



Pengembangan Usaha Kelompok Pengrajin Keris di Desa Aeng Tong Tong dan Desa Palongan Kabupaten Sumenep

Bambang Tjahjadi¹, Noorlailie Soewarno², Agus Widodo Mardijuwono³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Jl. Airlangga No.4 Surabaya 60286, Indonesia

E-mail: bambang.tjahjadi@feb.unair.ac.id¹, noorlailie-s@feb.unair.ac.id², agus-w-m@feb.unair.ac.id³

Article History:

Received: 03-07-2023

Revised: 18-07-2023

Accepted: 18-07-2023

Abstract:

Desa Aeng Tong Tong merupakan desa terdepan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya keris, diikuti oleh desa-desa lainnya, seperti Desa Palongan. Berdasarkan hal tersebut maka desa Aeng Tong Tong dan desa Palongan dijadikan sebagai sasaran program Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Program ini merupakan kelanjutan dari hasil kajian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Pusat Tata Kelola dan Daya Saing (PTD) Universitas Airlangga bekerja sama dengan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan pada tahun 2017. Beberapa permasalahan dirasa cukup mengganggu kelancaran pengembangan wirausaha ekonomi kreatif berbasis budaya keris, antara lain masalah regulasi, SDM & organisasi, produksi, pemasaran dan permodalan. Dalam menangani permasalahan ini, dilakukan melalui serangkaian lokakarya dan pendampingan, serta membangun pola pikir/mindset masyarakat desa tentang usaha keris dan jasa lainnya dengan meningkatkan kerjasama dalam nilai gotong royong terutama bagaimana membangun tim super yang terdiri dari 2 (dua) desa.

Keywords:

Pengembangan Usaha, Pengrajin Keris, UKM Berbasis Budaya, Desa Keris, Desa Berbasis Budaya Keris

Pendahuluan

Keris adalah budaya asli bangsa Indonesia. UNESCO telah mengakui keris sebagai warisan dunia dalam *the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity* yang diproklamasikan pada tahun 2005. Pengakuan UNESCO ini menuntut Bangsa Indonesia untuk melestarikan dan mengembangkan budaya keris dalam kehidupan sehari-hari.

Desa Aeng Tong Tong merupakan desa terdepan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya keris, kemudian diikuti oleh desa-desa lainnya. Tradisi pembuatan keris di Madura sudah merupakan warisan turun temurun sejak sebelum Kerajaan Majapahit dulu. Empu-empu pembuat keris yang terkenal jaman kerajaan Singasari, Kediri, dan Majapahit hidup di Madura, seperti Empu Kasa dan Empu Supa.

Berdasarkan hal tersebut maka desa Aeng Tong Tong dan desa Palongan dijadikan sebagai khalayak sasaran Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Program ini merupakan kelanjutan atas hasil kajian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Pusat Tatakelola dan Dayasaing (PTD) Universitas Airlangga bekerjasama dengan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan pada tahun 2017. Pada program pengabdian ini ke-2 desa tersebut merupakan mitra sharing serta narasumber untuk pengembangan program pengabdian masyarakat kedepan.

Profil Desa Aeng Tongtong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep memiliki geografi yang terletak di wilayah Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Desa Aeng Tongtong memiliki luas wilayah 202.3 Ha dengan jumlah dusun sebanyak 3. Jumlah penduduk pada tahun 2015 berjumlah 1.509 jiwa yang terdiri 673 jiwa laki-laki dan 836 jiwa perempuan. Desa Aeng Tongtong memiliki industri kerajinan rumah tangga terbesar di kecamatan Saronggi yaitu sebanyak 260 industri, dan industri terbanyak didominasi sebanyak 75% adalah kerajinan keris dan warangkanya. Bahkan dikenal sebagai Sentra Keris terbesar di Indonesia bahkan se-Asia. Selain itu di Desa Aeng Tongtong, aktivitas masyarakatnya adalah pertani sebesar 10% dan sisanya berprofesi lain-lain. Sektor pertanian dan perkebunan hasil utamanya adalah tembakau. Sementara untuk profil Desa Aeng Baja Raja, Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep memiliki letak geografi terletak di wilayah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Desa Palongan memiliki luas wilayah 163.66 Ha dengan jumlah Rukun Warga 6 dan Rukun Tetangga 12. Penduduknya pada tahun 2015 berjumlah 1.857 jiwa yang terdiri 899 jiwa Laki-laki dan 958 jiwa Perempuan dengan tingkat kepadatan penduduk per Km² adalah 1.132,32. Kegiatan ekonomi sebagian besar masyarakatnya adalah bertani tembakau. Disamping bertani tembakau, masyarakat sekitar menekuni pekerjaan sebagai pengrajin keris dan warangka keris untuk menambah pendapatan ekonomi.

