

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF UNTUK PENGUATAN DESTINASI MICE DI KOTA MANADO

Abigail Wurangian*¹, Jeaneta J. Rumerung*², Arthur L. M. Karwur*³

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email : ¹abjwurangian@gmail.com, ²rumerung31016@gmail.com,
³arthurludwig21nov@gmail.com

ABSTRAK

Kota Manado memiliki potensi untuk menjadi destinasi MICE, namun berdasarkan observasi, ekonomi kreatif dan sektor industri kreatif di Kota Manado belum berkontribusi secara optimal dalam menunjang kegiatan MICE. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi industri kreatif yang berkaitan dengan kegiatan MICE di Kota Manado, memberikan gambaran mengenai ekonomi kreatif dan destinasi MICE Kota Manado serta mendeskripsikan pengembangan ekonomi kreatif yang berdampak pada penguatan destinasi MICE Kota Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kota Manado memiliki 10 sub sektor ekonomi kreatif. Faktor penunjang ekonomi kreatif untuk berkembang masih terkendala dengan sumber daya manusia seperti kompetensi pelaku UMKM, keterampilan tenaga kerja dan daya saing produk sejenis dengan daerah lain. Pemerintah Kota Manado telah melakukan pengembangan ekonomi kreatif seperti pelatihan, bimbingan teknis, sosialisasi, pendampingan bagi pelaku UMKM Ekonomi kreatif. Melalui instansi terkait, menyediakan tempat Sentra IKM dan UMKM di Kayu Bulan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam proses produksi untuk menghasilkan produk berkualitas dengan *packaging* yang menarik. Pengembangan ekonomi kreatif yang optimal dapat menunjang penguatan destinasi MICE di Kota Manado yang di upayakan melalui : menghasilkan produk berkualitas dengan mutu terjamin, optimalisasi strategi pemasaran, dan menjalin kerja sama Triple Helix.

Kata kunci : Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, Penguatan Destinasi MICE

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi daerah mendapat kontribusi dari sektor pariwisata termasuk didalamnya industri MICE dan ekonomi kreatif. MICE adalah akronim dari *Meeting, Incentive, Convention*, dan *Exhibition* merupakan jenis kegiatan dalam industri pariwisata yang telah direncanakan secara matang oleh suatu kelompok yang memiliki tujuan yang sama dalam penyelenggaraan kegiatan tersebut. MICE merupakan bisnis

yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi bagi suatu daerah. Keunggulan dikembangkan industri MICE di Indonesia antara lain dapat mendukung potensi daerah sebagai destinasi MICE.. Penyelenggaraan event MICE di daerah destinasi MICE memberikan manfaat langsung terhadap potensi ekonomi daerah. Keunggulan lainnya adalah mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif.

Menurut Herawati, Rudatin, Akbar (2014) Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Dalam Ekonomi Kreatif terdapat Industri Kreatif yang menjadi motor penggerak. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2009), industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi serta daya cipta individu tersebut. Industri kreatif memerlukan mesin penggerak agar bisa berjalan dengan baik, terpelihara dan terus melakukan variasi serta modifikasi. Salah satu mesin penggeraknya adalah industri MICE.

MICE juga merupakan metode atau cara mempromosikan, memasarkan, dan menjual langsung produk kepada *customer* baik nasional maupun internasional. Salah satu cara untuk mempromosikan, memasarkan, dan menjual produk – produk tersebut adalah dengan menyelenggarakan *event*. Berbagai *event* MICE berskala internasional yang diselenggarakan di Indonesia diharapkan dapat menjadi media untuk mempromosikan produk-produk kreatif Indonesia. Berbagai jenis produk ekonomi kreatif yang dipamerkan akan mendorong tumbuhnya pelaku kreatif sehingga mampu mendukung ekonomi regional dan nasional. Dua keunggulan ini mengandung makna bahwa ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam menunjang perkembangan industri MICE termasuk di Kota Manado.

