGERANG

Ratna Ekawati^{1*}, Achmad Bahauddin², Rifki Azis Setiawan³,
^{1,2,3}Jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
*Email : ratna_ti@ft-untirta.ac.id

Abstrak

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan bentuk usaha yang mampu berdiri ketika persaingan ekonomi dunia semakin ketat, IKM menjadi tumpuan utama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi lokal. Kabupaten Tangerang adalah salah satu dari sekian banyak daerah yang memiliki potensi besar dalam perkembangan IKM. Namun, dalam perkembangannya diperlukan peran pemerintah dalam upaya penguatan IKM, salah satunya dengan pendekatan klaster industri. Klaster industri merupakan sejumlah perusahaan dan lembaga yang terkonsentrasi pada suatu wilayah, serta saling berhubungan dalam bidang yang khusus dan mendukung persaingan. Tujuan penelitian ini yaitu memetakan IKM sebagai dasar pembentukan klaster, melakukan identifikasi potensi pengembangan IKM dan merumuskan strategi pengembangan IKM melalui pendekatan klaster. Adapun metode yang digunakan yaitu Cluster Map yang digunakan untuk mengidentifikasi pemetaan klaster IKM, diagram SIPOC untuk mengetahui aliran barang dari hulu sampai hilir, Value Chain Analysis untuk mengidentifikasi nilai tambah dari aliran tersebut, dan kemudian identifikasi faktor strategis dalam klaster dengan tool diamond cluster yang nantinya akan dirumuskan dalam SWOT Analysis. Sektor IKM yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu Kerajinan Anyaman. Jaringan yang terbentuk dalam klaster IKM tersebut terdiri dari industri inti atau pelaku usaha, industri pendukung dan terkait, pemasok bahan baku, pembeli atau distributor dan lembaga pendukung (non industri). Kemudian strategi pengembangan IKM yang diterapkan yaitu kerajinan anyaman meliputi inovasi dan variasi desain produk, mengadakan pameran hasil produk, melakukan pendekatan dengan dinas terkait, membuat kemasan yang menarik dan pemasaran dengan media on line.

Kata kunci : cluster industry, diamond cluster, industri kecil menengah, SWOT analysis, value chain analysis

1. PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah atau yang sering disebut IKM merupakan salah satu tumpuan utama pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja dan juga bagian penting dari perekonomian suatu negara. Namun, kenyataannya selama ini keberadaan IKM kurang mendapat perhatian yang layak dari pemerintah. Ada tiga alasan mengapa keberadaan IKM sangat diperlukan (Berry, Rodriquez & Sandeem dalam Lestari EP, 2010), pertama kinerja IKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, IKM sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan aktif mengikuti perubahan teknologi. Ketiga, IKM diyakini memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dibandingkan usaha besar. Kabupaten Tangerang merupakan salah satu daerah di provinsi Banten yang sarat akan keberadaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang jumlahnya mencapai 3079 (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tangerang, 2012).

Permasalahan yang ada yaitu terbatasnya modal usaha, sistem produksi yang masih konvensional, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas serta sistem pemasaran yang tidak efisien kerap menjadi alasan terhambatnya perkembangan IKM di Kabupaten Tangerang. Melihat potensi yang dimiliki IKM di Kabupaten Tangerang, maka diperlukan suatu strategi pengembangan yang melibatkan IKM tersebut untuk meningkatkan daya saing dipasaran. Salah satunya yaitu dengan pembentukan klaster industri. Pengembangan klaster industri merupakan alternatif pendekatan yang dinilai efektif untuk membangun keunggulan daya saing industri khususnya dan bagi pembangunan daerah umumnya (BPPT, 2011). Menurut Untari (2005) ada beberapa keuntungan dalam penerapan klaster industri, diantaranya yaitu kemudahan dalam hal mendapatkan bahan baku, tenaga kerja yang sesuai, pemasaran produk, menyerap inovasi teknologi, pelayanan pendukung dan pembinaan yang akan dilakukan oleh pihak-pihak yang berkewajiban (baik pemerintah atau lembaga lainnya). Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memetakan IKM yang

berpotensi untuk dikembangkan menjadi kluster, kemudian merumuskan strategi pengembangan IKM melalui pendekatan kluster.

