

KAJIAN PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA KUPANG

STUDY OF ENHANCING COMPETITIVENESS OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE CITY OF KUPANG

Thomas Ola Langoday¹
Marius Masri Sadipun²

Badan Penelitian Dan Pengembangan Kota Kupang
Jl. Timor Raya 124, Kel. Pasir Panjang - Kota Kupang
Email : balitbangkotakupang@gmail.com

Abstraksi

Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan, karena terbukti dapat bertahan, dan menjadi roda penggerak ekonomi terutama pasca krisis ekonomi. Tujuan dilakukan kajian peningkatan daya saing UMKM di Kota Kupang adalah; 1) Mengidentifikasi profil Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), 2) Mengidentifikasi Rantai nilai produk UMKM, 3) Menganalisis keuntungan privat dan keuntungan social produk UMKM, 4) Menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif produk UMKM, 5) Mengidentifikasikan kendala yang dihadapi UMKM, 6). Membuat model, strategi dan tindakan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Kupang, diperlukan pengembangan UMKM dengan model klaster, melalui program pro input, pro proses, dan pro output, dengan tahapan sebagai berikut : a). Pengembangan SDM; bantuan teknis, pemberdayaan kelompok dan pendampingan; b). Program klaster hulu-hilir; pengolahan, kemasan dan pengolahan limbah; c). Faktor penunjang; akses pemasaran, akses pembiayaan dan sarana pendukung. Program klaster dapat diterapkan komitmen dan kerjasama antara Dinas atau stakeholder terkait.

Kata Kunci: Rantai Nilai, Keunggulan Komperatif dan Kompetitif UMKM

Abstract

The existence of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) simply cannot be doubted, because it proved able to survive and become a cog economy, especially after the economic crisis. The purpose of the study of improving the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises in Kota Kupang are: 1). Identify the profile of Micro, Small and Medium Enterprises, 2). Identify the product value chain of Micro, Small and Medium Enterprises, 3). Analyzing the advantages of private and social benefits of products of Micro, Small and Medium Enterprises, 4). Analyzing the comparative and competitive advantages of products of Micro, Small and Medium Enterprises, 5). Identifying constraints faced by Micro, Small and Medium Enterprises, 6). Creating models, strategies and actions to improve the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises.

To improve the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises in Kota Kupang, required the development of Micro, Small and Medium Enterprises with cluster models; through the program input pro, pro process, and

pro output; with the following stages: a). Human resource development; technical assistance, empowerment groups, and advocacy, b).Upstream-downstream cluster program; processing, packaging and waste treatment; c).Supporting factors; access to markets, access to financing and supporting facilities. Cluster program can be applied to the commitment and cooperation between the Agency and the relevant stakeholders.

Keywords: Value Chain, Comparative Advantage, and Competitive Advantage.

A. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan ekonomi global, perlu memperkuat fundamental ekonomi Kota Kupang melalui peningkatan daya saing UMKM.

Permasalahan yang perlu, dicarikan solusi pemecahan dalam kegiatan kajian ini adalah sebagai berikut; 1). Bagaimana profil Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kupang ? 2). Bagaimana Rantai nilai produk olahan/industri UMKM di Kota Kupang ? 3). Bagaimana keuntungan privat dan keuntungan sosial produk olahan/industri UMKM di Kota Kupang ? 4). Bagaimana daya saing atau keunggulan komparatif dan kompetitif produk olahan/industri UMKM di Kota Kupang ? 5). Apa sajakah kendala yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan produk olahan/industri di Kota Kupang ? 6). Bagaimana strategi dan tindakan untuk meningkatkan daya saing produk olahan/industri UMKM di Kota Kupang ?

Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Definisi UMKM adalah sebagaimana disebutkan dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil usaha hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- c) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang memiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - d) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - e) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 2) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha

Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Konsep Daya Saing

Teori Porter tentang daya saing nasional berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparative tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat(<http://zetzu.blogspot.com/2010/10/teori-porter.html>).

Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing / competitive advantage (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perusahaan memperoleh CA karena tekanan dan tantangan. Perusahaan menerima manfaat dari adanya persaingan di pasar domestik, supplier domestik yang agresif, serta pasar lokal yang memiliki permintaan tinggi. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya memberi kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan.

Suatu perusahaan menjadi kompetitif melalui inovasi yang dapat meliputi peningkatan teknis proses produksi atau kualitas produk. Selanjutnya Porter mengajukan Diamond Model (DM) yang terdiri dari empat determinan (faktor – faktor yang menentukan) National Competitive Advantage (NCA). Empat atribut ini adalah: factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, dan firm strategy, structure, and rivalry.