Kota Manado memiliki potensi untuk menjadi destinasi MICE yang memiliki keunggulan bersaing apabila ditunjang dengan sektor industri kreatif yang erat kaitannya dengan kegiatan *meeting, incentive, conference* dan *exhibition* (MICE). Potensi Kota Manado sebagai destinasi MICE dikarenakan Kota Manado merupakan pintu gerbang perdagangan Internasional di Indonesia Timur destinasi MICE yang potensial, namun daya saing Kota Manado sebagai destinasi MICE masih rendah jika dibandingkan dengan

destinasi lainnya di Indonesia seperti Bali, Jakarta, Yogyakarta dan Bandung. Destinasi MICE Kota Manado belum memiliki kekuatan yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mengikuti kegiatan MICE. Penyelenggaraan event MICE berskala Nasional dan Internasional masih terpusat di Bali dan Jakarta. Salah satu upaya untuk memperkuat daya saing destinasi MICE Kota Manado adalah melalui pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan observasi, ekonomi kreatif dan sektor industri kreatif di Kota Manado belum berkontribusi secara optimal dalam menunjang kegiatan MICE. Kualitas sumber daya manusia yaitu pelaku industri kreatif masih rendah karena belum memiliki kompetensi yang dibutuhkan industri kreatif. Hal ini dapat dilihat dari varian dan kualitas produk yang dihasilkan dan dijual di pasar lokal Kota Manado. Pemerintah Kota Manado melalui program kerjanya telah berupaya untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku industri kreatif namun belum menyentuh sampai keseluruhan UMKM karena keterbatasan anggaran/dana yang dialokasikan untuk sektor ekonomi kreatif. Industri kreatif di Kota Manado belum diberdayakan secara optimal untuk menunjang kegiatan MICE yang diselenggarakan di Kota Manado. Hal ini disebabkan karena masih ada para Pelaku UMKM industri kreatif yang kurang pemahaman mengenai kegiatan MICE dan destinasi MICE.

Terdapat hubungan yang erat antara industri kreatif sebagai bagian dari ekonomi kreatif dengan industri MICE, sehingga pengembangan ekonomi kreatif melalui industri kreatif dapat berdampak pada peningkatan industri MICE. Namun hal ini belum dipahami dengan baik oleh pelaku UMKM industri kreatif. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2013) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang terkait dengan masalah sosial. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada setting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial kedalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Analisa data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif

dan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu Teknik perencanaan strategi yang dilakukan dengan menganalisis dan mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, serta ancaman dengan mempertimbangan faktor eksternal dan faktor internal suatu usaha atau bisnis.

. Analisa dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Untuk memperoleh data dan informasi dilakukan dengan menggunakan empat macam Teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Observasi

Penulis melakukan observasi di tempat penelitian Kota Manado khususnya UMKM industri kreatif yang terkait dengan kegiatan MICE. Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Menurut Raco J. R (2010) observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan Teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan Teknik wawancara semiterstruktur (*Semistruktur Interview*) dengan jenis wawancara *in – dept interview*.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2014) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

4. Triangulasi

Menurut Sugiyono (2014) teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah Teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai Teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Hal ini berarti peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang berbeda – beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Ekonomi Kreatif Kota Manado

Perkembangan ekonomi kreatif kota Manado terus meningkat pada 3 tahun terakhir, pada tahun 2021 sebanyak 4 sub sektor ekonomi kreatif, yaitu : kuliner, kriya, fashion, fotografi yang memiliki pelaku UMKM terbanyak di kota Manado. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan observasi dan wawancara, pada tahun 2023 terdapat 10 sub sektor ekonomi kreatif di kota Manado, yaitu : Kriya, Fashion, Musik, Seni Pertunjukan, Aplikasi Game, Desain Produk, Fotografi, Seni Rupa, Kuliner, Fotografi.