2. METODOLOGI

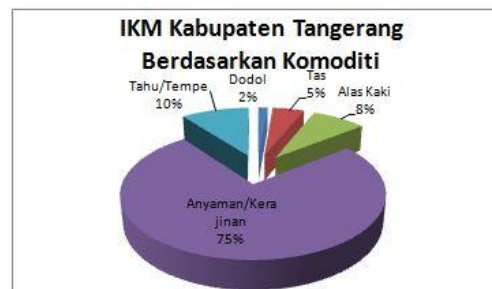
Adapun tahapan dalam penelitian ini, yang pertama yaitu. Pemetaan Kluster, Pada tahap ini dilakukan penentuan IKM yang berpotensi untuk dikembangkan dilihat dari beberapa kriteria seperti kemudahan bahan baku, kapasitas produksi, kemampuan menyerap tenaga kerja, kontribusi terhadap pendapatan daerah, nilai investasi serta mampu menjual produknya ke luar negeri, kemudian identifikasi pelaku usaha yang terlibat dalam kluster dengan menggunakan *tool* diagram SIPOC untuk mengetahui aliran barang dari hulu sampai hilir dan *Cluster Map* untuk mengidentifikasi hubungan pelaku bisnis yang terbentuk dalam kluster. Setelah penentuan kluster IKM yang akan dikembangkan, maka dilakukan tahap kedua yaitu Diagnosis dan Formulasi Strategi untuk mendiagnosis pengembangan kluster IKM. Adapun *tool* yang dipakai yaitu *Value Chain Analysis* untuk mengidentifikasi nilai tambah di sepanjang aliran material dan informasi yang ada didalam kluster, kemudian *Diamond Cluster* yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor keunggulan bersaing yang dimiliki IKM, yang kemudian faktor tersebut akan diklasifikasikan sebagai faktor strategi yang akan diidentifikasi dengan *SWOT Analysis*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pemetaan Kluster

3.1.1 Pemetaan Potensi IKM di Kabupaten Tangerang

Berdasarkan data yang diperoleh dari dinasi perindustrian dan perdagangan, bahwa terdapat 3079 unit usaha non formal yang tersebar di Kabupaten Tangerang. Untuk melihat sebaran tersebut disajikan pada gambar berikut



Gambar 1. Diagram persentase IKM di Kabupaten Tangerang

Departemen Perindustrian dan Perdagangan dalam menilai keberhasilan Industri Kecil dan Menengah menggunakan kriteria jumlah angkatan kerja, kapasitas produksi dan nilai investasi atau modal. Berikut merupakan kriteria tiap IKM :

Tabel 1. Kriteria Pemilihan IKM

IKM	Tenaga Kerja	Investasi (ribuan rupiah)	Kapasitas Produksi
Kerajinan Anyaman	6409	Rp. 1,658,651	5130580 unit
Dodol	204	Rp. 214,032	73448 unit
Alas Kaki	1262	Rp. 1,573,452	330120 unit
Tahu/Tempe	718	Rp. 791,250	45583 unit
Tas	757	Rp. 1,061,000	80424 unit

Sumber : Data diolah

Berdasarkan kriteria tersebut dan hasil dari wawancara dengan pihak dinas serta mengacu pada program dari pemerintah daerah yaitu “Sosialisasi Penyuluhan Kluster Industri Merupakan Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Dalam Memperkuat Jaringan Kluster Industri” pada bulan November tahun 2012, maka sentra industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kluster yaitu sentra industri anyaman, tas dan alas kaki. Untuk mengidentifikasi aliran produksi dari hulu sampai hilir digunakan diagram SIPOC. Berikut diagram SIPOC :