Pembuat keris dan tosan aji lainnya di kedua desa dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tingkatan, yaitu:

- a. Pengrajin Keris, yaitu mereka yang membuat keris-keris souvenir. Keris souvenir umumnya berkualitas paling rendah, dibuat secara massal, dan berharga paling murah;
- b. Pembuat Keris, yaitu mereka yang membuat keris-keris tematik (naga sasra, sabuk inten, dan sebagainya) berdasarkan permintaan pasar atau pesanan pihak tertentu. Keris ini berkualitas bagus, tidak diproduksi secara massal karena memiliki kerumitan dan keahlian tertentu, dan berharga relatif mahal;
- c. Empu Keris, yaitu mereka yang membuat keris dengan tingkatan pusaka. Keris pusaka dipesan oleh orang tertentu dan pembuatannya disesuaikan dengan karakter serta keinginan khusus pemesannya. Oleh karena itu, seorang empu harus menjalani ritual tertentu selama pembuatan keris pusaka, seperti berpuasa, bersemedi, selamatan, dan lainnya.

Di samping pengrajin, pembuat, dan empu keris terdapat seniman pembuat asesoris keris seperti warangka (tempat menyimpan bilah keris) dan deder (hulu atau pegangan keris). Jumlah pengrajin, pembuat dan empu dari ketiga desa tersebut sekitar 600-an orang. Mereka menghasilkan keris souvenir, keris pesanan/tematik, keris pusaka, arangka dan deder. Produksi keris Madura telah tersebar di seluruh pelosok tanah air, bahkan telah sampai ke mancanegara, seperti Malaysia, Brunei, Thailand, dan lainnya.

Beberapa permasalahan dirasakan cukup mengganggu kelancaran membangun wirausaha ekonomi kreatif berbasis budaya keris, antara lain: (1) Permasalahan Regulasi berupa peraturan tentang senjata tajam, serta peraturan tentang cagar budaya, (2) Permasalahan Sumber Daya Manusia & Organisasi; Permasalahan SDM yang paling penting dalam kesinambungan (sustainability) ekonomi kreatif berbasis budaya keris ini adalah regenerasi yang belum sistematis. Generasi empu biasanya sudah senior atau berusia lanjut karena menjadi seorang empu tidaklah mudah. Hal ini membuat jumlah empu keris tidaklah banyak (hanya 5% dari jumlah keseluruhan orang yang terlibat bisnis keris). Proses regenerasi dari pengrajin menjadi pembuat dan pembuat menjadi empu memerlukan sistem pengaderan secara sistematis bila ingin kegiatan ini tetap berlanjut, (3) Permasalahan organisasi lebih dipicu oleh persaingan dan ketidakpercayaan antar pengrajin, pembuat, dan empu. Mereka cenderung