2. Deskripsi Destinasi MICE Kota Manado

Salah satu indikator yang menggambarkan destinasi MICE adalah atribut destinasi. Atribut destinasi merupakan salah satu yang dipertimbangkan untuk memilih destinasi sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Menurut Kang, dkk (2005) yang dikutip Marsianus Raga (2019), atribut destinasi terdiri dari aksesibilitas, atraksi wisata, biaya, fasilitas, citra, layanan informasi, keselamatan dan keamanan serta pelayanan. Sedangkan pendapat dari Lee & Back (2007), atribut destinasi terdiri dari aksesibilitas, atraksi wisata atau hiburan, keterjangkauan mengenai harga dan biaya, lingkungan alam, ketersediaan fasilitas untuk penyelenggaraan MICE, citra destinasi, keselamatan dan keamanan dalam pelaksanaan kegiatan MICE dan kualitas layanan dalam penyelenggaraan MICE. Deskripsi destinasi MICE Kota Manado, mengacu pada beberapa atribut sebagai berikut :

a. Aksesibilitas

Akses ke destinasi Kota Manado menjadi lebih mudah dijangkau karena Kota Manado merupakan pintu gerbang perdagangan internasional di Indonesia Timur melalui bandar udara Internasional Sam Ratulangi. Pembukaan rute jalur penerbangan langsung Manado-Jepang merupakan peluang untuk aksesibiliti kegiatan MICE.

b. Atraksi

Atraksi melalui seni pertunjukan tarian yang mengandung unsur budaya berbagai etnis di Kota Manado, musik tradisional seperti kolintang, perayaan Cap Go Meh

merupakan atraksi yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung termasuk untuk mengikuti kegiatan MICE.

c. Biaya Yang Terjangkau

Destinasi MICE Kota Manado memiliki berbagai fasilitas dan sarana penunjang dengan harga/biaya yang terjangkau. Harga jasa perhotelan, biaya masuk ke objek wisata, harga produk industri kreatif, pelayanan restoran cukup murah dibandingkan daerah lain karena Manado merupakan pusat perbelanjaan di provinsi Sulut

d. Fasilitas

Salah satu unsur penunjang kegiatan MICE adalah fasilitas yang dimiliki di daerah destinasi. Berbagai fasilitas tersedia di Kota Manado, seperti gedung konvensi, akomodasi hotel berbintang yang representatif, transportasi, peralatan dan perlengkapan kegiatan MICE.

3. Penguatan Destinasi MICE Kota Manado Melalui Ekonomi Kreatif

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapatkan di lokasi penelitian melalui observasi dan wawancara dengan pihak pemerintah, pihak pelaku UMKM, dan Organisasi Dewan Kerajinan Sulawesi Utara, maka dapat dirumuskan faktor – faktor internal dan eksternal ekonomi kreatif di Kota Manado melalui analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Kualitas produk baik	1. Bahan baku beberapa produk lebih murah di daerah Jawa
2. Produk kerajinan <i>handmade</i>	2. Harga beberapa produk sejenis lebih murah di pasar luar Kota Manado
3. Bahan baku produk kerajinan turunan kelapa murah	3. Produksi terbatas karena keterbatasan dana
4. Lokasi usaha mudah dijangkau	4. Kurangnya minat konsumen terhadap beberapa produk
5. Pelaku usaha Ekraf mendapatkan pelatihan, Bimtek dan pendampingan	5. Persaingan semakin pesat
6. Desain produk memiliki ciri khas daerah	6. Harga produk <i>handmade</i> cukup tinggi
7. Pemasaran produk melalui pameran lokal, nasional dan internasional	7. Motivasi pelaku UMKM kadang menurun
8. Memiliki komunitas UMKM Ekraf	8. Keterbatasan tenaga kerja yang kompeten
9. Pelaku UMKM mengikuti pameran nasional dan internasional	9. Upah tenaga kerja cukup tinggi
	10. Belum memiliki PIRT, Ijin Halal