a. Kerajinan Anyaman

Tabel 2. Diagram SIPOC kerajinan anyaman

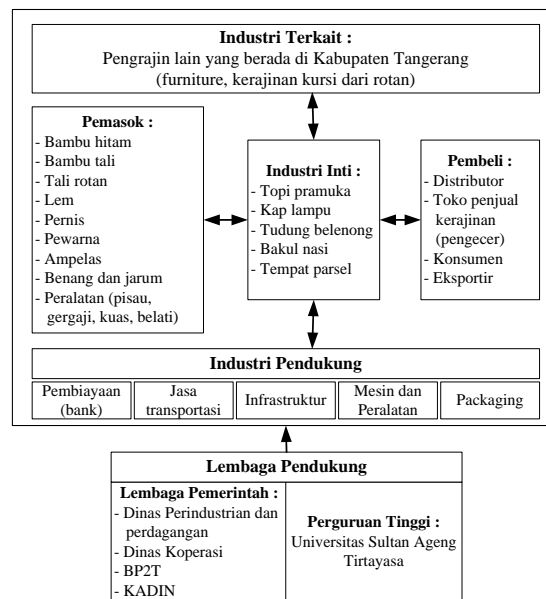
Supplier	Input	Process	Output	Customer
Petani bambudi Kabupaten Tangerang	Bambu hitam	Persiapan > Pemilihan bahan baku > Pemotongan bahan baku > Pengerikan merang > Penjemuran > Pembuatan irisan bambu	-Kap lampu -Tempat parcel -Tempat nasi -Tudung belenong	Tangerang
	Bambu tali			Jakarta
	Tali rotan			Bali
	Lem	Penganyaman > Membuat anyaman sesuai bentuk yang diinginkan > Mengikatnya dengan tali rotan > Lem sambungan supaya kuat		
	Pernis			
	Pewarna	Finishing > Anyaman dihaluskan kembali > Proses finishing		

Sumber : Data diolah

3.2 Cluster Map

Pada tahap ini akan ditentukan pelaku bisnis yang terhubung dalam kluster, kemudian menjalin kemitraan yang saling menguntungkan satu sama lain. Berikut merupakan *cluster map* yang dapat disajikan :

a. Kerajinan Anyaman



Gambar 2. Cluster map kerajinan anyaman

Sumber : Data diolah

Pihak-pihak yang terlibat dalam kluster industri terdiri dari industri pemasok sebagai penyalur bahan baku yang dibutuhkan industri inti (pelaku utama), pembeli yang terdiri dari distributor dan konsumen langsung, serta ada beberapa agen eksportir yang mengirim produk ke luar daerah bahkan ke luar negeri, kemudian ada industri pendukung yang *men-support* kegiatan ekonomi pelaku inti. Selain itu, industri terkait yang bersama-sama membangun usaha dan bersaing secara sehat dalam berbisnis. Sedangkan yang terakhir yaitu melibatkan lembaga pendukung dalam hal ini yaitu pemerintah daerah setempat seperti dinas

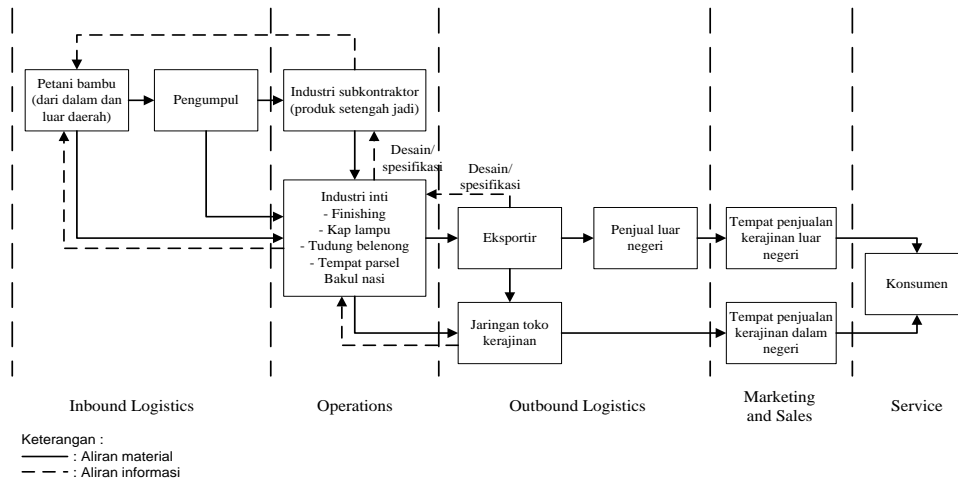
perindustrian dan perdagangan, dinas koperasi dan UMKM, BP2T dan KADIN, serta melibatkan lembaga asosiasi setempat dan perguruan tinggi yang terlibat adalah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

