

# ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UKM KAMIR DI KAMPUNG ARAB, KABUPATEN PEMALANG

Avi Puspita Desifrida, Bulan Prabawani

Email: [avipuspita22@gmail.com](mailto:avipuspita22@gmail.com)

## **Abstract:**

*Problem occurs in this research is because the stagnancy development of UKM Kamir in Arab Resident of Pemalang Regency. Because of less-trained profesionality and enterprenurship inside global competition, the Kamir entrepreneur need training about assets, human resource, technology and marketing. This research is made to explain: 1) asset's view of development, 2) human resource's view of development, 3) technology's view of development and 4) marketing's view of development. Using qualitative approaching with sentralized case study to Kamir entrepreneur in Arab Resident, using 6 (six) resource person by purposive sampling method. Researcher inner is coming in to deep questions and answers section with resource person to expound and explain about business development strategy of Kamir. The result is showing the average of assets development is on 11,67 (good). The average score of human resource is on 9,25 (average). Development from the technology used is sbout 11,00 (average). Kamir's business development from marketing view is showed in 10,00 (average).*

**Keywords:** *Strategy, Development, Business, Kamir, Pemalang*

**Abstrak:** Permasalahan dalam penelitian ini dikarenakan perkembangan UKM Kamir di Kampung Arab Kabupaten Pemalang yang stagnan. Hal tersebut disebabkan kurang terlatihnya sikap profesionalitas dan enterpreneur di tengah kondisi persaingan global dewasa ini, sehingga para pengusaha kue kamir dinilai membutuhkan pelatihan tentang permodalan, sumber daya manusia, teknologi yang digunakan dan aspek pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: 1) pengembangan dilihat dari modal yang digunakan; 2) pengembangan dilihat dari sumber daya manusia; 3) pengembangan dilihat dari teknologi yang digunakan dan 4) pengembangan dilihat dari pemasaran. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang terpusat pada pengusaha Kamir di Kampung Arab, narasumber sebanyak 6 (enam) orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen dalam diri peneliti dituangkan dalam bentuk tanya jawab mendalam dengan narasumber untuk menguraikan dan menjelaskan strategi pengembangan usaha Kamir. Temuan penelitian yang diperoleh memperlihatkan rata-rata skor indeks perkembangan modal usaha sebesar 11,67 (baik). Dari aspek sumber daya manusia rata-rata skor indeks perkembangan sumber daya manusia sebesar 9,25 (sedang). Pengembangan dilihat dari aspek teknologi yang digunakan memperlihatkan rata-rata skor indeks perkembangan teknologi yang digunakan sebesar 11,00 (sedang). Pengembangan usaha Kamir dilihat dari aspek pemasaran memperlihatkan rata-rata skor indeks perkembangan pemasaran sebesar 10,00 (sedang).

**Kata kunci:** *Strategi, Pengembangan, Usaha, Kamir, Pemalang.*

## Pendahuluan

Di Kabupaten Pemalang terdapat banyak industri kecil yang bermunculan dan kini berkembang menjadi lebih besar, baik secara kualitas maupun kuantitas. Industri kecil yang berjalan lebih banyak memanfaatkan potensi asli yang ada di Pemalang dan sekitarnya. Pilihan utama tentang industri yang akan dijalankan dan produk yang dipasarkan menjadi sesuatu yang harus diprioritaskan karena industri akan berkembang karena kesuksesan pemasaran produk yang dihasilkan, sehingga suatu usaha harus melihat kondisi dan kebutuhan sekitar untuk mengetahui peluang apa yang harus dipenuhi untuk kebutuhan pasar.

Unit Usaha Mikro mengalami kenaikan presentase sebesar 14,1% atau 1.495 unit pada tahun 2018 bila dibandingkan dengan tahun 2017. Sedangkan unit Usaha Kecil mengalami kenaikan sejumlah 3.098 unit atau sebesar 73,13%. Namun tidak ada Unit Usaha Menengah di Kabupaten Pemalang sejak tahun 2017 hingga tahun 2018. Hal ini sangat mempengaruhi presentase kenaikan jumlah Unit Usaha sektor Koperasi dan UMKM di Kabupaten Pemalang menjadi hanya 30,9% saja untuk unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah secara keseluruhan.