- 1) Factor conditions mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber daya alam, modal dan infrastruktur. Argumen Porter, kunci utama faktor produksi adalah “diciptakan” bukan diperoleh dari warisan. Lebih jauh, kelangkaan sumber daya (factor disadvantage) seringkali membantu negara menjadi kompetitif. Terlalu banyak (sumber daya) memiliki kemungkinan disia-siakan, ketika langka dapat mendorong inovasi.
- 2) Demand conditions, mengacu pada tersedianya pasar domestik yang siap berperan menjadi elemen penting dalam menghasilkan daya saing. Pasar seperti ini ditandai dengan kemampuan untuk menjual produk-produk superior, hal ini didorong oleh adanya permintaan barang dan jasa berkualitas serta adanya kedekatan hubungan antara perusahaan dan pelanggan.
- 3) Related and Supporting Industries, mengacu pada tersedianya serangkaian dan adanya keterkaitan kuat antara industri pendukung dan perusahaan, hubungan dan dukungan ini bersifat positif yang berujung pada peningkatan daya saing perusahaan. Porter mengembangkan model dari faktor kondisi semacam ini dengan industrial clusters atau agglomeration, yang memberi manfaat adanya potential technology knowledge spillover, kedekatan dengan konsumen sehingga semakin meningkatkan market power.

4) Firm strategy, Structure and Rivalry, mengacu pada strategi dan struktur yang ada pada sebagian besar perusahaan dan intensitas persaingan pada industri tertentu. Faktor Strategi dapat terdiri dari setidaknya dua aspek: pasar modal dan pilihan karir individu. Pasar modal domestik mempengaruhi strategi perusahaan, sementara individu seringkali membuat keputusan karir berdasarkan peluang dan prestise. Suatu negara akan memiliki daya saing pada suatu industri di mana personel kuncinya dianggap prestisius. Struktur mengikuti strategi. Struktur dibangun guna menjalankan strategi. Intensitas persaingan (rivalry) yang tinggi mendorong inovasi.

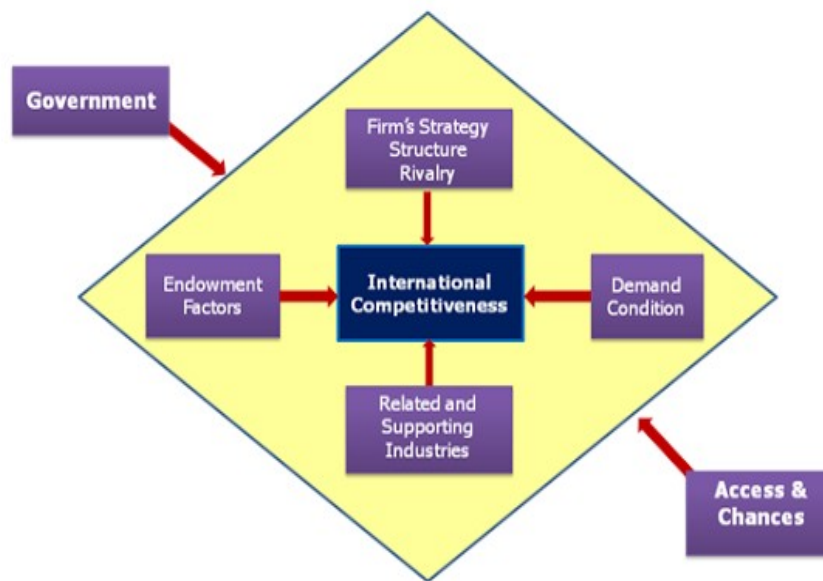
Porter juga menambahkan faktor lain: peran pemerintah dan chance, yang dikatakan memiliki peran penting dalam menciptakan NCA. Peran dimaksud, bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitas, katalis, dan tantangan bagi industri. Pemerintah menganjurkan dan mendorong industri agar mencapai level daya saing tertentu. Hal – hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan factor conditions, serta menegakkan standar industri.

Poin utama dari Diamond Model, Porter mengemukakan model penciptaan daya saing yang self-reinforcing, di mana persaingan domestik menstimulasi tumbuhnya industri dan secara bersamaan membentuk konsumen yang maju (sophisticated) yang selalu menghendaki peningkatan dan inovasi. Lebih jauh DM juga mempromosikan industrial cluster. Kontribusi Porter menjelaskan hubungan antara firm-industry-country, serta bagaimana hubungan ini dapat mendukung negara dan sebaliknya.

Menurut Porter jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang ketat perusahaan harus memiliki prinsip bisnis, Harga yang tinggi, Produk dengan biaya yang rendah, dan bukan kedua - duanya. Berdasarkan prinsip tersebut, maka Porter Menyatakan ada tiga Strategi Generik yaitu: Differentiation, Overall Cost Leadership dan Fokus. Menurut Porter strategi perusahaan untuk bersaing dalam suatu industri dapat berbeda - beda dan dalam berbagai dimensi, Porter mengemukakan tiga belas dimensi yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam bersaing, yaitu: Spesialisasi, Identifikasi Merk, Dorongan Versus Tarikan, Seleksi Saluran, Mutu Produk, Kepeloporan Teknologis, Integrasi Vertikal, Posisi Biaya, Layanan, Kebijakan Harga, Leverage, Hubungan dengan Perusahaan Induk, Hubungan dengan Pemerintah.

Selain itu, jauh sebelum Porter adalah teori Adam Smith tentang keunggulan absolute. Adam Smith mengajukan teori perdagangan internasional yang dikenal dengan teori keunggulan absolut. Ia berpendapat bahwa jika suatu negara menghendaki adanya persaingan, perdagangan bebas dan spesialisasi di dalam negeri, maka hal yang sama juga dikehendaki dalam hubungan antar bangsa. Oleh Karena hal itu ia mengusulkan bahwa sebaiknya semua negara lebih baik berspesialisasi dalam komoditi-komoditi di mana ia mempunyai keunggulan yang absolut dan mengimpor saja komoditi-komoditi lainnya. (<http://indaharitonang-fakultaspertanianunpad.blogspot.com/2013/06/teori-daya-saing-keunggulan-komperatif.html>). Sumber yang sama juga menyebutkan bahwa Comparative Advantage yang dikemukakan oleh JS Mill dan David Ricardo menyatakan bahwa suatu Negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki comparative advantage terbesar dan mengimpor

barang yang dimiliki *comparative advantage* (suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos yang besar). Teori ini menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut. Teori Porter tentang daya saing berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparatif tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat. Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Porter menawarkan Diamond Model sebagai *tool of analysis* sekaligus kerangka dalam membangun resep memperkuat daya saing.



Gambar 1. Diamond Model Porter

Dalam perjalanan waktu, diamond model-nya Porter tak urung menuai kritik dari berbagai kalangan. Pada kenyataannya, ada beberapa aspek yang tidak termasuk dalam persamaan Porter ini, salah satunya adalah bahwa model diamond dibangun dari studi kasus di sepuluh negara maju, sehingga tidak terlalu tepat jika digunakan untuk menganalisis negara – negara sedang membangun. Selain itu, meningkatnya kompleksitas akibat globalisasi, serta perubahan sistem perekonomian mengikuti perubahan rezim politik, menjadikan Model Diamond Porter hanya layak sebagai pioner dan acuan pertama dalam kanvas studi membangun daya saing negara, adalah Dung Sung Cho dengan model Daya Saing Internasional menjelaskan bahwa model Berlian Porter kurang bisa menerangkan beberapa industri yang ada di Korea Selatan. Dung Cho menjelaskan bahwa kita membutuhkan model yang bisa menjelaskan pada kita semua, bukan berapa sumberdaya yang dimiliki sebuah Negara tetapi siapa yang bisa menciptakan sumberdaya dan kapan seharusnya setiap sumberdaya itu diciptakan.



Gambar 2. Model Faktor Dong Sung Cho

Konsep Rantai Nilai

Rantai nilai (*Value Chain*) diartikan suatu kumpulan kegiatan pelaku pasar guna menggerakkan barang dan jasa dari awal pengembangannya hingga sampai kepada konsumen akhir; keterkaitan kelembagaan yang menghubungkan dan mengkoordinasikan para produsen, pengolah, pedagang dan distributor dari suatu produk dan jasa; dapat pula merujuk pada sebuah produk akhir atau suatu layanan (misal, tenun ikat, keripik pisang, marning jagung dan abon ikan untuk pasar ekspor). Alat analisis untuk meningkatkan daya saing komoditas unggulan di suatu daerah, yang dilakukan secara:

- Partisipatif* - melibatkan para pelaku yang terkait dalam penciptaan nilai suatu komoditas sejak dari input hingga tahap konsumsi;
- Menyeluruh* – melihat seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari input hingga ke konsumsi akhir;
- Fokus pada penciptaan solusi-solusi berkelanjutan* untuk hambatan-hambatan utama di sepanjang rantai nilai.

Manfaat analisis rantai nilai :

- 1) Mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai sebuah komoditas, terkait dengan:
 - Kegiatan kunci dan para pelaku utama rantai nilai.
 - Hambatan dan peluang yang dihadapi para pelaku utama dalam menciptakan nilai tambah
 - *Lembaga dan pihak-pihak pendukung* pengembangan komoditas
 - *Alternatif sumber daya* yang potensial guna mendukung penciptaan efisiensi bagi pelaku usaha yang terlibat dalam rantai nilai suatu komoditas.
- 2) Untuk input dan acuan mendesain program/kegiatan intervensi sebagai solusi bagi pengembangan/penguatan rantai nilai suatu komoditas. Memberikan masukan kepada pemerintah bagi pembuatan kebijakan dan dukungan bagi penciptaan iklim usaha yang kondusif.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (statistik deskriptif) dan didukung oleh analisis kualitatif, dengan teknik analisis data menggunakan metode *Policy Analysis Matrix* (PAM).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukan bawah; 1) Profil pelaku usaha UMKM tenun ikat, marning jagung, abon ikan, dan keripik pisang berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, masuk dalam skala usaha mikro karena hasil penjualan kurang dari Rp. 300.000.000,00 Pertahun. 2) Rantai Nilai pelaku utama, usaha tenun ikat, marning jaung, abon ikan, dan keripik pisang terdapat permasalahan dari kegiatan utama yakni : input-input spesifik, produksi, perdagangan/distribusi, processing industri, dan pasar. Pendukung kegiatan UMKM belum optimal melakukan kebijakan yang pro input, proses, dan output. 3) Hasil perhitungan keuntungan privat dan sosial dicapai oleh pelaku usaha tenun ikat, marning jagung, dan abon ikan, sedangkan pelaku usaha keripik pisang mengalami kerugian privat dan sosial. 4) Ditinjau dari segi finansial dan sosial, pelaku usaha yang mempunyai keunggulan kompetitif dan komparatif, adalah tenun ikat, marning jangung, dan abon ikan sehingga memiliki daya saing dan layak untuk dikembangkan, sedangkan keripik pisang belum memenuhi ketentuan sehingga belum layak dikembangkan. 5). Kendala/hambatan yang dihadapi UMKM adalah : rendahnya akses pemasaran, keterbatasan SDM trampil, minimnya modal, kurangnya ketersediaan bahan baku, rendahnya kualitas kemasan dan sulitnya proses perijinan.

D. KESIMPULAN

Untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Kupang, maka Dinas Koperasi dan UKM Kota Kupang perlu membuat PERDA pengembangan UMKM, dengan model klaster melalui program pro input, pro proses, dan pro output, melalui tahapan sebagai berikut; a). Pengembangan SDM; bantuan teknis,

pemberdayaan kelompok dan pendampingan; b). Program klaster hulu-hilir; pengolahan, kemasan dan pengolahan limbah; c). Faktor penunjang; akses pemasaran, akses pembiayaan dan sarana pendukung. Program klaster dapat diterapkan dengan kerjasama stakeholder sebagai berikut : a). Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Pertanian, Perternakan, Perkebunan dan Kehutanan, dan Dinas Kelautan dan Perikanan, memberikan bantuan pengembangan sumber daya manusia melalui bantuan teknik pelatihan, pemberdayaan (pembukuan keuangan usaha) dan pendampingan melekat. Pembinaan dan pendampingan program klaster dari hulu-hilir melalui input bahan baku, proses pengolahan, diversifikasi produk, kemasan dan lain-lain; faktor penunjang; pemasaran promosi, koperasi UMKM, modal kerja dan bantuan sarana pendukung. Pembangunan rumah kemasan, agar pelaku usaha mendapatkan kemasan dengan harga murah dan terjangkau, b). Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi, memberikan bantuan teknik hulu-hilir, terkait proses pengolahan produk, diversifikasi produk, kemasan, dan pengolahan limbah, untuk pelaku usaha UMKM, c). Dinas Pertanian, Perternakan, Perkebunan dan Kehutanan, Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Koperasi dan UKM, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan menjalin kerjasama dalam hal penyediaan bahan baku (Jagung dan Ikan) dengan daerah sentra produksi serta memfasilitasi bantuan sarana pengolahan produk UMKM, d). Pemerintah Kota Kupang, menerapkan kebijakan terkait dengan pemanfaatan *benefid* produk tenun ikat, marning jagung, abon ikan, dan keripik pisang sebagai kebanggaan daerah, selain peraturan pemakaian produk tenun ikat bagi PNS pada hari tertentu, juga pada event-event nasional dan internasional. Disamping itu Pemerintah Kota perlu menyiapkan tempat khusus bagi UMKM di pusat-pusat perbelanjaan seperti mall, hotel, dan restoran, e). Dekranasda Kota Kupang, selanjutnya bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Kupang mempromosikan dan menginformasikan lokasi produk usaha UMKM, dengan melengkapi *guide* dan informasi latar belakang produk, e). Dinas Perindustrian dan Perdagangan memberikan bantuan pengembangan sumber daya manusia melalui bantuan teknik pelatihan, dan kebijakan perijinan untuk mendukung proses link UMKM ke perbankan terhadap akses kredit KKPE dan KUR. Bantuan pendanaan kepada MUI-NTT, untuk melakukan proses pemberian label halal produk UMKM di Kota Kupang, f). Dinas Kesehatan, Badan POM, dan MUI memberikan bantuan pengembangan SDM melalui kebijakan bersama dalam memberikan kemudahan untuk memperoleh Sertifikat Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SP-PIRT) dan label halal, agar terciptanya keluasaan akses pemasaran dan peningkatan mutu serta daya saing produk UMKM, g). Perbankan, (BRI, BUKOPIN, Bank Mandiri dan Bank lainnya), JAMKRIDA NTT, memberikan kemudahan proses untuk memperoleh Kredit Ketahanan Pangan dan Energi (KKPE) dan KUR bagi pelaku UMKM, dengan penjamin ASKRIDA NTT, dan h). Kementerian Pertanian, BAPPENAS, Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Perikanan dan Kelautan, memberikan bantuan subsidi bunga kredit KK-PE secara khusus untuk pelaku UMKM, serta membiayai program khusus pengembangan pelaku usaha UMKM.

Daftar Pustaka

- Chairul Muslim, Tjetjep Nurasa. 2011. Daya Saing Komoditas Promosi Ekspor Manggis. System Pemasaran dan Pemantapannya di dalam Negeri. Jurnal agro ekonomi. Volume 29. N0. 1. Mei 2011. 87-111.
- Daryanto. A. Posisi Daya Saing Pertanian Indonesia dan Upaya Peningkatannya. http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/Pros_MU_1_2010.pdf
- Dinas Koperasi, UMKM Kota Kupang. 2014. Buku Profil Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Kupang.
- Hadi U. P dan Sudi Mardianto. Analisis Daya Saing Produk Ekspor Pertanian Antar Negara Asean dalam Era Perdagangan Bebas Afta. Jurnal Agro Ekonomi, volume 22 No. 1, Mei 2004: 46-73.
- Krisna Setiawan, Slamet Hartono, Any Suryantini. 2014. Analisis Daya Saing Komoditas Kelapa di Kabupaten Kupang. AGRITECH, Vol. 34, No. 1, Februari 2014 hal. 88-92.
- Monke, Erick A. dan Scott R. Pearson. 1995. The Policy Analysis Matrix for Agricultural Development. Cornell University Press, Ithaca and London.
- Ola, Thomas. 2013. Menciptakan Daya Saing Sumber Daya Manusia dan Produk Indonesia di Pasar Global. Tabloit Inspirasi Jakarta. Vol 3, No. 60, 10 Januari 2013.
- Pearson., S. Carl Gotsch and Sjaiful Bahri, 2004. Applications of the Policy Analysis Matrix in Indonesian Agriculture. Penerbit Yayasan Obor. Indonesia. Jakarta.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah.
- Porter, M.E., 1998. The Competitive Advantage of Nations. London. Mcmilan.
- Riyanti Isaskar, Salyo Sutrisno, Dinik Putri D. 2010. Studi Keunggulan Komparatif Usahatani Tebu (Compatarive Advantage Study of Sugar Cane Farming). AGRISE Volume X No. 2 Bulan Mei 2010 ISSN: 1412 – 1425 (hl. 129-138).
- Saptana. 2010. Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing dan Strategi Pembangunan Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Volume 28. No. 1. Juli 2010. 1-18.
- Teori Daya Saing, Keunggulan Komparatif, Keunggulan Kompetitif dan Nilai Tambah. <http://indaharitonangfakultaspertanianunpad.blogspot.com/2013/06/teori-daya-saing-keunggulan-komperatif.html>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.
- Yush Indonesiaku Kaya, Pemerintahnya Gaya. <http://coretanyush.wordpress.com/tag/penghasil-pala-terbesar/> 2 januari 2013.
- Zamroni. Daya Saing Ekspor Komoditas Pertanian. <https://www.google.com> <http://indaharitonangfakultaspertanianunpad.blogspot.com/2013/06/teori-daya-saing-keunggulan-komperatif.html>.