3.3 Diagnosis dan Formulasi Strategi

3.3.1 Value Chain Analysis

Value chain didefinisikan sebagai sebuah rangkaian proses produktif mulai dari penyediaan input dari suatu produk, produksi, pemasaran dan distribusi hingga ke konsumen akhir. Berikut adalah value chain dari IKM yang diteliti :

a. Kerajinan Anyaman



Gambar 3. Value chain IKM kerajinan anyaman

Tabel 3. Value chain analysis IKM kerajinan anyaman

Support Activities	Inbound Logistics	Operations	Outbound Logistics	Marketing and Sales	Service
Pembelian	- pengumpul memperoleh bahan baku dari petani bambu. - pengrajin memperoleh bambu dari pengumpul atau bisa didapat langsung dari petani bambu	- Memperoleh bahan setengah jadi dari pengrajin lain. - Membeli bahan pendukung dari toko	- Produk jadi dikirim ke toko penjualan kerajinan melalui eksportir. - Produk jadi dikirim ke jaringan toko kerajinan	- Penjualan dilakukan oleh pihak penjual kerajinan. - Belum ada sistem pemasaran, belum ada media promosi produk	- Dapat jaminan pengembalian produk apabila ada produk yang cacat.
Pengembangan teknologi	- Penggunaan bahan komplementer sesuai dengan trend permintaan - Mengkombinasikan bambu dengan material lain	- Pengembangan desain produk - Pengembangan jiwa kewirausahaan pengrajin - Mengajarkan anak-anak tentang kerajinan	- Menerima pesanan lewat media telepon - Dan dapat memesan langsung ke industri inti	- Mengadakan pameran produk kerajinan - Pemasaran lewat media online - Bekerjasama dengan pemerintah dalam proses pemasaran produk ke luar negeri	- Memperoleh jaminan produk dengan sistem garansi
Infrastruktur perusahaan	- Dekat dengan pengumpul, sehingga akses mudah. - Akses transportasi baik.	- Subkontraktor dengan pengrajin lain (setengah jadi) - Tempat kerja cukup memadai	- Relatif dekat dengan Ibu Kota Jakarta, sehingga akses transportasi mudah	- Lembaga pendukung (Kadin, Disperindag, Dinas Koperasi, perguruan tinggi)	- Menyediakan sarana komunikasi langsung dengan konsumen.
Manajemen SDM	- Membangun hubungan dengan daerah penghasil bambu - Pengumpul memanfaatkan daerah sumber daya hutan bambu	- Peningkatan keterampilan dengan mengadakan pelatihan - Kaderisasi untuk generasi penerus	- Membangun hubungan dengan jasa pengirim - Pemahaman prosedur sistem ekspor barang	- Membangun hubungan dengan buyer - Memahami permintaan buyer - Menentukan harga jual	- Menerima keluhan konsumen sebagai usaha untuk meningkatkan kualitas produk.
Pengadaan	- Pembelian secara tunai - Ongkos angkut ditanggung oleh pemesan	- Peralatan dan mesin diperoleh dengan cara membeli	- Pembayaran dilakukan secara bertahap	- Ongkos pembelian ditanggung pemesan	- Dapat jaminan pengembalian produk apabila ada produk yang cacat.

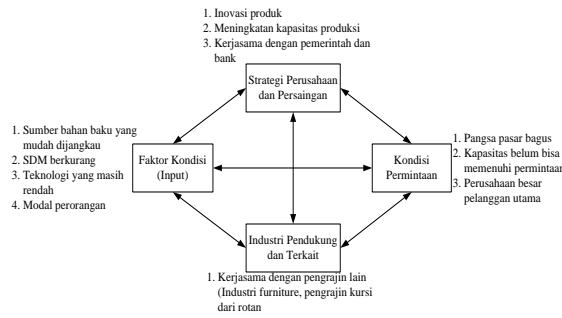
Sumber : Data diolah

3.4 Identifikasi Keunggulan Bersaing IKM

Keunggulan bersaing IKM menurut Porter (1998) dibentuk oleh beberapa faktor yang disebut sebagai *Diamond Cluster*, faktor tersebut meliputi faktor input, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, serta strategi perusahaan dan pesaing.

a. Kerajinan Anyaman

Faktor input terdiri dari kondisi geografi yang strategis terhadap bidang usaha, dimana sumber daya alam sangat mendukung untuk usaha anyaman, Sumber daya manusia berkurang dari tahun ke tahun, proses produksi masih menggunakan teknologi yang sederhana. Faktor kondisi permintaan tergantung pesanan (fluktuatif) dan terkadang tidak bisa memenuhi permintaan, perusahaan-perusahaan besar sebagai pelanggan utama. Faktor industri pendukung dan terkait terdiri dari subkontraktor dengan pengrajin lain. Faktor strategi perusahaan dan persaingan yaitu melakukan inovasi produk, meningkatkan kapasitas produksi dan menjalin kerjasama dengan pemerintah dan perbankan.



Gambar 4. Diamond cluster model kerajinan anyaman
Sumber : Data diolah

3.5 Identifikasi Strategi Pengembangan Klaster

Keunggulan bersaing IKM kemudian diklasifikasikan kedalam bentuk strategi yang terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Faktor-faktor tersebut kemudian diidentifikasi dengan matriks SWOT untuk meumuskan strategi yang tepat.

Tabel 4. Matrik SWOT IKM Kerajinan Anyaman

INTERNAL	Kekuatan (<i>Strength</i>) : 1. Kualitas bagus 2. Tingkat kehalusan tinggi 3. Daya tahan produk 4. Image yang baik 5. Pemasaran ke seluruh Indonesia	Kelemahan (<i>Weakness</i>) : 1. SDM kurang keahlian 2. Tergantung pada cuaca 3. Teknologi rendah 4. Belum mendapat hak paten 5. Kurang modal
EKSTERNAL	Peluang (<i>Opportunity</i>) : 1. Pangsa pasar bagus 2. Banyak pesanan yang tidak terpenuhi 3. Hasil produksi tinggi 4. Kerjasama dengan pemerintah 5. Bantuan modal dari bank	STRATEGI : 1. Inovasi desain/variasi produk (S1,O1) 2. mengadakan pameran sebagai ajang promosi (S5,O4) 3. Melakukan pendekatan ke dinas terkait untuk pemasaran (S4,O4) 4. Kemasan yang menarik (S1,O1) 5. Pemasaran lewat media online (S5, O4)
	Ancaman (<i>Threats</i>) : 1. Tidak ada generasi penerus	STRATEGI : 1. Regenerasi penerus/pengrajin (S1,A1) 2. Menjadikan keahlian pengrajin sebagai bidang keprofesian. (S4,A1)
		STRATEGI : 1. Sosialisasi bahwa pengrajin anyaman dapat dijadikan sebagai profesi (W1, T1)

3.6 Prioritas Strategi Pengembangan Klaster

Pemetaan prioritas strategi pengembangan IKM dilakukan menggunakan analisis terhadap Faktor Internal dan Eksternal, yaitu *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS). Berikut merupakan tabel hasil perhitungan IFAS dan EFAS :

a. Kerajinan Anyaman

Tabel 5. Matriks *internal factor analysis summary* IKM kerajinan anyaman

Faktor-faktor Internal	Skala Prioritas (1-4)	K	SP x K	Bobot	Rating (1-4)	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)						
1. Kekuatan bagus	2		8	0.069	3	0.207
2. Tingkat kehalusan tinggi	4		16	0.138	4	0.552
3. Daya tahan produk	3	4	12	0.103	3	0.310
4. Image yang baik	3		12	0.103	3	0.310
5. Pemasaran ke seluruh Indonesia	3		12	0.103	4	0.414
Sub total			60	0.517		1.793
Kelemahan (<i>Weakness</i>)						
1. SDM kurang keahlian	4		16	0.138	1	0.138
2. Tergantung pada cuaca	3		12	0.103	3	0.310
3. Teknologi rendah	3	4	12	0.103	2	0.207
4. Kurang modal	2		8	0.069	3	0.207
5. Belum mendapat hak paten	2		8	0.069	2	0.138
Sub total			56	0.483		1
Total			116			2.793

Sumber : Data diolah

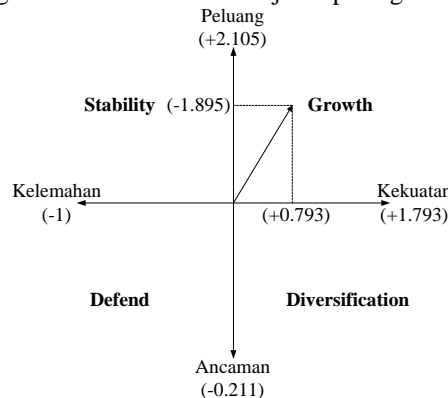
Tabel 6. Matriks eksternal factor analysis summary IKM kerajinan anyaman

Faktor-faktor Internal	Skala Prioritas (1-4)	K	SP x K	Bobot	Rating (1-4)	Skor
Peluang (Opportunity)						
1. Pangsa pasar bagus	3		12	0.158	2	0.316
2. Banyak pesanan yang tidak terpenuhi	4		16	0.211	3	0.632
3. Hasil produk tinggi	3	4	12	0.158	3	0.474
4. Kerjasama dengan pemerintah	3		12	0.158	3	0.474
5. Bantuan modal dari perbankan	2		8	0.158	2	0.211
Sub total			60	0.789		2.105
Ancaman (Threats)						
1. Tidak ada generasi penerus	4	4	16	0.211	1	0.211
Sub total			16	0.211		0.211
Total			76			2.316

Sumber : Data diolah

Dari tabel diatas diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan dan kelemahan adalah 1,793 dan 1. Sedangkan, dari tabel 3.6 diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor peluang dan ancaman adalah 2,105 dan 0,211. Nilai skor kekuatan ternyata di atas nilai skor kelemahan dengan selisih nilai (+) 0,793, dan nilai skor peluang pun ternyata di atas nilai skor ancaman dengan selisih nilai (+) 1,895.

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dan penentuan selisih skor, kemudian digambarkan dalam diagram SWOT, di mana faktor kekuatan dan peluang diberi nilai positif (+), sedangkan faktor kelemahan dan ancaman diberi nilai (-). Diagram SWOT tersebut disajikan pada gambar berikut :

**Gambar 5. Diagram kartesius SWOT IKM anyaman**

Berdasarkan gambar diagram kartesius SWOT di atas, diketahui bahwa IKM kerajinan anyaman berada pada kuadran I, yang artinya bahwa strategi pengembangan IKM adalah SO, yaitu strategi menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memaksimalkan peluang (*Opportunity*) yang ada. Strategi ini dikenal juga dengan istilah *growth oriented strategy* yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Jika mengacu pada strategi ini maka IKM mempertahankan kualitas produk yang menjadikan produk anyaman mendapat image baik dari pembeli. Melakukan perluasan pemasaran produk dengan cara mengadakan pameran, dalam hal ini melibatkan pemerintah daerah sebagai pelopornya. Memperoleh pinjaman dari bank untuk meningkatkan produktivitas sebagai usaha untuk menangkap peluang pasar yang semakin besar.

Dari nilai total masing-masing faktor, selain dapat digambarkan dalam diagram SWOT juga disajikan dalam rumusan matrik SWOT, yang akan menggambarkan nilai skor dari masing-masing kombinasi strategi seperti yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 7. Kombinasi strategi kumulatif IKM anyaman

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO : = 1,793 + 2,105 = 3,898	Strategi WO : = 1 + 2,105 = 3,105
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST : = 1,793 + 0,211 = 2,004	Strategi WT : = 1 + 0,211 = 1,211

Sumber : Data diolah

Berdasarkan identifikasi matrik SWOT yang telah dibuat, maka implementasi strategi yang digunakan yaitu strategi SO, karena memiliki nilai paling besar yaitu 3,898. Berikut merupakan strategi SO :

1. Melakukan inovasi produk, memperbanyak variasi produk sehingga konsumen tidak bosan dan mampu menarik minat konsumen lain untuk membeli produk kerajinan anyaman.
2. Mengadakan kegiatan pameran produk kerajinan anyaman sebagai ajang promosi. Setiap desain produk baru yang diciptakan, baiknya dipromosikan secara langsung kepada konsumen melalui ajang pameran.
3. Membentuk kerja sama dengan pemerintah daerah setempat, adapun beberapa keuntungan yang bisa diperoleh oleh pelaku bisnis (IKM) yaitu memperoleh informasi pemasaran, mempermudah dalam mendapatkan pinjaman modal, mengadakan pelatihan guna meningkatkan kompetensi pengrajin dan usaha meningkatkan produk dengan mengadakan pelatihan GKM (Gugus Kendali Mutu).
4. Membuat kemasan produk yang menarik, sehingga menarik minat konsumen untuk membelinya.
5. Melakukan pemasaran lewat media on line, sehingga mampu menangkap peluang pasar secara luas. Membuat website atau blog yang bisa digunakan sebagai alat pemasaran dan alat komunikasi dengan konsumen secara langsung.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu Pemetaan kluster IKM di Kabupaten Tangerang yang berpotensi untuk dikembangkan terbesar yaitu kerajinan anyaman. Potensi IKM dalam pembentukan kluster terdiri dari beberapa faktor, diantaranya yaitu (1) faktor input meliputi kemudahan bahan baku, SDM yang melimpah, teknologi produksi dan modal usaha. (2) faktor permintaan meliputi pesanan yang stabil, peningkatan kapasitas untuk memenuhi permintaan dan pangsa pasar yang luas. (3) faktor perusahaan dan persaingan meliputi adanya persaingan harga produk, inovasi dan variasi desain produk dan persaingan dengan produk impor. (4) faktor industri pendukung dan terkait meliputi kerjasama antar pengrajin, adanya kepedulian pemerintah daerah dalam usaha memajukan IKM. Kemudian Strategi pengembangan IKM yang diterapkan yaitu (1) kerajinan anyaman meliputi inovasi dan variasi desain produk, mengadakan pameran hasil produk, melakukan pendekatan dengan dinas terkait, membuat kemasan yang menarik dan pemasaran dengan media *on line*

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2006. *Kajian Pembiayaan Dalam Rangka Pengembangan Kluster*. Makalah. Tim Penelitian dan Pengembangan Biro Kredit – Bank Indonesia. Jakarta.
- BPPT. 2011. *Panduan Penyusunan kerangka dan Agenda Pengembangan Kluster Industri*. Pusat Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi, Jakarta
- Juwita, PD, dkk. 2010. *Analisis Daya Saing Kluster Industri Minyak dan Gas Bumi di Jawa Timur dengan Pendekatan Dinamika Sistem*. Jurnal Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Surabaya.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi : Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga. Jakarta.
- Lestari, EP. 2010. *Penguatan Ekonomi Industri Kecil dan Menengah Melalui Platfrom Kluster Industri*. Jurnal Universitas Terbuka. Jakarta.
- Nurchahyo, R, dkk. 2011. *Perancangan Strategi Pengembangan Industri di Kabupaten Tangerang Berbasis Kompetensi Inti*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 10 No. 3, hal. 252-263 Universitas Indonesia. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2008 *Mengenai Peta Panduan (Road Map) Pengembangan Kluster Industri Prioritas Tahun 2009-2014*. Departemen Perindustrian. Kemenperin Republik Indonesia.
- Porter, M.E. 1985. *The Competitive Advantage “Creating And Sustaining Superior Performance”*, The Free Press. New York.
- Porter, M.E. 1998. *The Competitive Advantage of Nation*, The Free Press. New York.
- Rahmana, A, dkk. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 13 No. 1 hal. 14-21 Universitas Widyatama. Bandung.
- Soetrisno, N. 2009. *Pengembangan Kluster IKM/UKM di Indonesia “Pengalaman dan Prospek”*. Makalah. Disampaikan Dalam Seminar-Workshop Pengembangan Kluster UMKM. Surakarta.
- Toti, S. 2006. *Analisis Mekanisme Proses Terbentuknya Kluster Industri Kecil*. *Jurnal Universitas Andalas*. Padang, Sumatera Selatan.
- Untari, R. 2005. *Pola Pertumbuhan Kluster Industri Kecil Indonesia*. Disertasi Institut Teknologi Bandung. Bandung.