Kabupaten Pemalang terdapat di daerah pantai utara Jawa (Pantura), yaitu di antara Kota Pekalongan dan Kota Tegal. Letaknya yang berada di antara dua kota besar di Jawa Tengah menjadikan Pemalang sebagai destinasi wisata yang berpotensi menarik konsumen dengan berbagai potensi wisata yang ada. Salah satu wisata yang berpotensi menarik konsumen adalah wisata kuliner. Kuliner khas Pemalang yang sudah banyak dikenal diantaranya Soto Grombyang, Sate Loso, Lontong Ndekem dan Sop Iwak Manyung. Adapun jajanan khas Pemalang di antaranya ada Apem Comal, Ogel Ogel dan Kamir.

Semakin berjalannya kemajuan jaman, semakin banyak pula pecinta kuliner yang berkeliling Indonesia untuk mencicipi makanan khas dari setiap daerah. Begitu pula dengan Kabupaten Pemalang yang menjadi salah satu destinasi kuliner itu sendiri dengan banyaknya kuliner khas, terutamanya Kamir.

Kabupaten Pemalang sendiri memiliki satu daerah atau kampung yang keberadaannya cukup dikenal seluruh masyarakat yaitu Kampung Arab di Kelurahan Mulyoharjo Kecamatan Pemalang. Sesuai dengan namanya, kampung ini memang dihuni warga keturunan Arab. Di Kampung Arab inilah terdapat jumlah pengrajin kamir yang cukup besar bahkan sebagian besar usaha kamir di Kabupaten Pemalang berada di wilayah ini.

**Tabel 1**

**Pembagian Lokasi Usaha Kamir di Kampung Arab Menurut RW**

No	RW	Jumlah
1	RW 06	1 Usaha
2	RW 19	10 Usaha
3	RW 20	1 Usaha
4	RW 21	3 Usaha
Jumlah		15 Usaha

*Sumber: Dinas Koperasi UMKM Perindag Kabupaten Pemalang, 2018*

Dari data yang diperoleh dari Dinas Koperasi Kabupaten Pemalang sebelumnya diketahui bahwa ada 19.453 unit UMKM di Kabupaten Pemalang pada tahun 2018. Di tahun yang sama pula terdapat 2.200 unit UMKM di Kecamatan Pemalang. Untuk di Kelurahan Mulyoharjo sendiri terdapat 186 unit UMKM yang 15 unit di antaranya merupakan UMKM Kamir.

Keberadaannya yang cenderung berkumpul di Kampung Arab sebenarnya sudah menjadi daya tarik untuk UMKM Kamir itu sendiri. Namun karena semakin bertambahnya pengetahuan, banyak pula pengusaha Kamir yang tidak berlokasi di Kampung Arab dan para pengusaha inilah yang lebih banyak memperluas pasar dan memperkenalkan Kamir ke luar Pemalang.

Pengusaha Kamir di Kampung Arab sebenarnya juga mampu melakukan hal yang sama, namun kebanyakan dari mereka merasa acuh terhadap pentingnya mengembangkan usaha. Ada yang merasa sudah puas hanya dengan berjualan di rumah saja, ada pula yang beralasan karena tidak mau resep pembuatan Kamir yang diwariskan secara turun temurun diketahui orang banyak, ada pula yang sebenarnya ingin mengembangkan usahanya namun tidak dapat melakukannya karena takut rugi dan tidak tahu langkah-langkahnya.

Dari hasil survey pendahuluan yang sudah dilakukan bahkan didapati bahwa selain narasumber pertama, ketiga narasumber lainnya termasuk para pengusaha Kamir yang masih berada dalam unit usaha mikro yang sangat memerlukan panduan dalam memasarkan produknya. Mereka mengakui bahwa usahanya tidak bisa berkembang, cenderung berjalan di tempat (stagnan).

Para pengusaha Kamir yang masih melakukan produksi skala rumahan merasa kalah bersaing dengan merek Kamir yang sudah banyak dikenal. Beberapa bahkan berani secara gamblang menyatakan 'yang besar tambah besar, yang kecil tidak bisa besar'.