10.Sentra IKM dan UMKM di Jl. Kayu Bulan	
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1. Perkembangan Ekraf Kota Manado meningkat pada 3 tahun terakhir 2. Pemkot Manado menyediakan sarana dan prasarana penunjang: Sentra IKM dan UKM 3. Program strategis Dewan Kerajinan Daerah Kota Manado untuk pengembangan industri kreatif 4. Kota Manado sebagai pintu gerbang perdagangan internasional di Indonesia Timur 5. Peluang pasar dengan pembukaan rute penerbangan Manado-Tokyo 6. Dampak positif kegiatan MICE sebagai pendorong Ekraf	1. Persaingan harga produk yang semakin kompetitif 2. Produk sejenis yang lebih murah di daerah lain 3. Masuknya produk dari luar daerah 4. Kepercayaan perbankan berkurang karena kredit macet 5. Kurangnya kesadaran pengurusan dokumen penting : PIRT, Ijin Halal, HKI 6. Strategi pemasaran pesaing lebih kreatif dan inovatif 7. Kurangnya kegiatan MICE Nasional dan Internasional di Kota Manado

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dapat dirumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif Kota Manado melalui matriks SWOT yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO •Berinovasi dalam desain dan varian produk •Adanya jaminan kualitas dan mutu produk •Mengoptimalkan pemanfaatan sarana dan prasana Sentra IKM dan UMKM •Meningkatkan kompetensi sesuai kebutuhan usaha •Memperluas pasar internasional dengan strategi pemasaran digital •Mengoptimalkan peran komunitas UMKM Ekraf •Melakukan survey pasar luar negeri	Strategi WO •Meningkatkan daya saing dengan lebih kreatif dan inovatif •Menonjolkan ciri khas produk dan meminimalisir kesamaan produk dengan daerah lain •Melakukan evaluasi strategi pemasaran secara berkala •Menggunakan media promosi berbasis teknologi informasi •Memotivasi pelaku UMKM untuk pengurusan PIRT, Ijin Halal dan HKI
Threats (T)	Strategi ST •Menetapkan harga produk yang kompetitif dengan kualitas yang baik	Strategi WT •Menyediakan bahan baku di daerah produksi

	•Membuat varian produk yang spesifik dan memiliki ciri khas daerah •Optimalisasi pemasaran produk ke luar daerah dan luar negeri •Peningkatan kompetensi pelaku UMKM Ekraf	•Meningkatkan kesadaran untuk mencintai produk dalam daerah •Menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan untuk peningkatan kompetensi •Menambah persyaratan rekrutmen tenaga kerja •Melakukan uji kompetensi karyawan melalui program sertifikasi
--	--	--

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Menurut Kottler Philip yang dikutip oleh Heri Setyawan, Djuni Akbar dan Christina L Rudatin (2014) ada 4 faktor yang menjadi kriteria destinasi MICE, yaitu : (1) *image marketing*, (2) *attractions*, (3) *infrastructure*, dan (4) *people*. Penguatan destinasi Kota Manado dihubungkan dengan ekonomi kreatif di upayakan dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan perekonomian daerah Kota Manado.

Melalui strategi pengembangan ekonomi dalam matriks SWOT maka dapat di deskripsikan penguatan destinasi MICE, yaitu :

a. Menghasilkan Produk Yang Berkualitas dan Mutu Terjamin

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi untuk mengikuti kegiatan MICE, sebagian besar akan membeli produk sebagai cendramata untuk dibawa pulang. Produk yang dihasilkan pelaku UMKM ekonomi kreatif harus memiliki standar mutu berkualitas. Salah satu faktor penjaminan mutu adalah dengan memiliki dokumen-dokumen seperti : Sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Ijin Halal dan HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Kebanyakan konsumen untuk produk kuliner akan mempertimbangkan standar seperti adanya PIRT, Ijin halal pada saat membeli produk. Kemasan produk dibuat menarik, higienis dan aman agar dapat menarik minat konsumen.

