

**MODEL PENGEMBANGAN KOMPETENSI PEMASARAN PRODUK RAJUT DALAM  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING UKM RAJUT BINONGJATI  
KOTA BANDUNG**

**Yayan Mulyana, Yanti Purwanti**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan

Email : [yamul70@yahoo.com](mailto:yamul70@yahoo.com)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan

Email : [yantipurwanti56@yahoo.co.id](mailto:yantipurwanti56@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*Usaha Kecil dan Menengah (SMEs) has contributed an important and substantial role in providing employment and income for the people of Indonesia. Therefore, empowerment and sustainable development needs to be done so that SMEs are not only growing in number but are also growing in quality and competitiveness of its products. SME knitting center, Binongjati, which is located in Batununggal district of Bandung city, is one of the potentially sectors of industrial and trade in Bandung which has many beneficial effects of sustaining local communities. However, there are some problems and obstacles encountered, according to the results of the research on Products Development Strategy which is based on the OVOP in the industrial and trade sector of Bandung city (2008), SME Biongjati knitting center: has not yet been able to bring the hallmark or speciality of its knitted products, sales are still generally made in the local scope, products are quality-oriented to the middle and lower segments, the raw materials that are not easy to obtain, the marketing is uncomprehensively done, products which are mostly still based on orders, creativity and innovation are tend to be given by the buyer, and also the goods that are depend on the existing trend. The objective goal that is meant to be achieved in this research is to Generate Competence Model of the Knitting Product Marketing in order to improvise the knitting SME Competitive Advantage of Binongjati in Bandung. The specific targets of this research include the existence of the manual book on Knitting SME Marketing Competency Model of Binongjati, enhancing the efforts through the marketing aspects and increasing the competitive advantage of the products, as well as recommendations on the policies that are relevant to the encountered problems. The method which is used to achieve the goal in this study is the experimental method (pre test and post test) by means of surveys, FGD (Focus Group Discussion), entrepreneurial and marketing training. It is through this research we can acknowledge the improvement and development of the Binongjati Knitting business from the aspects of entrepreneurship, marketing, and increased competitive advantage through the Competency Model of Marketing in improving the competitive advantage of the products itself, in order to have a good competitiveness of local, national, and global, and to be able to follow the progress of the changing market. Besides, the spirit of entrepreneurship among the Binongjati Knitting SME may continue to rise.*

**Keywords:** *Competence marketing, competitive advantage*

mendapatkan materi dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, dan terbukti usaha ini masih tetap bertahan sampai saat sekarang.

Berawal dari ide seorang kepala rumah tangga yang sulit mendapatkan pekerjaan layak yang mencukupi kebutuhan perekonomian keluarga. Dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki mengantarkannya pada bidang usaha seni pahat ini. Dalam menjalankan usahanya kedua perajin tersebut tidak terlepas dari berbagai macam hambatan terutama dalam memasarkan produk. Persaingan dengan pengusaha-pengusaha lain bahkan hambatan dalam rangka pencarian bahan baku yang didatangkan dari Jawa Tengah.

Berdasarkan analisis kondisi eksisting dari aspek – aspek bisnis kedua mitra, maka dapat teridentifikasi persoalan – persoalan yang dihadapi oleh kedua mitra, sebagai berikut :

1. Persoalan bahan baku ; fluktuatifnya harga bahan baku, bahan baku yang sulit diperoleh/dibeli.
2. Persoalan produksi ; kapasitas produksi yang terbatas pada peralatan dan perlengkapan produksi.
3. Persoalan produk ; terbatasnya produk dalam hal jenis, corak, motif, dan desain.
4. Persoalan manajemen : belum memiliki laporan keuangan (neraca, L/R dan Laporan arus kas), pola manajemen sederhana, belum ada pemisahan keuangan perusahaan dan pribadi. Visi, misi dan strategi usaha belum ada, belum adanya pembagian kerja/struktur organisasi.
5. Persoalan pemasaran ; kurangnya informasi dalam memasarkan produk, kesiapan membeli, potensi pasar (STP), belum melaksanakan promosi melalui media cetak/elektronik, media online (IT/Web), terbatas mengikuti expo/pameran.
6. Persoalan pegawai ; terbatasnya kompetensi, skill dalam pemanfaatan dan penggunaan peralatan dan perlengkapan proses produksi, belum ada pedoman kerja (SOP).
7. Persoalan fasilitas ; terbatasnya ruangan proses produksi, showroom dan administrasi, belum memiliki fasilitas IT (Web/Online).
8. Persoalan finansial/permodalan ; kendala jaminan untuk mengajukan kredit, belum memiliki laporan keuangan, kebutuhan investasi modal untuk penambahan kapasitas, peralatan dan perlengkapan proses produksi.

Berdasarkan justifikasi permasalahan – permasalahan prioritas pada kedua mitra sebagai berikut :

1. Keterbatasan kapasitas jumlah peralatan dalam proses produksi khususnya Mesin bubut.
2. Pengadaan Bahan baku (kayu mahoni maupun lembaran kulit domba) yang masih didatangkan dari luar Bandung
3. Keterbatasan Skill / kompetensi Pegawai dalam pemanfaatan dan penggunaan peralatan dan perlengkapan Proses Produksi
4. Jenis Produk terbatas baik produk utama maupun produk dari limbah berupa : jenis, Desain produk, pelukisan, corak (motif)
5. Tidak memiliki dan tidak memahami penyusunan Laporan Keuangan (Neraca, Laba/Rugi dan Arus Kas) untuk pengajuan kredit baik ke bank maupun ke bantuan CRS atau Bina Lingkungan dari BUMN
6. Keterbatasan Expo (Pameran Produk) untuk mendapatkan konsumen / pasar baru.

### **Gambar. 1: Produk Bahan Dasar Pada Kedua Mitra**



**Kayu Mahoni**



**Lembaran Kulit Domba**

### **Kajian Literature**

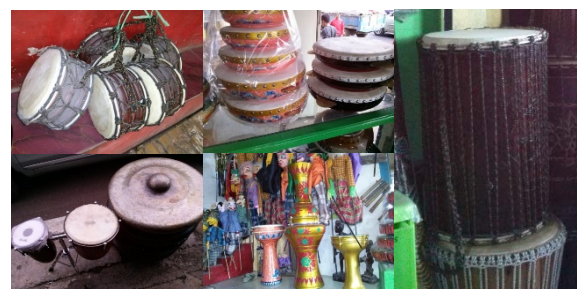
**Marawis** adalah salah satu jenis "band tepuk" dengan perkusi sebagai alat musik utamanya. Musik ini merupakan kolaborasi antara kesenian Timur Tengah dan Betawi, dan memiliki unsur keagamaan yang kental. Itu tercermin dari berbagai lirik lagu yang dibawakan yang merupakan pujian dan kecintaan kepada Sang Pencipta. Secara historis, Kesenian marawis berasal dari negara timur tengah terutama dari Yaman. Nama marawis diambil dari nama salah satu alat musik yang dipergunakan dalam kesenian ini. Kesenian ini hampir identik dengan dengan kesenian Islami karena setiap Syair yang dibawakan mengandung puji-pujian kepada Rasulullah beserta keluarga, para Wali dan Permohonan doa kepada Allah SWT. Kesenian ini sering kali dimainkan pada saat perayaan keagamaan tertentu, yaitu perayaan perkawinan, Maulid nabi saw, Khitanan, dan sebagainya.

Secara keseluruhan, musik ini menggunakan hajir (gendang besar) berdiameter 45 Cm dengan tinggi 60-70 Cm, marawis (gendang kecil) berdiameter 20 Cm dengan tinggi 19 Cm, dumbuk atau (jimbe) (sejenis gendang yang berbentuk seperti dandang, memiliki diameter yang berbeda pada kedua sisinya), serta dua potong kayu bulat berdiameter sepuluh sentimeter. Kadang kala perkusi dilengkapi dengan tamborin atau krecek [Symbal] yang berdiameter kecil. Lagu-lagu yang berirama gambus atau padang pasir dinyanyikan sambil diiringi jenis pukulan

tertentu. Dalam Katalog Pekan Musik Daerah, Dinas Kebudayaan DKI, 1997, terdapat tiga jenis pukulan atau nada, yaitu zapin, sarah, dan zahefah. Pukulan zapin mengiringi lagu-lagu gembira pada saat pentas di panggung, seperti lagu berbalas pantun. Nada zapin adalah nada yang sering digunakan untuk mengiringi lagu-lagu pujian kepada Nabi Muhammad SAW (shalawat). Tempo nada zafin lebih lambat dan tidak terlalu menghentak, sehingga banyak juga digunakan dalam mengiringi lagu-lagu Melayu. Pukulan sarah dipakai untuk mengarak pengantin. Sedangkan zahefah mengiringi lagu di majlis. Kedua nada itu lebih banyak digunakan untuk irama yang menghentak dan membangkitkan semangat. Dalam marawis juga dikenal istilah ngepang yang artinya berbalasan memukul dan mengangkat. Selain mengiringi acara hajatan seperti sunatan dan pesta perkawinan, marawis juga kerap dipentaskan dalam acara-acara seni-budaya Islam.

Musik ini dimainkan oleh minimal sembilan atau sepuluh orang. Setiap orang memainkan satu buah alat sambil bernyanyi. Terkadang, untuk membangkitkan semangat, beberapa orang dari kelompok tersebut bergerak sesuai dengan irama lagu. Semua pemainnya pria, dengan busana gamis dan celana panjang, serta berpeci. namun ada juga wanita. Uniknya, pemain marawis bersifat turun temurun. Sebagian besar masih dalam hubungan darah - kakek, cucu, dan keponakan. Sekarang hampir di setiap wilayah terdapat marawis.

**Gambar. 2 : Contoh Jenis Produk Utama yang Dihasilkan Kedua Mitra**



### Metode/Cara Pendekatan

Berdasarkan permasalahan prioritas yang akan ditangani, dan ditujukan untuk memenuhi pesanan, peningkatan penjualan produk dan pengembangan usaha kerajinan alat musik marawis pada kedua mitra. Maka pemilihan Ipteks bagi Kerajinan alat musik marawis pada kedua mitra ini, ditujukan untuk : penambahan Peralatan Produksi, penambahan Bahan Baku, Peningkatan Skill Proses Produksi, Pengembangan Produk, penyusunan Laporan Keuangan pokok, dan peningkatan Expo (Pameran produk). Adapun Metode pelaksanaan yang akan diterapkan pada kedua mitra. Sebagai berikut :

#### 1. Pelatihan/Training

Pelatihan atau *training* adalah merupakan suatu metode yang diberikan dalam rangka memberikan ilmu pengetahuan dan hal – hal tertentu, Metode pelatihan ini, dibagi menjadi tiga jenis pelatihan/training, sebagai berikut :

- a. Pelatihan / training Peningkatan Skill / kompetensi dalam pemanfaatan dan penggunaan peralatan dan perlengkapan Proses Produksi. pelatihan ini ditujukan agar pegawai pada kedua mitra memahami, jenis peralatan, perlengkapan, cara penggunaan dalam proses produksi. Dalam pelatihan ini diberikan gambaran mengenai cara – cara yang efektif dan efisien dalam penggunaan peralatan dan perlengkapan produksi.
- b. Pelatihan/training Pengembangan Produk berbahan dasar kayu mahoni dan kulit binatang, Pengembangan Produk baik produk utama maupun produk dari limbah, berupa : Desain produk: jenis, pelukisan, corak (motif Pengembangan Produk) pengembangan produk ini ditujukan agar pemilik atau pegawai dari kedua mitra memahami, dan mengetahui jenis – jenis produk yang kreatif dan inovatif sehingga akan diminati oleh calon konsumen . Dalam pelatihan ini diberikan gambaran mengenai cara – cara yang efektif dan efisien dalam pengembangan produk sesuai dengan tuntutan pasar.

- c. Pelatihan/training Menyusun Laporan Keuangan, baik Laporan Keuangan Neraca, Laporan Keuangan Rugi Laba maupun Laporan Keuangan Arus Kas. Penyusunan Laporan Keuangan ini ditujukan agar kedua mitra memahami, dan mengetahui tahapan, maksud dan tujuan, dan mengetahui jenis – jenis laporan keuangan pokok untuk di gunakan sebagai syarat untuk pengajuan kredit baik ke bank maupun non bank seperti program CSR / Bina Lingkungan BUMN.
- d. Pelatihan/training pemasaran melalui Web/IT/online, ditujukan agar kedua mitra memahami dan mengetahui tahapan, maksud, dan tujuan serta mengetahui cara memasarkan produk tersebut agar terjadi peningkatan penjualan produk.