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memotivasi para penjual Kamir, terutamanya yang berdomisili di Kampung Arab, untuk dapat mengembangkan produknya dengan menggunakan strategi pengembangan usaha yang tepat. Namun sebenarnya selain untuk para penjual Kamir, strategi pengembangan usaha ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan jenis unit usaha yang lainnya. Mulai dari Unit usaha Mikro, Kecil, hingga Unit usaha Menengah.

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

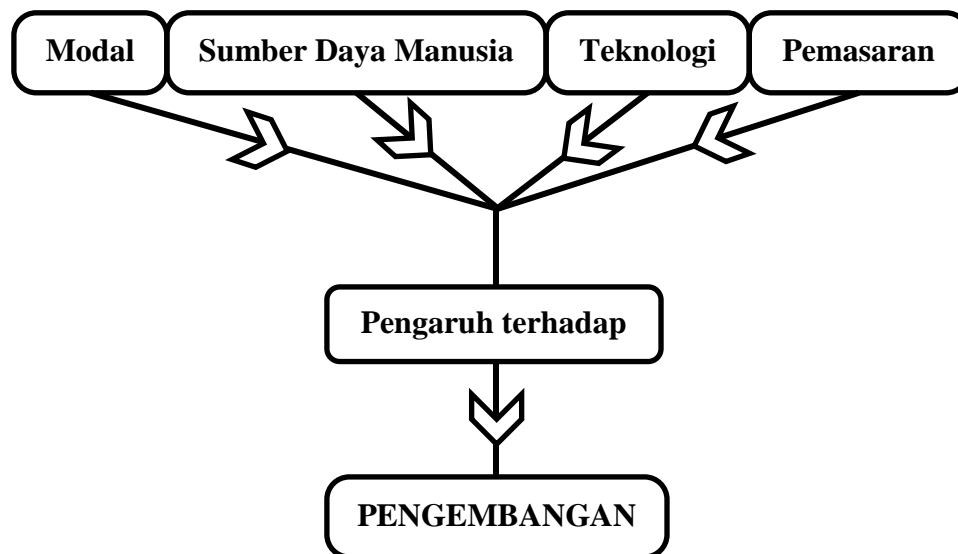
- 1) Bagaimana pengembangan usaha kamir dilihat dari modal yang digunakan?
- 2) Bagaimana pengembangan usaha kamir dilihat dari SDM (Sumber DayaManusia)?
- 3) Bagaimana pengembangan usaha kamir dilihat dari teknologi yang digunakan?
- 4) Bagaimana pengembangan usaha kamir dilihat dari pemasaran?

Beberapa langkah yang perlu dilakukan UKM dalam merumuskan strategi yaitu:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal yang mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancamanyang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- 4) Menentukan tujuan dan target terukur,mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi

Perumusan strategi dimulai dengan evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi daya saing perusahaan. Analisis SWOT mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, jurnal, profesi, pemasok, rekan di perusahaan lain, konsultan atau pertemuan asosiasi.

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threath*). Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunity* dan *threat*), Keuntungan dari analisis SWOT adalah menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk merangsang strategi baru. Oleh karena itu perencanaan yang berdasarkan pada sumber daya dan kompetensi dapat memperkaya analisis SWOT dengan mengembangkan perspektif internal (Dyson, 2004).



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu dengan menggunakan teknik studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena penelitian menekankan pada upaya investigasi untuk mengkaji secara natural (alamiah) fenomena yang tengah terjadi dalam keseluruhan kompleksitasnya (Sastradipoera, 2005). Sedangkan desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian (Sanusi, 2011). Dalam penelitian ini peneliti berusaha memahami dan menganalisis pengembangan UKM serta sejauh mana kelayakan bisnis UKM Kamir dalam menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk membantu proses penelitian ini maka kriteria pemilihan narasumber dengan pertimbangan tertentu yang memiliki pengetahuan mengenai informasi yang dibutuhkan yaitu narasumber 1 selaku pemilik usaha sebanyak 5 UKM Kamir di Kelurahan Mulyoharjo Kabupaten Pematang. Sumber data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari narasumber melalui wawancara mendalam.

