



Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol.1, No.1, Februari 2017 Hal 1 – 10

ISSN 2528-4967 (print) dan ISSN 2548-219X (online)

Usaha Meubel Jedong Sekar Putih Balong Panggang Gresik

Radius Setiawan

FKIP UMSurabaya

Email: radius.setiawan@gmail.com

ABSTRAK

Pada program ini UKM mitra adalah UKM yang produk utamanya adalah kerajinan Meubel di Jedong Sekarputih Balongpanggang Gresik. UKM mitra yang terlibat ada 2, yaitu: UD. Future Furniture dan UD. Kharisma Meubel. Permasalahan utama adalah kesulitan dalam mencari pasar yang potensial, UKM mitra tidak memiliki SDM yang khusus di bidang pemasaran. Selain itu suplai bahan baku diperoleh dari daerah di Jawa Timur mulai sedikit. Hal ini menjadikan masalah karena harga bahan baku menjadi mahal karena ditambah dengan biaya transportasi. Permasalahan yang disepelekan untuk diselesaikan dalam kurun waktu 3 tahun meliputi: Pemasaran, manajemen, produksi, pengembangan produk, dan SDM. Prioritas solusi yang ditawarkan adalah pada masalah pemasaran, lebih khusus lagi, akan dioptimalkan penggunaan IT (internet) untuk memperluas pasar. Strategi dalam Bauran 4P (Product, Price, Promotion, dan Place).

Kata Kunci: Meubel, Gresik dan Desain Produksi

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kabupaten Gresik terkenal sebagai daerah industrialisasi, hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa perusahaan besar yang berdiri di kabupaten Gresik. Banyaknya perusahaan besar ternyata tidak secara otomatis mengangkat usaha-usaha kecil maupun menengah di daerah itu, padahal di sebuah daerah tepatnya di sebuah dusun Jedong desa Sekarputih Kecamatan Balong panggang ada beberapa usaha kreatif pembuatan meubel.

Usaha pembuatan meubel merupakan salah satu usaha masyarakat di desa tersebut. Rata-rata dari masyarakat di desa tersebut menggantungkan hidupnya pada usaha tersebut. Usaha tersebut sudah

berjalan selama bertahun-tahun. Usaha yang ada tersebut mengalami pasang surut. Sentra usaha pembuatan meubel di Jedong Sekar putih Balongpanggang Gresik merupakan usaha yang menjadi mata pencaharian utama, masyarakat Jedong ketergantungan terhadap sektor pembuatan ini sangat besar (interdependensi) sehingga banyak dari masyarakat yang kurang berani keluar dari sektor doman ini.

Dalam perkembangannya, usaha pembuatan meubel ini tidaklah begitu signifikan, selama beberapa tahun terakhir ini usaha ini berjalan ditempat, kalau tidak dikatakan menurun, yang disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya sektor industri ini

diantaranya adalah; (1) tidak adanya manajemen pengelolaan yang baik, (2) masyarakat Jedong bergerak sendiri-sendiri (tidak adanya asosiasi), (3) lemahnya promosi dan sasaran pangsa pasar, (4) pertumbuhan meubel yang sporadis. Dari beberapa faktor diatas sangat mempengaruhi laju pertumbuhan industri meubel di tempat tersebut.

Disadari atau tidak masyarakat Jedong sendiri kurang menghargai seni dan estetika, padahal bukan tidak bisa. Hal itu terjadi karena tuntutan hidup, sebab pemasaran ataupun harga produksi meubel ini relatif murah, sehingga estetika dari produktifitas sendiri tidak begitu diperhatikan, yang penting produksinya itu banyak, daripada memproduksi yang memiliki tingkat kesulitan yang lebih tapi lakunya juga lama.

Integrasi masyarakat untuk mengatasi semakin melemahnya industri pembuatan meubel ini sangatlah penting. Hal yang sangat *urgent* disini adalah kesadaran kepada masyarakat betapa pentingnya kekayaan budaya ini untuk selalu dijaga dan di lestariakan. Selain itu, faktor yang membuat semakin melemahnya industri pembuatan meubel di Jedong adalah dalam hal pemasaran, selama ini tidak ada manajemen pemasaran yang bagus. Padahal pemasaranlah ujung tombak dalam dunia bisnis. Disinilah kelemahan industri tersebut, padahal dalam kualitas, produk pembuatan

meubel tidak kalah dengan produk-produk yang lain.

Pada program ini UKM mitra adalah UKM yang produk utamanya adalah pembuatan meubel. UKM mitra yang terlibat ada 2, yaitu: UD. Future Furniture dan UD. Kharisma Meubel.

Kondisi eksisting UKM mitra

Kondisi eksisting UKM mitra dapat dilihat pada sub-bab berikut, karena dalam beberapa hal, kondisi eksisting dari kedua UKM tersebut hampir sama.

a. Bahan Baku

Jenis bahan baku untuk kedua UKM mitra adalah menggunakan jenis kayu triplek. Selain itu juga, bubuk kalsium, lem rajawali dan pewarna meubel untuk hiasan. Harga semua bahan tersebut sangat bergantung pada harga pasar.

Untuk saat ini kebutuhan bahan baku per bulan untuk kualitas jenis kayu jati:

Bahan	Kebutuhan Rata-rata per bulan per UKM	
	UD. Future Furniture	UD. Kharisma Meubel
Triplek	50 lembar	70 lembar
Akasia	80 batang	110 batang
Bubuk Kalsium	50 sak	70 sak
Lem Rajawali	30 kadus	40 kardus
Pewarna Meubel	40 botol	50 botol

b. Produksi

Kedua Usaha tersebut memiliki lahan untuk membuat

produksi meubel dan alat membuat meubel diantaranya adalah:

1. Bandsaw: alat ini digunakan untuk menggergaji kayu gelondong menjadi sirap atau lembaran;
2. Mesin serut atau mesin plener: Keberadaan mesin ini mutlak harus ada, mesin ini berfungsi untuk meratakan bidang kayu sebelum dibentuk;
3. Mesin profil: mesin ini sering dibutuhkan untuk pembuatan variasi profilan pada kayu;
4. Mesin gergaji: mesin gergaji ini digunakan untuk memotong atau membentuk kayu supaya hasilnya bengkok atau melengkung.
5. Mesin bor: berfungsi untuk mengebor kayu;
6. Palu: berfungsi sebagai alat dorong bahan pelengkap lainnya seperti untuk menancapkan paku pada kayu.
7. Tata atau pahat : alat ini memiliki banyak kegunaan. Alat ini juga bisa digunakan untuk membuat lubang purusan pada kayu.
8. Obeng: alat ini berfungsi untuk memasang sekrup pada kayu.
9. Siku: alat ini berfungsi untuk mengetahui tingkat kesikuan barang pada saat dikerjakan.
10. Jidar atau mistar: biasanya, alat ini digunakan untuk membuat garis lurus pada kayu agar ketika kayu tersebut digergaji, hasilnya bisa benar-benar lurus.
11. Pensil: biasa digunakan untuk membuat mal atau bentuk komponen untuk barang yang akan dibuat.

12. Spet: Alat untuk menghias dan member variasi atas keindahan meubel;

13. Kompresor: Alat untuk mendukung proses pengecatan tubuh dalam alamari.

Mengenai kapasitas produksi untuk UD. Future Furniture dapat memproduksi kurang lebih sekitar 15 meubel, 10 dipan dan 5 meubel untuk hiasan per bulan, sedangkan UD. Kharisma Meubel bisa memproduksi 30 meubel dan 40 dipan per bulan. Sedangkan nilai investasi masing-masing UKM saat ini kurang lebih senilai Rp 250 juta.

c. Proses

Secara umum, alur proses produksi pada kedua UKM tersebut adalah seperti yang terlihat pada Gambar 1, berikut ini:

1. **Memilih kayu untuk bahan dasar:** pemilihan terplek dan kayu adalah langkah pertama yang harus disiapkan, pemilihan tersebut dilakukan berdasarkan kebutuhan dan model yang dibentuk.
2. **Membuat kerangka berbentuk (lemari, dipan, meubel untuk ruang tamu, dll)** adalah membuat kerangka meubel berdasarkan model yang ingin dibuat dan hal tersebut dilakukan dengan menyatukan triplek dengan kayu sehingga berbentuk.
3. **Pendempulan pra-mewarnai:** setelah berbentuk, maka yang dilakukan adalah proses pendempulan. Hal tersebut dilakukan agar proses pewarnaan

atas barang dapat menyerap warna dengan bagus. Proses pewarnaan dilakukan setelah seluruh bagian selesai dihaluskan.

4. **Pewarnaan dasar:** proses ini adalah langkah menentukan jenis warna dasar yang akan dipakai dan warna tersebut yang dijadikan warna dasar barang.
 - a. **Pengeringan warna:** butuh waktu 5 jam untuk menunggu dan memastikan bahwa proses pewarnaan telah selesai dan warna sudah sepenuhnya kering.
 - b. **Menghias motif dan finishing produk:** proses ini agak rumit karena pemasangan pintu dan juga aksesoris meubel membutuhkan kejelian pengrajin. Jaminan kualitas atau spesifikasi produk saat ini hanya dilihat dari motif produk meubel, pemberian warna yang merata dan kemampuan pengrajin menumpahkan nilai seni dalam guratan-guratan motif produk.

Produk.

Mengenai jumlah produk yang dihasilkan sebagian disimpan sebagai stok produk rata-rata sekitar 10-30 item. Adakalanya produk akan diproduksi sesuai dengan pesanan.

Ciri utama dari desain pembuatan meubel adalah tidak pernah memakai motif yang menggambarkan kehidupan binatang apalagi manusia. Motif yang paling sering digunakan adalah bunga, daun, buah dan sulur. Hal ini sesuai dengan kepercayaan atau mitos penduduk

setempat yang melarang menghadirkan secara visual aneka makhluk hidup yang bernafas dan punya kemampuan untuk bergerak sendiri.

Untuk gambaran daunnya, biasanya menggunakan bentuk seperti gerigi-gerigi yang lancip di bagian pinggirnya. Sedangkan ujungnya selalu berikal, namun adakalanya pula daun ini punya bentuk yang melengkung, lalu bagian pinggirnya dibuat seperti daun yang terbelah atau sobek mulai dari pangkal dan hingga bagian ujung yang lancip.

Kemudian untuk penggunaan warna yang terdiri dari aneka jenis, juga menjadi ciri utama yang lain. Warna yang paling sering digunakan serta dibuat kombinasi antara lain adalah biru, merah, hijau dan kuning. Walau memunculkan kesan yang sangat meriah, tapi karena dibuat dengan konsep yang sangat sempurna maka paduan warna ini juga bisa memunculkan kesan yang elegan dan mewah. Selain itu, meski selalu menggunakan warna yang terang, penggunaan coklat dan coklat tua tetap digunakan, terutama untuk memberi warna pada bagian-bagian kayu yang tidak diberi hiasan.

Seiring dengan perkembangan jaman yang terus maju, penggunaan desain, dan warna yang khas ini tidak hanya diaplikasikan pada perabot meubel dan furniture saja, tapi juga dipakai untuk membuat aneka barang lain seperti kandang burung hias, hiasan dinding dan beberapa jenis barang kerajinan yang terdiri dari berbagai

ukuran dan dijadikan sebagai hiasan pajangan untuk mempercantik tampilan ruang atau interior.

Manajemen

Sejauh pantauan tim, kondisi eksisting untuk manajemen kedua UKM masih sangat sederhana. Perencanaan produksi (*production planning*) yang *sophisticated* dirasa belum diperlukan karena permintaan pasar belum dalam jumlah besar.

Seperti telah disebutkan kedua UKM memproduksi rutin berdasarkan stok yang ada. Bila pada saat tertentu mereka mendapatkan order besar maka beberapa UKM saling bekerjasama, misal pemesanan meubel atau bangku sekolah sebuah instansi yang sangat banyak.

Demikian juga untuk manajemen keuangan dan proses audit. Kedua UKM mempunyai sistem mencatat barang yang masuk dan keluar. Proses audit keuangan langsung dilakukan oleh pemilik UKM.

Produk pembuatan meubel selama ini belum memiliki HKI karena para pengrajin belum memiliki pengetahuan tentang pentingnya HKI untuk melindungi kekhasan produk ini.

Pola Hubungan Kerja antar Kelompok UKM yang akan bermitra

Pola hubungan kerja antar kelompok UKM mitra pada program ini bersifat kemitraan produktif, kedua UKM akan saling mendukung di dalam proses pelaksanaan baik

secara materi maupun secara substansi karena pada program ini kedudukan kedua mitra adalah sama, sehingga sifat kemitraannya adalah saling mendukung satu sama lain.

Permasalahan Prioritas

Berdasarkan hasil FGD antara pihan Perguruan tinggi dengan Pihak UKM maka disepakati bahwa permasalahan prioritas yang akan menjadi pijakan dalam program ini adalah terkait management dan pemasaran produk masing-masing UKM.

Pada tahun I fokus program ini adalah terkait management dan produksi, tahun ke II terkait SDM dan pemasaran produk meubel dan tahun ke III pengembangan UKM.

METODE PENELITIAN

Solusi yang ditawarkan pada program ini mengacu pada: **tujuan dari program, permasalahan yang dihadapi UKM, dan kapasitas yang dimiliki oleh perguruan tinggi UMSURABAYA** yang perlu diperhatikan adalah tujuan dari program yang diusulkan bukan semata-mata untuk meningkatkan pemasaran atau eksistensi UKM, tetapi masing-masing pihak yang terlibat harus dapat mengambil manfaat dari program tersebut. Sinergi yang saling menguntungkan merupakan syarat mutlak agar kemitraan dapat berjalan secara kontinyu (*sustainable*).

Berdasarkan pada permasalahan UKM dan kapabilitas UM Surabaya, maka prioritas solusi yang

ditawarkan setiap tahun secara detail dijabarkan sebagai berikut:

Pemasaran

Pada tahun I, prioritas solusi yang ditawarkan adalah pada masalah pemasaran, lebih khusus lagi, akan dioptimalkan penggunaan IT (internet) untuk memperluas pasar. Strategi dalam Bauran 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*) yang digunakan pada tahun I adalah:

Product:

Pada Tahun I, produk yang dipasarkan lebih pada produk yang saat ini telah ada atau mengikuti pesanan konsumen. Pada Tahun I, aspek produk yang dibidik pada Tahun I hanya pada aspek kualitas, terutama untuk motif produk meubel.

Price:

Karena persaingan yang cukup berat, perlu ditekankan kepada para pengrajin meubel, bahwa untuk menembus pasar di tahun I, apalagi dengan produk yang belum mempunyai kekhasan, margin keuntungan yang ditargetkan tidak bisa besar, adalah sekitar 7 - 10%.

Promotion:

Promosi akan gencar dilakukan, baik melalui website, situs B2B berbayar, pendaftaran perusahaan pada P3ED (Pusat Pelatihan dan Promosi Ekspor Daerah), BPEN (Badan Pengembangan Ekspor Nasional), pengiriman profil pada kedutaan melalui pameran.

Place:

Karena promosi akan lebih banyak dilakukan secara online, maka

‘tempat’ di sini adalah berarti kantor online atau website yang menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi di Universitas Negeri Surabaya, Tim mendapatkan beberapa masukan dari reviewer Dikti (Prof. Bambang). Tim mendapatkan beberapa masukan terkait penyempurnaan program tersebut. Adapun beberapa masukan tersebut adalah:

- a. Perlunya modernisasi alat mengingat pesaing yang ada sudah menggunakan alat yang lebih canggih dan memadahi.
- b. Perlunya menentukan satu produk andalan yang diorientasikan ekspor mengingat banyaknya produk yang dihasilkan oleh usaha Mebel.
- c. Pentingnya sentuhan kreatifitas.

Beberapa saran dan masukan diatas mendorong kami untuk merumuskan beberapa program sebagaimana rencana ditahun pertama yaitu peningkatan kualitas dan manajemen usaha. Tahun pertama merupakan tahun yang menentukan karena menyangkut manajemen internal usaha. Dalam rangka peningkatan tersebut, beberapa program dirumuskan sebagaimana dijelaskan selanjutnya.

Modernisasi Alat Pertukangan.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, dalam rangka

meningkatkan kualitas produksi diperlukan pembaruan alat dan pengetahuan cara menggunakannya. Beberapa alat yang kami berikan sebagai penunjang produksi adalah :

Nama Alat/Volume	Kharisma Meubel	Future Furniture
Pasrah Elektrik	6	3
Pemotong Kayu Listrik	2	1
Kompresor	1	1
Alat Penyepet	1	1
Badsaw	6	3
Gergaji Mesin	2	1

Selain agenda penyerahan alat-alat baru, kami melakukan demonstrasi kepada tukang dan menjelaskan lebih teknis terkait pelaksanaan program IbPE kepada pemilik usaha.



Gambar 1. Serah terima alat modern kepada pemilik usaha.

Beberapa hal dikemukakan kami kemukakan dan mendapat beberapa tanggapan dari pemilik usaha. Dari pertemuan tersebut disepakati beberapa rencana lanjutan, diantaranya adalah:

- a. Workshop peningkatan manajemen kerja dan keuangan

- b. Ikut Dalam Forum Ekport
- c. Peningkatan Kualitas Produk.

Dari ketiga hal diatas, kami buat dalam agenda program yang sistematis dan terukur.

Peningkatan Kualitas Manajemen Keuangan dan Kerja

Berdasarkan hasil survey awal, beberapa kendala ditemui oleh tim dan diakui oleh pemilik usaha. Persoalan manajemen internal menjadi kendala pengembangan usaha. Diantaranya persoalan manajemen keuangan dan manajemen kerja. Hal tersebut terangkum dalam beberapa hal:

- a. Meskipun usaha ini mampu mengirim produknya ke beberapa daerah di Jawa Timur, akan tetapi model keuangannya masih belum terencana rapi. Pembagian antara biaya untuk produksi, gaji karyawan dan laba masih belum terencana rapi.
- b. Pembagian beban kerja karyawan yang belum tersistem. Karyawan bekerja hanya berdasarkan permintaan. Sehingga beban kerja karyawan belum bisa diukur. Selain itu juga, belum adanya standart prosedur dan waktu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

Kedua persoalan diatas berusaha diatasi dengan mengadakan workshop khusus dengan pemilik usaha. Dalam workshop tersebut pemilik usaha diajarkan bagaimana cara manajemen keuangan oleh Arin Setyowati, MA (Kaprosdi Perbankan Syariah UMSurabaya). Ahli yang

biasa berkecimpung diurusan tersebut.



Gambar 2. Arin Setyowati MA memberikan pelatihan khusus tentang manajemen pengelolaan.

Selain itu, cara mengatasi persoalan manajemen kerja yang dihadapi. Kami dan pemilik berusaha memetakan dan membuat Standart Operasional dan Prosedur dengan harapan segala pekerjaan sudah berjalan berdasarkan standard dan terukur dalam waktu.

Pelatihan kami lakukan pada bulan Juli dan setiap 2 minggu sekali kita adakan monitoring dan evaluasi atas program yang kami susun. Hasilnya belum bisa diukur mengingat laporan kemajuan ini harus segera dibuat.

Peningkatan Pengetahuan tentang Export.

Dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang pentingnya melakukan ekspansi usaha. Tim melibatkan pemilik dalam sebuah workshop export. Meskipun bukan bertema tentang Meubel, harapannya adalah para pemilik usaha mempunyai inspirasi dan dorongan untuk bersaing ditingkat global. Beberapa hal yang menjadi poin penting dalam workshop tersebut

adalah terkait legalitas ekspor dan peluang industri rumahan untuk bersaing diwilayah global. Dari acara tersebut, tim dan pemilik usaha mendapatkan gambaran dan jalan tentang apa yang akan dilakukan kedepan. Banyak hal yang harus dilakukan untuk membuat produk-produk meubel dapat bersaing di tingkat nasional dan global. Dalam workshop tersebut membuat tim dan pemilik usaha untuk membuat prioritas produk-produk mana yang harus kita dorong agar expansif kepasar yang lebih luas.



Gambar 3. Workshopt Export

Workshop Peningkatan Kualitas Produk.

Berdasarkan hasil yang kita dapatkan diacara workshop sebelumnya, mendorong kita membuat workshop internal bersama seluruh pegawai dan pemilik usaha. Beberapa gagasan kita lontarkan dan mendapat respon yang antusias dari semua pegawai. Beberapa poin penting terangkum dalam agenda tersebut:

- a. Pentingnya membuat kategorisasi atas produk-produk yang dihasilkan.
- b. Sudah saatnya produk diarahkan bukan hanya pada nilai guna akan tetapi pada nilai simbolik. Sebuah

- produk yang memasukkan unsure keunikan dan pesan yang kreatif.
- c. Perlunya ada satu produk yang diorientasikan lebih dulu kewilayah eksport.



Gambar 4. Suasana Workshop Peningkatan Kualitas Produk

Secara garis besar kategorisasi atas produk digambarkan dalam tabel dibawah ini:

No	Jenis Barang	Orientasi Pasar
1	Almari	Lokal Jatim
2	Tempat Tidur	Lokal Jatim
3	Tempat Rias	Nasional
4	Lampu Tidur	Internasional

Tabel diatas menggambarkan rencana 2 tahun kedepan. Tentunya kategorisasi itu dibuat berdasarkan kemungkinan persaingan yang terjadi. Dalam hal eksport, kami memutuskan fokus pada produksi lampu yang unik dan multi-fungsi. Selain untuk menerangi, lampu tersebut juga berguna untuk pengharum ruangan dan pengusir nyamuk. Dalam 2-3 tahun kedepan bisnis plan sudah kami susun untuk memasarkan hal tersebut ditingkat global.

Publikasi Media.

Media massa merupakan ruang promosi yang efektif dan menguntungkan. Tim bekerjasama dengan tim humas kampus berusaha mempublikasikan produk yang telah dibuat. Bekerjasama dengan LPPM UMSurabaya khususnya bidang Program Inovasi Mahasiswa, produk lampu yang telah dibuat disinergikan dengan temuan mahasiswa. Temuan yang dimaksud adalah ekstrak kulit durian yang bisa mengusir nyamuk. Lampu uniknya diproduksi oleh 2 usaha binaan dan cairan ekstrak diproduksi oleh mahasiswa. Dengan kolaborasi tersebut, beberapa stasiun televisi tertarik untuk meliput inovasi tersebut. Diataranya adalah:

- Acara Laptop si Unyil di Trans 7 yang secara langsung datang kekampus dan ke tempat produksi untuk mempublikasikannya.
- Acara Bigbang Show Andy F Noya Kompas TV mengundang tim dan mahasiswa untuk hadir dan mempresentasikan produknya.



Gambar 5. Suasana Pengambilan Gambar Laptop Si Unyil.

Ketercapaian Target.

Beberapa program sudah dijalankan, baik dari peningkatan manajemen maupun workshop menciptakan produk baru yang inovatif. Beberapa capaian telah diukur. Adapun capaiannya adalah sebagai berikut:

- a. Proses pembuatan produk lebih cepat karena menggunakan alat yang lebih modern. Bisa menghemat waktu 5-6 jam dalam pembuatan.
- b. Manajemen keuangan lebih tertata meskipun masih menggunakan pembukuan manual.
- c. Jangkauan promosi yang lebih luas karena memanfaatkan media.
- d. Sudah adanya kesadaran akan pentingnya bersaing di pasar luar negeri.
- e. Munculnya produk-produk baru yang akan dijual dipasaran.
- f. Adanya bisnis plan yang jelas tentang orientasi pasar disetiap produk.

Beberapa produk yang dihasilkan adalah:



SIMPULAN

Secara umum program IbPE pada tahapan ini telah berjalan dengan baik, kerjasama baik mitra dengan tim pelaksana sangat menunjang segala kegiatan yang telah dilaksanakan. Luaran yang telah dicapai adalah (1) Model baru produk meubel (2) Modernisasi alat pertukangan yang terbukti efektif; (3) desain lampu dan dekorasi fungsional untuk rumah; dan (4) sebuah peta promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, Hj., Irawati, R.H.dan Melati (ed) 2010. *Mengundang Badai: Untaian Kehidupan, tradisi dan Kerasi aktor Mebel Jepara*. CIFOR, Bogor Indonesia.
- Pattiwael, Judith Felicia. 1997. Februari. *Jurnal Bina Ekonomi*.
- Roda, Jean-Marc et al. 2007. *Atlas Industri mebel Kayu Jepara*. Harapan Prima; Jakarta.
- Roda, Jean-Marc et al. 2008. *Atlas Industri mebel Kayu Jepara*. Harapan Prima; Jakarta.
- Tulus Tambunan, 2006. *Perkembangan dan Daya Saing Ekspor Meubel Kayu Indonesia*. Working Paper Series No. 05. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.