#### 2. Bimbingan Teknis dan Pendampingan

Pendekatan ini bertujuan untuk menindaklanjuti hasil pelatihan yang bersifat teori dan kemudian diberikan Bimbingan Teknis dan pendampingan dengan aplikasi langsung di lapangan (tempat Kedua Mitra). Tim bertindak mengarahkan secara teknis dalam aplikasi dan mendampingi Mitra dalam bentuk :

- a. Bimbingan teknis dan Pendampingan dalam proses produksi (tahapan Proses Produksi yang efektif dan efisien dalam penggunaan peralatan dan perlengkapan produksi),
- b. Bimbingan Teknis dan Pendampingan pengembangan produk mulai dari persiapan, proses, baik (dalam desain, jenis, motif, corak pengecatan),
- c. Bimbingan Teknis dan Pendampingan penyusunan laporan keuangan, untuk penyusunan laporan keuangan Neraca mulai mengidentifikasi dan penyusunan jenis/Nilai aktiva (aktiva lancar dan aktiva tetap), Pasiva (jenis/Jumlah hutang dan Modal) sendiri, Laporan Laba Rugi ( Jumlah/ total penjualan, Harga Pokok Produksi (HPP), Biaya – biaya lainnya), dan Penyusunan Laporan Arus Kas (jenis Kas Keluar dan jenis Kas Masuk) dalam satu periode.

#### 3. Fasilitasi Usaha

Maksud dari metode fasilitasi usaha dimana tim memfasilitasi kedua mitra dalam mengatasi permasalahan prioritas, sebagai berikut :

a. Fasilitasi Peralatan Produksi tradisional / Manual yaitu mesin bobok dan seperangkat netbook, yang mana masing – masing Mitra mendapatkan 1 (satu) unit untuk proses produksi. Peralatan ini diberikan sebelum dilaksanakannya pelatihan tahapan proses produksi.

b. Fasilitasi Pembelian Bahan Baku untuk satu periode produksi pada kedua Mitra.

### **Hasil dan Pembahasan**

1. Pada dasarnya kedua mitra dapat menciptakan gagasan atau ide baru dan menemukan cara baru dalam menyikapi masalah dan memanfaatkan peluang usaha. Hal ini terlihat salah satunya pada kegiatan pelatihan Manajemen pembukuan dan keuangan di lokasi UKM setiap trainer memberikan pertanyaan kepada kedua mitra selalu menemukan cara-cara tersendiri di dalam pengelolaan usahanya (kreativitas).

2. Kedua mitra mampu mengidentifikasi, menetapkan gagasan atau ide produk baik dalam warna, ukuran, bahan. Motif, corak, serta dapat memecahkan secara kreatif terhadap berbagai masalah dalam memanfaatkan peluang usaha, walaupun dalam hal ini salah satu mitra (mitra 1) untuk mendesain marawis terkadang di berikan kepada pihak lain terlebih dahulu sebelum masuk kepada proses finishing

3. Kedua mitra telah mampu menerapkan dalam proses produksi berbagai ide kreatif dan inovatif baik warna, ukuran, desain, pola sesuai dengan tuntutan pasar, serta permintaan klien (baik Individu, Sekolah Sekolah/Perguruan Tinggi maupun lembaga/instansi),

4. Pada aspek pemasaran, pada dasarnya kedua mitra mampu menetapkan target pasar dan pangsa pasar. Salah satu mitra berkeinginan/mampu menetapkan Pangsa pasar yang dituju selain di kota Bandung juga di luar Bandung seperti Bogor, Sumedang, Sukabumi,

Garut dan lain-lain.. Hal tersebut juga dilakukan kedua mitra sebagai salah satu strategi pemasaran produknya. Produk Marawis yang dilakukan kedua mitra tetap merupakan produk dari keturunan usaha keluarga dan akan tetap merupakan salah satu sentra yang khas dari kota Bandung. Sementara itu, kedua mitra dalam rangka memasarkan produk, sangat menghindari adanya keikutsertaan dalam pameran karena berkaitan dengan waktu, biaya maupun tenaga, yang dilakukan adalah dengan cara selain membuka showroom juga menggunakan agen untuk luar kota, berikutnya pemasaran dengan sistem order/pesanan serta pemasaran online sudah dilaksanakan oleh salah satu mitra sementara mitra lainnya awalnya masih terkendala terutama dalam penyediaan fasilitas net book nya, setelah adanya program dari Dikti ini Mitra 1 mendapatkan bantuan fasilitas yang dimaksud.

5. Kedua mitra mampu mengetahui jumlah dan memahami permintaan serta jenis persaingan, walaupun dalam realitasnya terkadang permintaan berdasarkan pesanan karena tidak adanya perjanjian terjadi pembatalan pesanan. Untuk persaingan akan ditemukan banyak pengrajin Marawis (alat musik Islami) di Kota Bandung terutama daerah Babakan Peuntas Cipacing, tetapi kedua mitra menyakini walau dengan keberadaan pesaing sejenis tidak menjadikan ancaman tetapi menjadi mitra untuk kegiatan usaha ke depannya. Demikian pula kedua mitra mampu dalam menetapkan target penjualan, walaupun masih ada yang tidak tercapai dari setiap periodenya. Untuk harga jual kedua mitra menetapkan secara harga pasar yang berlaku, tetapi untuk mitra 2 apabila memesan produk dalam jumlah yang sedikit, maka harga relative lebih mahal, karena ciri khas mitra ini adalah menggunakan bahan baku berupa kulit domba dengan kualitas bagus.

6. Untuk stock bahan baku kayu mahoni, kedua mitra sudah melakukan dimana persediaan bahan baku cukup, walaupun kadang-kadang terjadi pengiriman bahan baku yg tertunda karena didatangkan dari luar Bandung seperti Solo dan Semarang.. Kemudian penyediaan bahan pembantu berupa kulit domba yang masih

harus didatangkan dari Garut. Tempat produksi yang ada cukup, walaupun masih ada yang perlu dibenahi, karena produk yang dihasilkan bukan hanya Marawis saja. Kapasitas produksi bahan dasar alat musik marawis saat ini yang dihasilkan dalam satu tahun atau dalam dua belas bulan memproduksi sekitar 240 set/ unit atau dalam rata – rata per hari memproduksi 5 set/unit. Hal ini disebabkan karena terbatasnya peralatan produksi pada kedua mitra. hal tersebut dilakukan agar terjaga stabilitas usaha yang kontinu dalam kuantitas dan kualitas. Didalam penggunaan teknologi maupun peralatan masih harus terus ditingkatkan, walaupun sudah tersedia alat pendukung usaha seperti mesin bubut dan lain-lain tetapi peralatan tersebut sudah mulai usang/tua dan masih manual. Teknologi yang ada saat ini pun ditingkatkan untuk upgrade sistem yang mengarah kepada proses pembuatan marawis. Produk sisa berupa limbah produk ada yang menampung, untuk limbah kulit domba dibuat menjadi Dorokdok. Hal ini menjadi tambahan pendapatan bagi kedua mitra.

7. Kedua mitra belum menetapkan dan menerapkan struktur organisasi, hal ini dapat dilihat dari aktivitas usaha yang dilakukan pemilik sekaligus yang memasarkan, kemudian keluarga (istri) yang melaksanakan pencatatan keuangan. Antara tugas dan wewenang tidak ada pemisahan sama sekali.

8. kedua mitra tidak melakukan perencanaan usaha, contoh dimana ketika ada dana mereka akan memprioritaskan pembelian bahan baku kain kayu mahoni dan kulit domba, artinya kedua mitra berupaya selalu menstock bahan baku tetapi tidak diimbangi dengan rutinitas usaha secara intens lagi, karena kegiatan di mitra 1 dan 2 tidak hanya memproduksi alat marawis saja tetapi juga alat kesenian lainnya seperti kendang, angklung, degung, goong, dan lain-lain. Jadi kegiatan produksi dilakukan dengan cara bergantian untuk produk yang dihasilkannya.

9. Kedua mitra tidak melakukan perijinan usaha dengan alasan harus mengeluarkan kembali biaya, dan juga waktu pengurusannya yang

dimiliki pemilik usaha sedikit, karena harus memantau proses produksi secara langsung serta menangani pekerjaan lain, tetapi dengan adanya kebijakan baru yang dikeluarkan oleh Pemerintah berkaitan dengan perijinan usaha yang dibebaskan pembiayaannya, pihak pelaksana IbM selalu menyarankan kepada kedua mitra agar mempercepat perijinan usahanya.

10. Penetapan jumlah pegawai yang ada saat sekarang tidak ada penambahan maupun pengurangan. Pegawai yang tetap sebanyak 2 (dua) orang. apabila ada pemesanan/order dalam jumlah banyak ditambah lagi pegawai lepas dari sekitar tempat usaha/mitra. Kedua mitra selaku pemilik berusaha memberikan motivasi kepada pegawai dan selalu menanamkan bahwa dalam aktivitas usaha harus selalu tertanam jiwa kewirausahaan melalui kreativitas dan inovasi, karena tanpa hal tersebut usaha mampu menciptakan beragam produk dari desain, corak, warna, dan lainnya sekaligus untuk survive usaha dan mempunyai ciri khas diantara pesaing sejenis. Selanjutnya gaji yang diberikan kepada pegawai sudah berupaya mengikuti UMR yang ditetapkan Kota Bandung dan juga memberikan bonus di moment tertentu, hal ini supaya pegawai merasa diperhatikan dalam penyediaan secara materi dan juga non materi.

11. Salah satu mitra sudah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan rapi dalam hal ini pencatatan pemasukan dan keuangan saja (bukti transaksi/bon), artinya belum mengikuti mekanisme pencatatan keuangan secara lebih lengkap, misalkan tidak membuat buku besar, jurnal, neraca, laporan rugi laba dan lain-lain, sementara mitra 2 lainnya tidak melakukan pencatatan keuangan, masih ditulis di buku biasa, itu pun yang tercatat hanya yang diingatnya saja, padahal di proses pencatatan sekecil apapun jumlah/nilai transaksi harus dicatat dalam pembukuan. Urusan permodalan kedua mitra masih mengandalkan dari modal sendiri dan juga pinjaman dari keluarga, hal ini menunjukkan belum ada keberanian pemilik untuk meminjam ke Bank karena memang terkendala belum mempunyai ijin usaha sebagai salah satu syaratnya. Investasi yang ada saat ini

selain kendaraan roda dua juga tempat kegiatan proses produksi yang disatukan dengan tempat memajang/showroom produk.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, dapat diberikan saran bagi kemajuan pengrajin alat music marawis sebagai berikut :

- 1.Peningkatan kreativitas dan inovasi kedua mitra.
- 2.Peningkatan dalam hal memasarkan produk melalui web.IT/Online bagi kedua mitra.
- 3.Peningkatan sssstock bahan baku dari luar Bandung.
- 4.Pembenahan tata letak untuk kegiatan produksi dan showroom.
- 5.Peningkatan peralatan produksi yang menndukung.
- 6.Tersedianya pegawai yang menangani pencatatan keuangan dan pembukuan.
- 7.Tersedianya skedul pembuatan produk.
- 8.Pengurusan ijin usaha.Penambahan pegawai yang mempunyai skill di bidang pembuatan produk.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih disampaikan kepada yang terhormat :

1. Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Ditjen Penguatan Riset dan Pengembangan Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti).
2. Rektorat Universitas Pasundan Bandung
3. Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pasundan Bandung.
4. Dekanat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan
5. Ketua & Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) FISIP Universitas Pasundan Bandung.
6. Pimpinan Prodi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pasundan Bandung.
7. Pelaksana Program Pengabdian Kepada Masyarakat di Lingkungan Universitas Pasundan Bandung.

### **Daftar Pustaka**

- Astamoen.MP. 2005.Entrepreneurship Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia. Edisi 1. Alfabeta.
- Erlangga.H, Mulyana.Y. 2015. Strategi Peningkatan Kualitas Produksi Industri Fashion di Kota Bandung. *Wirausaha*. Volume 10.Nomor 1. 910-915.
- Erlangga.H. 2010. Spirit Kewirausahaan Pada Perguruan Tinggi. Edisi 1. Universitas Pasundan Press.
- Kasmir.2013.Kewirausahaan. Edisi 8.PT Rajagrafindo Persada.
- Manurung, AH. 2007. Wirausaha Bisnis UKM. Edisi 7. PT Kompas Media Nusantara.
- Manurung, AH. 2008. Modal untuk Bisnis UKM. Edisi 2. PT Kompas Media Nusantara.
- Rangkuti.F. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif. Edisi 1. PT Gramedia Pustaka Utama.
- <http://id.Wikipedia.org/wiki/Marawis>. Diakses tanggal 28 Oktober 2015.

- a. Penyediaan tempat khusus bagi memasarkan produk-produk rajut Binongjati oleh Pemerinta