



## **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENGRAJIN GENTENG *PRESS* DESA EMBUNG DUDUK LABULIA KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Hery Susanto

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

Email: herys@ecampus.ut.ac.id

### **ABSTRAK**

Ditengah ketatnya persaingan industri bahan dasar Atap Bangunan dengan bahan spandek dan multiroof sebagai atap rumah, produk atap berbahan genteng masih menjadi pilihan bagi sebagian konsumen. Masyarakat memilih genteng sebagai bahan atap rumah mereka dengan alasan Genteng *Press* lebih permanen, dan tidak mengeluarkan suara yang keras pada saat hujan. Alasan kenyamanan merupakan penyebab masyarakat tetap mempertahankan genteng sebagai bahan utama sebagai atap rumah atau bangunan. Salah satu sentra industri kerajinan yang sedang berkembang dan merupakan produk unggulan Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah sentra industri Genteng *Press* yang berlokasi di Desa Embung Duduk Labulia yang menghasilkan produksi genteng dengan berbagai macam varian dan ukuran. Masalah yang kerap dihadapi oleh para pengrajin umumnya karena tidak melakukan proses Pembukuan atas transaksi penjualan yang mereka lakukan, sehingga perlu untuk dilakukan pelatihan yang difokuskan pada upaya untuk membantu pengrajin antara lain; melakukan pengelolaan biaya dan penentuan harga pokok produksi serta menambah daya kemampuan atau tingkat akurasi besarnya laba. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam penentuan harga pokok produksi, penentuan harga jual dan peningkatan kemampuan berwirausaha para pengrajin Genteng *Press*.

**Kata Kunci:** *Pengrajin Genteng Press, pengelolaan biaya, penentuan harga pokok produksi*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara nyata telah menunjukkan potensi sebagai dasar ekonomi kerakyatan. Hal tersebut ditunjukkan melalui kemampuannya melalui ujian krisis terutama yang terjadi pada tahun 1998 dan 2008. Secara umum disadari, bahwa keberadaan pengusaha UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam pelaksanaan pembangunan nasional. Selain itu, pengusaha kecil mempunyai posisi yang strategis dalam perekonomian nasional, karena selain mampu menopang laju pertumbuhan ekonomi, pengusaha kecil juga mampu berperan meredam timbulnya berbagai masalah sosial yang mengiringinya, seperti daya serap tenaga kerja, pemerataan kesempatan berusaha dan distribusi pendapatan. Kehadiran mereka secara ekonomi dapat meningkatkan pendapatan daerah per kapita dan secara sosial akan meningkatkan taraf hidup untuk mengurangi kecenderungan penduduk bermigrasi ke daerah lain.

Para pengusaha kecil tentunya harus mendapatkan perhatian dan diberi prioritas utama dalam bentuk bantuan berupa pembinaan dan pengembangan usaha sehingga dapat lebih mandiri dari masa-masa sebelumnya, maka bantuan dan pembinaan dimaksud lebih nyata diarahkan pada upaya pemberdayaan dalam pemanfaatan sumber daya manusia, teknologi tepat guna dan akses pasar dan sumber dana. Keberpihakan ini bukan berarti meniadakan peran kelompok lainnya, melainkan diharapkan fungsi dan peranan mereka dapat menjadi lebih sejajar dan sekaligus terjadi simbiosis mutualisme dengan kelompok pengusaha besar dan BUMN/ BUMD.

Program pelatihan dan pengembangan usaha dapat menjadi pendukung dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Jika

program ini direncanakan dan diterapkan dengan baik, maka hal ini akan meningkatkan keunggulan sumber daya manusia dan mendukung ke arah penciptaan strategi perusahaan yang lebih baik. Pelatihan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, dan sikap dalam rangka meningkatkan kinerja saat ini dan masa yang akan datang. Karena strategisnya pelatihan dalam pengembangan suatu organisasi, maka kegiatan ini dipandang sebagai salah satu fungsi penting manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan wacana tersebut, pelatihan ini dilakukan untuk menjadi awal pijakan atau dasar dalam menghasilkan seorang wirausaha (*entrepreneur*) yang mapan dan siap menghadapi tantangan ke depan, sehingga dengan keberadaan mereka dapat memberikan manfaat khususnya bagi mereka (pengusaha lokal) yang kemudian *multiplier efek*-nya adalah meningkatnya tingkat ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Di Nusa Tenggara Barat, industri kecil cukup banyak dan beraneka ragam jenisnya yang tersebar di daerah perkotaan dan perdesaan. Banyak masyarakat terlibat di dalamnya dan bahkan menjadi sumber mata pencaharian utama. Oleh karena itu, pembinaan industri kecil tetap harus dilaksanakan meskipun belum merata termasuk pengrajin yang ada di Lombok Tengah. Salah satu sentra industri kerajinan yang sedang berkembang dan merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Lombok Tengah adalah sentra industri genteng yang berlokasi di Desa Embung Duduk Labulia yang menghasilkan produksi genteng dengan berbagai macam varian serta berbagai ukuran.

Industri pembuatan genteng ini sebenarnya sudah berlangsung sejak lama, seiring dengan perkembangan dan persaingan pada industri tersebut hingga mengalami

pasang surut. Contohnya pada tahun 1980an para pengusaha kewalahan menghadapi gempuran genteng kodok yang berasal dari Karang Pilang Jawa Timur dan Genteng Pejaten yang berasal dari Bali. Selanjutnya di era 1990an sangat banyak permintaan genteng *press* dengan bahan dari beton yang memaksa para pengusaha juga ikut merubah bahan baku yang semula menggunakan tanah liat menjadi genteng dengan bahan beton. Saat ini pasar juga mengalami perubahan, dimana masyarakat lebih menyukai penggunaan spandek dan trimdek serta multiroof sebagai atap rumah mereka. Akibat kondisi pasar yang tidak mendukung, menurut Zainuddin (2016) harga genteng tanah yang dulunya dijual perbiji Rp 1000,- sekarang diturunkan menjadi Rp 900 ribu. Nilai itu jelas lebih rendah jika dibandingkan harga normal, karena kondisi pasar yang mulai sepi. Tidak sedikit perajin yang mulai meninggalkan usaha genteng tanah dan beralih ke profesi lain. Ada yang memilih bercocok tanam ada juga yang terpaksa beralih menjadi Tenaga Kerja Indonesia (Zainuddin;2016).

Perubahan selera konsumen ini disebabkan beberapa alasan, misalnya penggunaan bahan spandek dan multiroof saat sebagai atap rumah adalah karena bahan ini relatif ringan, kuat, tahan lama dan tidak rentan terhadap kebocoran. Namun beberapa konsumen juga tetap memilih genteng sebagai bahan bangunan rumah mereka dengan alasan lebih permanen dan pada saat hujan genteng tidak mengeluarkan suara yang keras.

Berikut ini penjelasan dan alasan konsumen tetap memilih genteng sebagai atap rumah mereka :

1. Rumah lebih kelihatan permanen jika menggunakan genteng dan terbukti dari dahulu sampai dengan sekarang genteng tetap menjadi pilihan utama orang

Indonesia sebagai atap dari bangunan yang dimiliki. Hal ini menyebabkan harga jual genteng menjadi sedikit lebih mahal dibandingkan dengan bahan lain, karena terkait dengan image sebuah rumah menjadi lebih permanen dan bahan baku tanah liat yang berkualitas semakin sulit untuk didapatkan. Harga jual yang lebih tinggi menyebabkan pengelolaan biaya produksi diperlukan untuk menentukan harga pokok produksi dan penentuan harga jual.

2. Pada saat hujan datang, jika atap menggunakan bahan genteng tidak mengeluarkan suara yang keras jika dibandingkan dengan bangunan yang menggunakan bahan dari seng atau bahan spandek. Alasan kenyamanan merupakan penyebab masyarakat tetap mempertahankan genteng sebagai bahan utama sebagai atap rumah atau bangunan.

## METODE PELAKSANAAN

### A. Prosedur Kerja

Untuk mencapai tujuan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan peningkatan kapasitas pengusaha genteng di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah, yaitu pengetahuan penentuan harga pokok dan harga jual serta manajemen usaha secara umum. Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan adalah: metode ceramah dikombinasikan dengan pendekatan diskusi dan beberapa latihan soal-soal atau penyelesaian kasus-kasus serta pendampingan pasca pelatihan. Hal ini dimaksudkan untuk lebih memantapkan pemahaman para peserta pelatihan sehingga materi yang diberikan dapat diterima dan diterapkan dengan baik oleh peserta pada saat menjalankan aktifitas usaha

mereka. Adapun materi yang akan diberikan kepada para peserta adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Harga Pokok
2. Penentuan Harga Jual
3. Konsep Pemasaran Dalam Bisnis
4. Pentingnya Strategi Penentuan Harga
5. Menjadi Agen Penjualan

## B. Tahapan Pelaksanaan

Dalam rangka memecahkan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, ada beberapa langkah yang dilaksanakan oleh tim pengabdian, yaitu:

### 1. Persiapan

- a. Melakukan Observasi awal kepada para pengerajin dan pedagang genteng terhadap kondisi dari usaha terkait dengan penentuan harga, pemasaran dan penjualan yang telah dilakukan perusahaan
- b. Menghubungi dan menjajaki serta berkenalan dengan ketua asosiasidan kepala dusun pada lokasi pengabdian pada masyarakat untuk lebih mendalami permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha sekaligus mengajukan permohonan ijin pelaksanaan kegiatan pengabdian pada para pengusaha.
- c. Melalui persetujuan Kepala Desa dengan tim pengabdian, ditentukan tanggal pelaksanaan pengabdian
- d. Dilakukan penyiapan materi yang akan disampaikan dalam pengabdian.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan oleh tim

pengabdian dihadiri oleh para pengrajin dan pedagang genteng di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah. Selanjutnya tim menyampaikan materi dan dilakukan tanya jawab serta diskusi dalam rangka peningkatan daya saing melalui penentuan harga dan peningkatan kemampuan pemasaran dan penjualan.

### 3. Evaluasi Keberhasilan Kegiatan

Indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bisa dinilai melalui tingkat kehadiran dan tingkat keaktifan para pengusaha dan pedagang ketika melakukan proses tanya-jawab dengan tim pengabdian. Ternyata pada saat pelaksanaan kegiatan peserta yang hadir banyak sekali melakukan tanggapan serta pertanyaan terkait dengan peningkatan daya saing mengingat saat ini posisi produk genteng yang telah tersubstitusi dengan keberadaan spandek. Secara umum materi yang diberikan mampu dipahami oleh para peserta terlihat dari antusiasme dan semangat yang ditunjukkan serta atensi para pengusaha dalam memberi tanggapan dan pertanyaan dari diskusi yang dilakukan, sehingga dapat dikatakan kegiatan ini tergolong berhasil.

### C. Partisipasi Mitra

Melalui mitra kegiatan ini dapat diketahui permasalahan yang sesungguhnya terjadi dilapangan dan berusaha diberi solusi pemecahan permasalahannya secara sistematis bersama tim pengabdian masyarakat Universitas Terbuka Mataram. Mitra kegiatan pengabdian juga mampu menjadi mediator dengan para pengrajin yang terlibat dalam

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Bersama dengan mitra, secara keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dievaluasi, sehingga dapat mencapai luran yang diharapkan. Sasaran kegiatan pelatihan ini adalah pengrajin genteng yang tersebar di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah. Keseluruhan peserta adalah pengusaha dan pengrajin genteng sejumlah kurang lebih 30 (tiga puluh) orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran para pengrajin dan pedagang dalam acara pengabdian pada masyarakat di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah dirasakan cukup representatif untuk mewakili keseluruhan pengrajin yang ada di lokasi tersebut. Beberapa materi yang disampaikan dan dibahas pada kegiatan tersebut antara lain:

1. Penentuan Harga Pokok
2. Penentuan Harga Jual
3. Konsep Pemasaran Dalam Bisnis
4. Pentingnya Strategi Penentuan Harga
5. Menjadi Agen Penjualan

Atensi tinggi yang ditunjukkan para peserta pengabdian menunjukkan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian memang dibutuhkan oleh peserta dan memang merupakan masalah yang dihadapi oleh mereka. Tentu hal ini mengindikasikan bahwa tujuan dari pengabdian ini telah sesuai dengan pelaksanaannya. Peserta secara bergiliran bertanya seputar materi yang telah disampaikan terkait peningkatan kapasitas wirausaha, bahkan ada beberapa pertanyaan mereka yang

juga melebar kepada beberapa kebijakan pemerintah yang pro dan kontra terhadap kemajuan usaha pennegejin lokal. Terlebih dari ada pertanyaan dari beberapa pengerajin dan pedagang tersebut yang bersifat pesimistis dan bahkan putus asa dengan kondisi saat ini dimana posisi genteng telah tergantikan dengan posisi spandek,. Dikatakan putus asa artinya para pengerajin dan pedagang sudah ada mewacanakan untuk mengganti usahanya kepada jenis usaha yang lain walaupun usha genteng yang dijalani saat ini merupakan usaha warisan yang telah dijalani secara turun-temurun.

Berikut adalah gambaran materi yang disampaikan pada saat kegiatan Pelatihan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan. Pada perusahaan manufaktur atau industri terdapat biaya periode atau biaya operasional maupun biaya produksi (Jusup;2001). Tabel dibawah menunjukkan akun dalam perkiraan harga pokok produksi :

PT. X  
Harga Pokok Produksi  
Per 31 Desember 2000

PERSEDIAAN BB (AWAL)		XXX
PEMBELIAN BB		<u>XXX</u>
BB YANG TERSEDIA UTK DIGUNAKAN	XXX	
PERSEDIAAN BB(AKHIR)		<u>(XXX)</u>
BIAYA BB	XXX	
BTKL	XXX	
FOH		
BIAYA BAHAN TDL LANGSUNG	XXX	
BIAYA SEWA	XXX	
DEPRISIASI MESIN	<u>XXX</u>	
TOTAL FOH		<u>XXX</u>
BIAYA PRODUKSI		XXX
BDP (AWAL)		<u>XXX</u>
BRG DLM PROSES PERIODE INI		XXX
BDP (AKHIR)		<u>(XXX)</u>
HARGA POKOK PRODUKSI		XXX

Gambar 1, Harga Pokok Produksi (Putra dan Oktaryani; 2017)

Harga pokok produk dikeluarkan untuk mendapatkan barang dagangan atau menghasilkan produk jadi. Harga pokok produk terjadi dalam usaha mendapatkan aktiva, maka pengeluaran tersebut membentuk harga perolehan aktiva. Harga Pokok tidak dicatat pada rekening biaya, melainkan dibebankan pada produk yang dihasilkan dan dilaporkan pada neraca sebagai persediaan. Harga pokok tersebut belum akan nampak dalam laporan laba rugi sampai barang tersebut laku terjual. Bila produk telah laku terjual maka dilaporkan dalam laba rugi sebagai harga pokok penjualan (Jusup; 2001). Harga pokok tersebut meliputi semua biaya produksi yaitu bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Biaya periode atau biaya operasional sangat erat hubungannya dengan periode waktu terjadinya pengeluaran biaya. Pengeluaran ini tidak langsung berhubungan dengan proses

menghasilkan produk. Oleh karena itu, biaya periode dibebankan sebagai biaya pada periode terjadinya biaya tersebut. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya periode tersebut adalah biaya penjualan, serta biaya administrasi dan umum. Penjumlahan antara biaya periode dengan harga pokok adalah total biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang/jasa yang dimiliki pada pihak lain (Nitisemito; 1981). Serupa dengan pernyataan tersebut, Swastha (1981) menjelaskan bahwa harga jumlah uang (ditambah barang kalau mungkin), yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Bagi setiap perusahaan, harga barang atau jasa

harus selalu menjamin kelangsungan hidupnya, sebab mendirikan perusahaan bukan untuk jangka waktu pendek namun jangka panjang. Proses penentuan harga tentunya harus berpedoman pada harga pokoknya. Harga pokok ditambahkan biaya periode merupakan biaya total, yang jika ditambahkan dengan keuntungan yang diinginkan maka disebut sebagai harga jual.

Harga Jual = Biaya Total + Margin  
(Swastha; 1981)

Beberapa tujuan dari penetapan harga produknya antara lain

1. Mendapatkan laba yang maksimum
2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian modal pada penjualan bersih
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

Harapannya melalui penetapan yang baik dan benar, perusahaan dapat memprediksi tingkat keuntungan yang akurat, sehingga dapat melakukan strategi penurunan harga untuk memperkuat posisi persaingan dan memperbesar pangsa pasar. Tentunya melalui *capacity building* seperti penentuan harga pokok dan harga jual akan meningkatkan kemampuan (*ability*) seseorang dalam merumuskan tujuan hidup, memotivasi diri, berinisiatif, membentuk modal, mengatur waktu dan membiasakan diri untuk belajar dari pengalaman yang diwujudkan dalam bentuk perilaku.

### **Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat**

Kelancaran pelaksanaan kegiatan karena adanya kerjasama berbagai pihak dari tim peneliti, asosiasi pengrajin dan para peserta sendiri, namun tetap dirasakan ada beberapa faktor yang menjadi pendorong dan tentu juga sebagai faktor penghambat yaitu:

#### **a. Faktor Pendorong**

Adanya kekompakan diantara anggota tim pengabdian dalam memberi materi sekaligus menjawab pertanyaan, serta peran serta yang aktif dari para peserta dalam mendengarkan dan merespon apa yang telah disampaikan. Sesuai dengan pernyataan sebelumnya bahwa peserta yang hadir hanya 25 orang saja, namun hal tersebut dapat tertutupi dengan antusiasme para peserta pengabdian. Hal ini disebabkan oleh materi yang disampaikan memang sesuai dengan kondisi para pengrajin dan pedagang genteng yang saat ini mengalami persaingan dengan produk pengganti yaitu spandek.

#### **b. Faktor Penghambat**

Tentu saja dengan waktu yang sangat terbatas tim pengabdian merasa waktu yang disediakan untuk menyajikan materi juga terbatas. Selain itu para pengrajin dan pengusaha genteng sebagian sudah ada yang berhenti dari usaha tersebut, maka jumlah peserta yang hadir pada saat kegiatan pengabdian yang semula ditargetkan 30 orang, hanya mampu dipenuhi sebanyak 25 orang peserta.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. KESIMPULAN**

1. Hasil yang diperoleh dari pengabdian ini telah dapat menambah wawasan tentang cara meningkatkan daya saing serta kemampuan penjualan bagi pengrajin dan pedagang genteng di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah. Hal ini terbukti bahwa pengrajin dan pedagang genteng tidak dapat

mengkalkulasi biaya produksi secara akurat (kelebihan dan kekurangan dalam perhitungan khususnya untuk biaya penyusutan) sehingga tidak dapat dengan tepat menentukan tingkat keuntungan yang diperolehnya. Dampak negatif hal ini adalah harga jual yang ditentukan ternyata lebih tinggi dibandingkan produk pesaing yang sejenis, apalagi saat ini pengusaha menghadapi persaingan dengan produk pengganti yaitu spandek.

2. Melalui penentuan harga pokok produksi pada produk genteng yang tepat berdampak pada ketepatan penghitungan laba yang diinginkan serta harga jual yang ditetapkan, sehingga pada akhirnya meningkatkan daya saing.
3. Pengabdian kepada masyarakat ini juga menambah wawasan pengerajin dan pedagang genteng di Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah terutama dalam memahami konsep pemasaran dalam dunia bisnis dan pemahaman untuk dapat menjadi agen dalam penjualan.

## B. SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini merupakan upaya untuk membantu para pengrajin dan pengusaha genteng untuk meningkatkan daya saing melalui strategi penentuan harga melalui penentuan biaya dan pembebanan harga pokok produksi yang tepat. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan perencanaan biaya dan penentuan harga jual yang akurat. Penentuan harga jual yang tepat mampu

meningkatkan daya saing para pengrajin Desa Embung Duduk Labulia Kabupaten Lombok Tengah dalam menghadapi persaingan saat ini baik dengan produsen yang menjual produk sejenis maupun dengan produsen yang menjual produk penggantinya. Selain itu melalui pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mempertahankan optimisme para pengrajin yang saat ini tengah menghadapi keputusan akan ketatnya persaingan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Decker, B., and Gerhart, B. 1996. *The Impact Of Human Resource Management On Organizational Performance: Progress and Prospects*. Academy Of Management Journal, 39 (4).
- Departemen Perindustrian, 89. *Program Pengembangan & Pembinaan Industri Kecil: Aspek Ketenagakerjaan*.
- Geoffrey, G. Mereddith 000, *Workshop Kewirausahaan di East West Center Honolulu*.
- Irawan, Bambang, 1993. *Implikasi Pembinaan Industri Kecil*, Yogyakarta.
- Jusup, Al Haryono, 2001, *Dasar-dasar Akuntansi, Jilid II*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald, Boyke R. Purnomo, Arman Hakim Nasution, Sonny Rustiadi, Dwi Larso, Isti Raafaldini Mirzanti, Agustina Ciptarahayu, Asep Mulyana, Heny K. Daryanto, 2010, *Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1*, Yayasan Rumah Perubahan.
- Nitisemito, Alex S., 1981, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta.



- Prawirakusuma, Soeharto, 1997. *Peranan Perguruan Tinggi Dalam Menciptakan Wirausaha-wirausaha Tangguh*. Makalah Seminar. Jatinangor: PIBI-IKOPIN dan FNSt.
- Swastha, Basu, 1981, *Azas-azas Marketing*, Edisi Dua, Liberty Jakarta
- Usman, Marzuki, 1997. *Kewirausahaan dalam Birokrasi Salah satu Langkah Antisipasi Menghadapi Globalisasi*. Makalah Seminar. Jatinangor: IKOPIN
- Wijandi, Soarsono, 1988. *Pengantar Kewirausahaan Bandung*: Sinar baru.
- Wirasasmita, Yuyun, 1994. *Kewirausahaan. Buku Pegangan*. Jatinangor: UPT-Penerbitan IKOPIN.
- Zimer, W Thomas, Norman M, Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and The new Venture Formation*. New Jersey; Prentice Hall International Inc.
- Zainuddin, Muhammad, 2016, Terancam Oleh Genteng Metal : Mengunjungi Perajin Genteng Tanah di Dusun Kumbang, Harian "Lombok Post"