b. Optimalisasi Strategi Pemasaran

Pemasaran produk ekonomi kreatif dengan menggunakan berbagai media berbasis teknologi informasi dapat memberikan dampak positif untuk menarik minat wisatawan atau penyelenggara MICE untuk memilih Kota Manado sebagai destinasi dan tempat untuk menyelenggarakan kegiatan MICE. Salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk berkunjung ke destinasi, ketika mendapatkan informasi bahwa di daerah tersebut tersedia

berbagai produk yang menarik, tersedia objek wisata yang indah, dan restoran dengan makanan khas daerah.

c. Menjalin Kerja Sama Triple Helix

Penguatan destinasi MICE dapat di upayakan dengan menjalin kerja sama beberapa pihak seperti : pemerintah, pelaku UMKM Ekraf dan akademisi. Masing-masing pihak berperan untuk melaksanakan program kerja sama pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif sebagai faktor penggerak industri MICE yang berkembang secara optimal akan memperkuat destinasi MICE Kota Manado.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kota Manado memiliki 10 sub sektor ekonomi kreatif meskipun saat ini belum tersedia data jumlah ekonomi kreatif di Kota Manado. Adapun sub sektor ekonomi kreatif Kota Manado yaitu : Kriya, Fashion, Musik, Seni Pertunjukan, Aplikasi Game, Desain Produk, Fotografi, Seni Rupa, Kuliner, Fotografi.

Faktor penunjang ekonomi kreatif untuk berkembang masih terkendala dengan sumber daya manusia seperti kompetensi pelaku UMKM, keterampilan tenaga kerja dan daya saing produk sejenis dengan daerah lain.

Peran pemerintah Kota Manado untuk pengembangan ekonomi kreatif melalui kegiatan – kegiatan seperti : pelatihan, bimbingan teknis, sosialisasi, pendampingan bagi pelaku UMKM ekonomi kreatif. Melalui instansi terkait, menyediakan tempat Sentra IKM dan UMKM di Kayu Bulan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam proses produksi untuk menghasilkan produk berkualitas dengan packaging yang menarik.

Penguatan destinasi MICE Kota Manado ditunjang dengan pengembangan ekonomi kreatif secara optimal. Penguatan destinasi Kota Manado dihubungkan dengan ekonomi kreatif di upayakan melalui : menghasilkan produk berkualitas dengan mutu terjamin, optimalisasi strategi pemasaran, dan menjalin kerja sama Triple Helix.

Saran

1. Program pelatihan, Bimbingan teknis, pendampingan dilaksanakan secara merata ke semua pelaku UMKM ekonomi kreatif melalui pengaturan kuota peserta pelatihan secara merata sehingga semua pelaku UMKM mendapatkan kesempatan yang sama.

2. Pemerintah Kota Manado dan Organisasi Dewan Kerajinan Sulawesi Utara memotivasi pelaku UMKM agar memiliki kesadaran untuk mendapatkan Sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Ijin Halal dan mendaftarkan produk yang diciptakan untuk mendapatkan HKI (Hak Kekayaan Intelektual).
3. Pelaku UMKM berinovasi secara terus menerus dalam mengembangkan produk industri kreatif, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam berinovasi, agar memiliki daya saing yang kuat secara nasional dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell J. W, 2013 . *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia: “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015”, Deperdag RI, 2009.
- Herawati, Rudatin dan Akbar, 2014. “Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif”, *Epigram*, Vol.11 No.2 Oktober 2014:95-102
- Heri Setyawan, Djuni Akbar dan Christina L Rudatin. Penegembangan Destinasi MICE di Jakarta dan Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 1, Juni 2013:37-44
- Lee, M.J. & Back, K. (2007). Effects of Destination Image on Meeting Participation Intention: Empirical Findings from a Professional Association and Its Annual Convention. *The Service Industries Journal*.
- Marsianus Raga (2019), Peran Atribut Destinasi Terhadap Pembentukan Cita Kota Bandung Sebagai Destinasi MICE di Indonesia, *Jurnal Kepariwisata : Hospitalitas Dan Perjalanan* Volume 3 Nomor 1, 2019:41-53
- Raco J. R 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta