

ANALISIS STRATEGI BISNIS GALLERY BABY SHOP DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS MODERN

M. Chothibul Umam Assa'ady^{1*}, L. Jatmiko Jati², Susilo Talidobel³, Baiq Nadia Nirwana⁴, Stevany Hanalya Dethan⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Department of Management, Faculty of Economics and Business, University Bumigora

E-Mail:

¹m.chothibul@universitasbumigora.ac.id

²jatmiko@universitasbumigora.ac.id

³susilo@universitasbumigora.ac.id

⁴nadia@universitasbumigora.ac.id

⁵eva@universitasbumigora.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan untuk menggali secara mendalam strategi bisnis yang dilakukan oleh Gallery Baby Shop Lombok terkait kualitas pelayanan dan strategi yang diterapkan manajer dalam menjamin kegiatan pemasaran produk yang ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pemilihan subjek penelitian dengan teknik purposive sampling yaitu dengan owner dan manajer Gallery Baby Shop Lombok. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan focus group discussion. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan strategi pelayanan dan strategi bisnis untuk meningkatkan omset yang dilakukan Gallery Baby Shop Lombok. Hal ini dapat dibuktikan dengan tanggapan owner dan manajer Gallery Baby Shop Lombok terkait strategi bisnis yang akan dilakukan ditahun 2023

ARTICLE INFO

Keywords:

Strategi Bisnis; Gallery Baby Shop; Strategi Pelayanan

Article History

Submitted:

17-03-2024

Accepted:

25-04-2024

Published:

30-04-2024

Corresponding Author:

M. Chothibul Umam Assa'ady,

m.chothibul@universitasbumigora.ac.id

1. INTRODUCTION

Gallery Baby Shop Lombok dibentuk pada tahun 2022 oleh Wendy Sanjaya selaku owner-nya. Pada awal pembukaannya Gallery Baby Shop mampu menarik perhatian masyarakat Lombok maupun wisatawan asing. Pada awal pembukaannya tercatat lebih dari 50 – 100 pengunjung yang datang perharinya. Sebelum opening pun Gallery Baby Shop sempat menggandeng selebgram lokal untuk memperkenalkan Gallery Baby Shop sebelum dibuka. Pada saat hari opening Gallery Baby Shop Lombok juga memberikan discount-discount kepada customers yang datang dihari opening tersebut.

Terdapat beberapa kendala yang terjadi pada saat awal pembukaan Gallery Baby Shop Lombok. Kendala yang menjadi sorotan utama yaitu mencari supplier yang tepat agar barang yang

<https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>

dipasarkan lengkap. Menurut owner dari Gallery Baby Shop pada awal pembukaan Gallery yang paling menjadi tantangan yaitu mencari supplier yang sesuai dengan dana perusahaan agar tidak keluar dari perkiraan awal. Supplier yang tepat dilakukan agar barang yang dipasarkan di Gallery sesuai dengan budget yang dimiliki para orangtua untuk si buah hati.

Selain kendala dalam pencarian supplier, Gallery Baby Shop juga mengalami kendala dalam masalah popularitas, karena popularitas pada awal pembukaan Gallery masih kurang, dan banyak masyarakat yang masih melirik berbelanja di kompetitor Gallery dibandingkan berbelanja di Gallery, karena hal itulah persaingan dalam hal konsumen masih terasa hingga sekarang yang membuat Gallery harus terus melakukan promosi memperkenalkan Gallery agar target yang dicecar terus menerus meluas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi merupakan upaya seseorang ataupun organisasi dalam memanfaatkan seni, kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran melalui cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai target atau keuntungan. Sehingga definisi strategi bisnis dapat diartikan sebagai Tindakan atau aksi yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Strategi Bisnis memiliki peran yang penting bagi perusahaan karena dapat memberi arah jangka panjang yang akan dituju perusahaan. Dapat membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi. Serta membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif karena sudah memiliki strategi atau persiapan sebelumnya. Sebelum menyusun sebuah strategi bisnis, alangkah baiknya untuk memperhatikan terlebih dahulu komponen-komponen yang ada. Berikut beberapa komponen strategi bisnis yang dikutip dari Redaksi OCBC NISP (2021):

a. Visi dan Misi Perusahaan

Dengan membuat visi dan misi, Anda dapat lebih terarah dalam mencapai target bisnis. Visi dan misi dalam strategi bisnis adalah dasar kebijakan dari bisnis Anda dalam menyusun tugas-tugas apa saja yang harus dikerjakan untuk mencapai tujuan. Dan juga siapa saja yang bertanggung jawab atas tugas tersebut.

b. Nilai Dasar (Core Value) Perusahaan

Tujuan dari Nilai dasar perusahaan pada strategi bisnis adalah untuk mengkoordinasikan pemangku kepentingan serta departemen-departemen perusahaan. Hal tersebut terkait dengan apa saja yang wajib dan tidak boleh dilakukan.

c. Analisa SWOT

Strength, weakness, opportunity, dan threat atau disingkat SWOT adalah komponen strategi bisnis yang umumnya dilakukan perusahaan. Analisa SWOT dapat membantu perusahaan dalam menyadari kekuatannya dan memanfaatkannya sebagai peluang menguntungkan. Hal itu juga dapat membantu perusahaan dalam memahami setiap kekurangan dan ancaman.

d. Metode Strategi Bisnis

Metode atau taktik dalam strategi bisnis adalah memaparkan rangkaian aktivitas operasional bisnis secara rinci seperti tempo melakukan pekerjaan harus dilakukan semaksimal mungkin. Pekerja yang bertanggung jawab atas hal ini, wajib memahami apa yang harus dikerjakan, dan memanfaatkan waktu serta tenaga dengan efisien.

e. Rencana Pembagian Sumber Daya

Selanjutnya, strategi bisnis adalah dimana Anda dapat mencari, menemukan, serta membagikan sumber daya tersebut untuk menunjang pencapaian target serta tujuan bisnis. Dalam hal ini juga, Anda perlu menentukan siapa saja yang menerima sekaligus bertanggung jawab atas sumber daya tersebut.

f. Pengukuran

Komponen terakhir, strategi bisnis juga meliputi pengukuran kuantitas dan kualitas output perusahaan serta mengevaluasi kinerjanya terkait dengan target yang dituju sesaat sebelum melaksanakan strategi bisnis.

3. METHOD

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin dalam (Cresswell, 1998), yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat dilakukan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan pada Toko Gallery Baby Shop Lombok di Jalan Langko. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Desember 2022 hingga Januari 2023.

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bisnis yang dijalankan oleh Toko Gallery Baby Shop Lombok. Alasan memilih objek adalah sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana keputusan dalam menjalankan bisnis serta bagaimana sistem pengendalian manajemen di dalam toko.

Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Sejalan dengan definisi tersebut, Moeliono (1993) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai orang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitiannya adalah owner dan manager dari Toko Gallery Baby Shop Lombok yang kami wawancarai secara langsung ke toko. Informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Wendy Sanjaya selaku owner dan Maya Fransisca Lala selaku general manager toko.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data terkait permasalahan penelitian. Prosedur ini sangat penting agar data yang didapatkan dalam penelitian berupa data yang valid, sehingga menghasilkan kesimpulan yang juga valid. Sesuai dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

a. Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian atau lapangan untuk mengetahui secara langsung kondisi yang terjadi atau untuk membuktikan kebenaran dari sebuah penelitian. Kegiatan observasi ini menjadi salah satu dari teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, yang direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (reliabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).

Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan terhadap situasi sebenarnya yang wajar, tanpa dipersiapkan, dirubah atau bukan diadakan khusus untuk keperluan penelitian. Jenis observasi dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi yang dimana dilakukan dengan observer terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti. Observasi ini digunakan untuk mengetahui secara langsung bagaimana kondisi dan strategi bisnis yang dijalankan oleh Toko Gallery Baby Shop Lombok dan bagaimana sistem pengendalian manajemen di perusahaan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara menurut Nazir (1988), adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yakni saat melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisa data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Dalam melakukan proses ini diperlukan tiga alur proses yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data yang diperoleh akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan, seperti komputer, notebook, dan lain sebagainya.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2016), yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Langkah ketiga dalam analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak

ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini dilakukan dengan menanyakan dan menganalisis mengenai bisnis Toko Gallery Baby Shop Lombok melalui teknik wawancara dan observasi. Peneliti melakukan wawancara terhadap pihak pengelola, kemudian untuk mengecek kebenaran hasil wawancara, peneliti menggunakan observasi atau pengamatan dengan melihat langsung ke lokasi toko.

4. RESULT AND DISCUSSION

4.1 Hasil

a. Perencanaan Strategi

Manajer menganalisis situasi lingkungan bisnis dan persaingan dimasa depan. Setelah menganalisis, barulah manajer merancang strategi apa saja yang bisa digunakan untuk masuk ke dalam lingkungan dan persaingan bisnis tersebut. Perencanaan strategi yang dilakukan oleh Perusahaan Gallery Babyshop diawali dengan menentukan kelas-kelas target pasar yang ada, yang dimana disusun sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat tempat perusahaan didirikan. Setelah menetapkan target pasar, barulah Gallery Babyshop mulai menentukan strategi-strategi apa saja yang paling tepat untuk memajukan perusahaannya.

Proses menyusun strategi terkait program kerja perusahaan didasarkan pada informasi-informasi analisis yang dilakukan perusahaan sebelumnya, seperti dari segi pelayanan, harga yang ekonomis, letak perusahaan yang berada ditengah kota Mataram dan berbagai kemudahan untuk menjangkau produk perusahaan, yang dimana nantinya akan disesuaikan dengan pendapatan dan keseluruhan total biaya yang dikeluarkan perusahaan.

b. Penyusunan Anggaran

Gallery Babyshop menerapkan sistem anggaran menurut kondisi dan pengalaman masa lalu, serta forecasting yang dilakukan oleh manajer. Manajer juga mempertimbangkan penyusunan anggaran berdasarkan omset harian yang diperoleh (profit harian perusahaan) agar tidak terjadi pembengkakan pengeluaran, jumlah stock barang yang masuk dan keluar, serta biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan baik harian maupun bulanan. Untuk menghemat pengeluaran anggaran, Gallery Babyshop juga menerapkan struktur organisasi unit bisnis, yang dimana beberapa bagian atau divisi karyawan mengerjakan atau merangkap jobdesk dari divisi lainnya, namun karyawan tetap memiliki kinerja yang maksimal dikarenakan pekerjaan tambahan yang diberikan tidaklah terlalu berat atau terlalu berbeda jauh dari jobdesk awal mereka.

c. Pelaksanaan dan Anggaran

Manajer dari perusahaan Gallery Babyshop sudah menentukan beberapa strategi yang akan digunakan kedepannya dan menjalankan strategi yang sudah direncanakan sebelumnya dengan maksimal. Dalam tahap ini, manajer sudah mengontrol para karyawannya untuk menjalankan tugas sesuai dengan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Manajer sudah membagi menjadi beberapa bagian, seperti adanya admin purchasing, admin gudang, dan admin online shop. Tidak hanya itu, penerapan strategi yang disusun Gallery Babyshop juga sudah berjalan, seperti membuat e-marketplace untuk perusahaan, yang dimana hasilnya cukup mendongkrak penjualan perusahaan.

d. Evaluasi dan Proyeksi

Manajer Gallery Babyshop dalam pengevaluasian program dan divisi wajib mengetahui dan mendapat laporan mengenai apa saja kendala dan sejauh mana program dan strategi yang disusun sudah berjalan. Dalam perusahaan Gallery Babyshop, perusahaan sudah berhasil melakukan pelaksanaan strategi dengan cukup baik yang dilihat dari turnover barang dagangan

yang terlihat stabil dan dana kas perusahaan untuk operasional yang tidak bengkak. Namun, perusahaan tetap harus melihat apa saja kendala baik yang besar maupun kecil dalam pelaksanaan strategi yang sudah dijalankan. Manajer Gallery Babyshop melakukan pengevaluasian dengan melakukan pertemuan seperti meeting dengan karyawan-karyawan bawahannya, sehingga bisa mengetahui seluruh permasalahan/kendala dan langsung mencari solusi yang tepat.

e. Kinerja Manajer Penjualan

Manajer penjualan perusahaan Gallery Babyshop dalam meningkatkan penjualan menggunakan beberapa strategi pendekatan dengan bawahannya, seperti pemberian penghargaan atau rewards dan lainnya. Manajer penjualan bisa dikatakan memiliki kinerja yang baik, dikarenakan memiliki pemikiran yang tepat mengenai penentuan strategi penjualan sebelumnya. Namun, untuk tetap mempertahankan posisi yang ada dari para kompetitor, manajer penjualan juga dituntut untuk terus bisa memberikan inovasi dan informasi yang luas mengenai kompetitor serta keadaan ekonomi baik mikro maupun makro agar bisa terus mengeluarkan terobosan-terobosan dan memberikan hasil yang maksimal untuk perusahaan.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi strategi bisnis galeri infant shop dalam menghadapi daya saing bisnis kontemporer. Penyusunan anggaran untuk operasional yang akan digunakan oleh sistem pengendalian manajemen bisnis bertujuan untuk menginformasikan kinerja yang diproyeksikan untuk mencapai profitabilitas (Chandra, 2017). Proses penyusunan jadwal kerja perusahaan berdasarkan data analitis, seperti dari segi pelayanan, harga yang terjangkau, lokasi perusahaan, kelas target pasar saat ini, dan berbagai fasilitas untuk menjangkau produk perusahaan, merupakan langkah awal dalam menyusun strategi bisnis. Pengelola galeri babyshop juga memperhitungkan pembuatan anggaran berdasarkan pendapatan harian (laba harian perusahaan) untuk mencegah kenaikan biaya, jumlah persediaan barang masuk dan keluar, serta biaya operasional yang dikeluarkan oleh bisnis. baik harian maupun bulanan. Galeri babyshop juga menggunakan struktur organisasi unit.

Pengelola galeri babyshop telah melaksanakan evaluasi program dan divisi untuk mempelajari lebih lanjut tentang tantangan dan efektivitas program dan strategi yang dikembangkan. Perputaran barang dagangan yang stabil dan dana kas perusahaan untuk operasi, yang tidak digelembungkan, menunjukkan bahwa perusahaan Gallery Babyshop telah melakukan pekerjaan yang baik dalam menerapkan strategi tersebut. Karena kemampuan manajer penjualan untuk menentukan rencana penjualan sebelumnya dengan cara yang tidak dapat dibedakan dari strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan berbagai pendekatan strategis dengan bawahannya, dapat dikatakan bahwa kinerjanya baik.

5. CONCLUSION

Dengan menerapkan Sistem Pengendalian Manajemen secara efektif, Gallery Baby Shop telah menciptakan fondasi yang kokoh untuk keberhasilan bisnisnya. SPM tidak hanya membantu mengelola operasional harian, tetapi juga menjadi alat strategis untuk mencapai visi jangka panjang perusahaan dan menjaga daya saing di era bisnis yang dinamis. Perencanaan strategi yang dilakukan oleh Perusahaan Gallery Babyshop diawali dengan menentukan kelas-kelas target pasar yang ada, yang dimana disusun sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat tempat perusahaan didirikan. Proses penyusunan program kerja sudah didasari dengan informasi analisis yang meliputi pelayanan, harga yang ekonomis, letak perusahaan yang strategis yang memudahkan untuk menjangkau produk perusahaan.

Penyusunan anggaran untuk operasional yang akan digunakan oleh sistem pengendalian manajemen bisnis sudah diproyeksikan untuk mencapai profitabilitas, pelaksanaan dan pengukuran sudah menentukan beberapa strategi yang akan digunakan kedepannya dan menjalankan strategi yang sudah direncanakan sebelumnya dengan maksimal. Evaluasi dan

proyeksi perusahaan sudah berhasil melakukan pelaksanaan strategi dengan cukup baik yang dilihat dari turnover barang dagangan yang terlihat stabil dan dana kas perusahaan untuk operasional yang tidak bengkak. Kinerja manajer penjualan bisa dikatakan memiliki kinerja yang baik, dikarenakan memiliki pemikiran yang tepat mengenai penentuan strategi penjualan sebelumnya. Dengan demikian bahwa ada peningkatan strategi pelayanan dan strategi bisnis untuk meningkatkan omset yang dilakukan Gallery Baby Shop Lombok. Hal ini dapat dibuktikan dengan tanggapan owner dan manajer Gallery Baby Shop Lombok terkait strategi bisnis yang akan dilakukan ditahun 2023.

5.1 Keterbatasan

Dikarenakan toko ini adalah toko brand sendiri, bukan franchise jadi dibutuhkan banyak waktu untuk mencari nama. Di sisi lain, bisnis ini sudah di terjuni banyak orang sehingga sulit bagi toko baru untuk menyaingi toko lama.

5.2 Rekomendasi

Diperlukan banyak promosi agar produk gallery baby shop dapat lebih terkenal & di branding banyak orang. Selain itu, diperlukan inovasi agar produknya dapat bersaing dengan produk kompetitor yang menjualkan barang serupa. Diperlukan konten promosi yang inovatif sesuai dengan topic yang sedang trending.

REFERENCE

- Chandra (2017), Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mega Auto Central Finance Cabang Di Langsa.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications
- Moeliono, M Anton. 1993. *Tata bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nazir (1988), *Metodelogi penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Redaksi OCBC NISP (2021). 8+ Contoh Strategi Bisnis yang Efektif dan Menguntungkan. OCBC NISP. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/12/30/strategi-bisnis-adalah>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (n.d.). *Metodologi Penelitian*. [http://repository.dharmawangsa.ac.id/34/4/BAB III 15210051.pdf](http://repository.dharmawangsa.ac.id/34/4/BAB%20III%2015210051.pdf)
- Sumiati, E. (2015). *Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal*. http://repository.upi.edu/22420/6/T_PLS_1302690_Chapter3.pdf