## Pembahasan

### Perkembangan Modal Usaha

Modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang diitunjukkan dengan pos modal (modal saham), surplus dan laba ditahan atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya. Aspek modal akan dilihat dari indikator: 1) peningkatan modal, 2) kemudahan dalam mendapatkan suntikan modal tambahan dan 3) perkembangan aset usaha.

**Tabel 2**

**Tanggapan Informan terhadap Perkembangan Modal Usaha**

<i>No</i>	<i>Perkembangan modal usaha</i>	<i>Naik (3)</i>	<i>Sama saja (2)</i>	<i>Turun (1)</i>	<i>Indeks</i>	<b>Kategori</b>
1	Peningkatan modal	5	0	0	15	Baik
2	Kemudahan mendapatkan kredit	2	2	1	11	Sedang
3	Perkembangan aset usaha	1	2	2	9	Sedang
Rata-rata		2,67	1,33	1,00	11,67	Baik

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2018.*

Dari tabel 2 menunjukkan rata-rata skor “naik” untuk peningkatan modal informan sebesar 2,67, rata-rata skor “sama saja” sebesar 1,33 dan rata-rata skor “turun” sebesar 1,00. Dari uraian tabel tersebut secara umum dapat dikatakan bahwa perkembangan modal usaha informan tergolong meningkat. Hal ini terbukti karena rata-rata skor “naik” (2,67) lebih tinggi dari rata-rata skor “turun” yang sebesar 1,00, sehingga secara umum dapat dikatakan bahwa pengusaha Kamir di Kampung Arab telah mengalami peningkatan modal usaha yang cukup berarti, walaupun masih memerlukan pembinaan dan pembenahan pada beberapa aspek kedepannya.

Dari tabel 2 diperlihatkan pula bahwa rata-rata untuk indeks perkembangan modal usaha sebesar 11,67 (baik). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator modal usaha yaitu sebesar 15 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan aset usaha yaitu sebesar 9 (sedang).

### Perkembangan Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia sebagai salah satu unsur pokok dan utama dalam organisasi dapat diartikan sebagai manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi (disebut personil, tenaga kerja, pekerja/karyawan). Dikatakan utama atau pokok dalam organisasi karena peran dan keberadaan sumber daya manusia merupakan sentral bagi peningkatan kinerja suatu organisasi, karena setinggi apapun teknologi yang digunakan apabila sumber daya manusia yang dilibatkan tidak *capable* maka pencapaian kinerja optimal hanya angan-angan semata. Aspek sumber daya manusia dapat dilihat dari indikator: 1) peningkatan jumlah tenaga kerja; 2) peningkatan ketrampilan pekerja; 3) peningkatan pengetahuan pekerja dan 4) peningkatan disiplin kerja.

**Tabel 3****Tanggapan Informan terhadap Perkembangan Sumber Daya Manusia**

<i>No</i>	<i>Perkembangan SDM</i>	<i>Naik (3)</i>	<i>Sama saja (2)</i>	<i>Turun (1)</i>	<i>Indeks</i>	<b>Kategori</b>
1	Jumlah tenaga kerja	3	2	0	13	Baik
2	Ketrampilan pekerja	0	3	2	8	Buruk
3	Pengetahuan pekerja	1	2	2	9	Sedang
4	Disiplin kerja	0	2	3	7	Buruk
	Rata-rata	1,00	2,25	1,75	9,25	Sedang

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2018.*

Tabel 3 memperlihatkan bahwa rata-rata skor “naik” untuk perkembangan sumber daya manusia sebesar 1,00, rata-rata skor “sama saja” sebesar 2,25 dan rata-rata skor “turun” sebesar 1,75. Dari uraian tabel tersebut secara umum dapat dikatakan bahwa perkembangan sumber daya manusia dari informan tergolong menurun. Hal ini terbukti karena rata-rata skor “naik” (1,00) lebih rendah dari rata-rata skor “turun” yang sebesar 1,75, sehingga secara umum dapat dikatakan bahwa pengusaha Kamir di Kampung Arab telah mengalami penurunan perkembangan sumber daya manusia yang cukup berarti, walaupun untuk acara atau hari tertentu jumlah sumber daya manusia yang dilibatkan dalam produksi jauh meningkat.

Dari tabel 3 diperlihatkan pula bahwa rata-rata untuk indeks perkembangan sumber daya manusia sebesar 9,25 (sedang). Adapun rata-rata tertinggi adalah pada indikator sumber daya manusia yaitu sebesar 13 (baik) dan yang terendah adalah indikator perkembangan disiplin kerja, yaitu sebesar 7 (buruk).

**Perkembangan Teknologi yang Digunakan**

Teknologi adalah cara atau metode serta proses atau produk yang dihasilkan dari penerapan dan pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan dan peningkatan mutu kehidupan manusia. Aspek teknologi dapat dilihat dari indikator: 1) peningkatan jumlah alat yang digunakan; 2) kemudahan dalam mengoperasikan teknologi; 3) penghematan waktu terkait masuk teknologi baru dan 4) peluang terjadinya peningkatan volume produksi.

**Tabel 4****Tanggapan Informan terhadap Perkembangan Teknologi**

<i>No</i>	<i>Perkembangan Teknologi</i>	<i>Naik (3)</i>	<i>Sama saja (2)</i>	<i>Turun (1)</i>	<i>Indeks</i>	<b>Kategori</b>
1	Jumlah alat yang digunakan	3	1	1	12	Baik
2	Kemudahan operasionalisasi	4	1	0	14	Baik
3	Penghematan waktu	1	2	2	9	Sedang
4	Peluang peningkatan volume produksi	1	2	2	9	Sedang
	Rata-rata	2,25	1,50	1,25	11,00	Sedang

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2018.*

Tabel 4 memperlihatkan bahwa rata-rata skor “naik” untuk perkembangan teknologi yang digunakan sebesar 2,25, rata-rata skor “sama saja” sebesar 1,50 dan rata-rata skor “turun” sebesar 1,25. Dari uraian tabel tersebut secara umum dapat dikatakan bahwa perkembangan teknologi yang digunakan dari informan tergolong meningkat. Hal ini terbukti karena rata-rata skor “naik” (2,25) lebih tinggi dari rata-rata skor “turun” yang sebesar 1,25, sehingga secara umum dapat dikatakan bahwa pengusaha Kamir di Kampung Arab telah mengalami peningkatan perkembangan teknologi yang digunakan secara cukup berarti, sehingga ke depannya saat memasuki Hari Lebaran, Natal maupun hari-hari libur nasional lainnya diharapkan mampu meningkatkan volume produksi secara optimal.

Tabel 4 memperlihatkan pula bahwa rata-rata untuk indeks perkembangan teknologi yang digunakan sebesar 11,00 (sedang). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator kemudahan operasionalisasi yaitu sebesar 14 (baik) dan skor indeks terendah adalah indikator perkembangan penghematan waktu dan indikator peluang peningkatan volume produksi dengan masing-masing sebesar 9 (sedang).

## Pemasaran

Pemasaran merupakan bekerja dengan pasar untuk menciptakan pertukaran dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Peranan pemasaran adalah upaya membuka pasar yang semaksimal mungkin dalam rangka memberikan peluang volume produksi yang dihasilkan suatu manajemen dapat diserap di pasar yang dimaksud. Semakin luas cakupan pemasaran akan semakin kondusif pasar bagi peningkatan volume produksi. Aspek pemasaran dilihat dari indikator: 1) peningkatan volume penjualan; 2) tingkat pemahaman terhadap kebutuhan konsumen; 3) cakupan pasar dan 4) peningkatan penggunaan media pemasaran.

**Tabel 5**

### Tanggapan Informan terhadap Perkembangan Pemasaran

No	Perkembangan Pemasaran	Naik (3)	Sama saja (2)	Turun (1)	Indeks	Kategori
1	Volume penjualan	2	2	1	11	Sedang
2	Pemahaman terhadap kebutuhan konsumen	3	1	1	12	Baik
3	Cakupan pasar	1	2	2	9	Sedang
4	Penggunaan media pemasaran	1	1	3	8	Buruk
	Rata-rata	1,75	1,50	1,75	10,00	Sedang

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2018.

Dari tabel 5 terlihat bahwa rata-rata skor “naik” untuk perkembangan pemasaran sebesar 1,75, rata-rata skor “sama saja” sebesar 1,50 dan rata-rata skor “turun” sebesar 1,75. Dari uraian tabel tersebut secara umum dapat dikatakan bahwa perkembangan pemasaran dari informan tergolong sedang. Hal ini terbukti karena rata-rata skor “naik” sama dengan skor rata-rata skor “turun” (1,75) sehingga secara umum dapat dikatakan bahwa pengusaha Kamir di Kampung Arab mengalami stagnasi pemasaran dalam pengertian metode dan media pemasaran yang digunakan masih berkisar media pemasaran konvensional yang tidak melibatkan media *mainstream* (media massa, internet dan media sosial).

Dari tabel 5 diperlihatkan bahwa rata-rata untuk indeks perkembangan pemasaran sebesar 10,00 (sedang). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah indikator pemahaman terhadap kebutuhan konsumen yaitu sebesar 12 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan penggunaan media pemasaran sebesar 8 (buruk).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran sebagai berikut:

## **Kesimpulan**

Pengembangan usaha Kamir dilihat dari aspek modal usaha memperlihatkan rata-rata sebesar 11,67 (baik). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator modal usaha yaitu sebesar 15 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan aset usaha yaitu sebesar 9 (sedang).

Pengembangan usaha Kamir dilihat dari aspek sumber daya manusia memiliki rata-rata sebesar 9,25 (sedang). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator sumber daya manusia yaitu sebesar 13 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan disiplin kerja yaitu sebesar 7 (buruk).

Pengembangan usaha Kamir dilihat dari aspek teknologi yang digunakan memperlihatkan rata-rata sebesar 11,00 (sedang). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator kemudahan operasionalisasi yaitu sebesar 14 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan penghematan waktu dan indikator peluang peningkatan volume produksi dengan masing-masing sebesar 9 (sedang).

Pengembangan usaha bisnis kue kamir dilihat dari aspek pemasaran memperlihatkan rata-rata sebesar 10,00 (sedang). Adapun rata-rata indeks tertinggi adalah pada indikator pemahaman terhadap kebutuhan konsumen yaitu sebesar 12 (baik) dan indeks terendah adalah indikator perkembangan penggunaan media pemasaran sebesar 8 (buruk).

## **Saran**

### 1) Bagi Pengusaha Kamir

Nilai indeks SDM, teknologi dan pemasaran yang memiliki kriteria sedang dengan nilai 9,25; 11 dan 10 dimana nilai indeks modal sudah termasuk baik dengan nilai 11,67 sehingga nilai perkembangan secara keseluruhan menjadi 10,50 saja atau termasuk kriteria sedang.

Temuan penelitian ini memperlihatkan hasil perhitungan Three Box Method bahwa perkembangan UKM Kamir di Kampung Arab sudah terjadi namun masih belum sempurna. Para pengusaha diharapkan lebih mengutamakan pengembangan SDM, teknologi dan pemasaran untuk kedepannya supaya perkembangan usaha UKM Kamir di Kampung Arab ini menjadi perkembangan yang sempurna

### 2) Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain yang tertarik melakukan kajian studi mengenai pengembangan usaha bisnis dapat mencoba melakukan pendekatan dan metode yang berbeda selain pengembangan usaha bisnis berdasarkan teori yang berbeda pula, maupun dengan mencoba melakukan metode kuantitatif. Diharapkan dengan dilakukannya studi lanjutan (*development research*), baik dari pendekatan atau metode yang berlainan, maka permasalahan mengenai pengembangan usaha bisnis akan memperoleh solusi yang komprehensif dan integral.



## **Daftar Pustaka**

Dyson, R.G. (2004) 'Strategic Development and SWOT analysis at the University of Warwick', *European Journal of Operational Research*.

Sanusi, A. (2011) *Metodologi Penelitian Bisnis, Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sastradipoera, K. (2005) *Mencari Makna Di Balik Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung: Kappa-Sigma.