bekerja secara individual daripada bekerjasama membentuk tim, (4) Permasalahan Produksi ; Permasalahan produksi meliputi keterbatasan bahan baku keris, keterbatasan alat, serta keterbatasan pengetahuan proses produksi. Alih pengetahuan proses pembuatan keris, terutama keris pusaka, untuk sebagian orang masih dianggap ilmu rahasia (ilmu sinengker) meskipun hal tersebut tidak seketar jaman dahulu, (5) Permasalahan Pemasaran; Permasalahan pemasaran meliputi aspek-aspek produk, harga, distribusi dan branding. Aspek produk terletak pada banyaknya pembuat keris komoditi yang bercirikan serupa dalam hal kualitas. Aspek harga menyangkut keris komoditi harganya cenderung murah sehingga memicu persaingan yang sangat ketat dan cenderung merugikan masyarakat desa itu sendiri. Aspek distribusi menyangkut kesulitan distibusi akibat peraturan dan perundangan senjata tajam dan benda cagar budaya. Ketergantungan terhadap pedagang perantara yang juga masih tinggi juga menghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Aspek branding menyangkut kesulitan membangun persepsi adanya keris unik berharga premium (branded), persepsi negatif masyarakat bahwa keris barang syirik, lemah membaca potensi pasar yang lebih luas dan hanya menunggu pesanan saja, dan (6) Permasalahan Modal ; Permasalahan permodalan juga terjadi seperti pada usaha kecil dan menengah umumnya, yaitu: tidak bankable, tidak mempunyai cadangan modal dan tidak mempunyai business plan.

Metode

Untuk pencapaian target luaran yang telah direncanakan sebelumnya, metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan program pengabdian masyarakat ini antara lain sebagai berikut :

1. Persiapan
Pada tahap persiapan ini dilakukan telaah pustaka baik dari literatur maupun dari penelitian sebelumnya untuk menyusun rancangan penelitian pengabdian masyarakat.
2. Pelaksanaan kegiatan
Pelaksanaan kegiatan meliputi kegiatan mengidentifikasi kondisi terkini dan masalah pada masyarakat desa Aeng Tong Tong dan desa Palongan dengan melakukan survei dan wawancara lapangan dengan responden antara lain anggota pelaksana, tokoh masyarakat desa, dan kepala Desa Aeng Tong Tong dan kepala desa Palongan.
3. Konfirmasi dan elaborasi kegiatan
4. Konfirmasi dan elaborasi dengan melakukan wawancara lapangan pada responden yaitu anggota pelaksana, tokoh masyarakat desa, dan kepala Desa Aeng Tong Tong dan kepala desa Palongan.

Hasil

Selain menjanjikan potensi besar secara ekonomi, beberapa permasalahan dan hambatan dirasakan oleh masyarakat kedua desa seperti yang telah diuraikan pada pendahuluan. Hambatan yang dirasa cukup mengganggu kelancaran membangun wirausaha ekonomi kreatif berbasis budaya keris, antara lain:

1. Hambatan Regulasi

Salah satu hambatan utama melakukan usaha ekonomi kreatif berbasis budaya keris adalah aspek hukum/regulasi. Undang-Undang Darurat Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1951 tentang Mengubah "Ordonnantietijdelike Bijzondere Strafbepalingen" (Stbl. 1948 Nomor 17) Dan Undang-Undang Republik Indonesia Dahulu Nomor 8 Tahun 1948 di pasal 2 mengatakan (www.kejari-palembang.org).

“(1) Barang siapa yang tanpa hak memasukkan ke Indonesia, membuat, menerima, mencoba memperolehnya, menyerahkan atau mencoba menyerahkan, menguasai, membawa, mempunyai persediaan padanya atau mempunyai dalam miliknya, menyimpan, mengangkut, menyembunyikan, mempergunakan atau mengeluarkan dari Indonesia sesuatu senjata pemukul, senjata penikam, atau senjata penusuk (slag-, steek-, of stootwapen), dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun”.

“(2) Dalam pengertian senjata pemukul, senjata penikam atau senjata penusuk dalam pasal ini, tidak termasuk barang-barang yang nyata-nyata dimaksudkan untuk dipergunakan guna pertanian, atau untuk pekerjaan-pekerjaan rumah tangga atau untuk kepentingan melakukannya dengan syah pekerjaan atau yang nyata-nyata mempunyai tujuan sebagai barang pusaka atau barang kuno atau barang ajaib (merkwaardigheid)”

Penegak hukum di lapangan masih silang pendapat tentang apakah keris sebagai senjata tajam atau bukan. Persepsi penegak hukum yang simpang siur dan memasukkan keris dalam kategori senjata tajam membuat distribusi keris keluar dari desa mengalami kendala perijinan dan kendala hukum. Adanya hambatan akibat simpang siur persepsi penegak hukum dikeluhkan Kepala Desa Aeng Tong-Tong berikut:

“Saya sudah bolak balik ke kantor polisi untuk mengeluarkan warga saya yang membawa keris. Ada polisi yang beranggapan bahwa keris adalah senjata tajam. Kadang tengah malam saya ditelpon warga kalau mereka ditangkap polisi. Akhirnya banyak di antara kita kucing-kucingan kalau membawa keris keluar dari Madura. Mohon Bapak bisa membantu masalah ini”

Di samping peraturan tentang senjata tajam, hambatan lain datang dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, pasal 5 yang berbunyi: “Benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria: (1) berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih; (2) mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun; (3) memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan; dan (4) memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa”.

Penegak hukum di lapangan juga mengalami kesulitan menentukan apakah sebilah keris termasuk pada benda cagar budaya atau bukan karena tidak memiliki pengetahuan untuk dapat mengetahui usia keris tersebut. Hal ini juga menghambat distribusi keris sebagai produk seni budaya yang dapat ekspor ke luar negeri. Mereka yang terlibat dalam bisnis keris di ketiga desa juga tidak semuanya memahami bagaimana prosedur hukum berbisnis keris ini.

2. Hambatan Sumber Daya Manusia & Organisasi

Hambatan SDM yang paling penting dalam kesinambungan (sustainability) ekonomi kreatif berbasis budaya keris ini adalah regenerasi yang belum sistematis. Generasi empu biasanya sudah senior atau berusia lanjut karena menjadi seorang empu tidaklah mudah. Hal ini membuat jumlah empu keris tidaklah banyak (hanya 5% dari jumlah keseluruhan orang yang terlibat bisnis keris). Proses regenerasi dari pengrajin menjadi pembuat dan pembuat

menjadi empu memerlukan sistem pengaderan secara sistematis bila ingin kegiatan ini tetap berlanjut.

Hambatan Organisasi lebih dipicu oleh persaingan dan ketidakpercayaan antar pengrajin, pembuat, dan empu. Mereka cenderung bekerja secara individual daripada bekerjasama membentuk tim. Adanya komunitas-komunitas perkerisan memang banyak membantu dalam melakukan koordinasi antar warga masyarakat, akan tetapi komunitas tidak memiliki sistem manajemen seperti organisasi ekonomi dalam hal wewenang dan tanggungjawab bisnis. Wadah-wadah ekonomi yang profesional dalam bentuk BUMDes, Koperasi, atau Kelompok Bisnis sangat penting perannya agar pengrajin, pembuat, dan empu memiliki posisi tawar yang lebih kuat dibanding sekarang bila berhadapan dengan pedagang atau pihak lainnya.

3. Hambatan Produksi

Hambatan produksi meliputi keterbatasan bahan baku keris, keterbatasan alat, serta keterbatasan pengetahuan proses produksi. Alih pengetahuan proses pembuatan keris, terutama keris pusaka, untuk sebagian orang masih dianggap ilmu rahasia (ilmu sinengker) meskipun hal tersebut tidak seketat jaman dahulu.

4. Hambatan Pemasaran

Hambatan pemasaran meliputi aspek-aspek produk, harga, distribusi dan branding. Aspek produk terletak pada banyaknya pembuat keris komoditi yang bercirikan serupa dalam hal kualitas. Aspek harga menyangkut keris komoditi harganya cenderung murah sehingga memicu persaingan yang sangat ketat dan cenderung merugikan masyarakat desa itu sendiri. Aspek distribusi menyangkut kesulitan distibusi akibat peraturan dan perundangan senjata tajam dan benda cagar budaya. Ketergantungan terhadap pedagang perantara yang juga masih tinggi juga menghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Aspek branding menyangkut kesulitan membangun persepsi adanya keris unik berharga premium (*branded*), persepsi negatif masyarakat bahwa keris barang syirik, lemah membaca potensi pasar yang lebih luas dan hanya menunggu pesanan saja.

5. Hambatan Modal

Hambatan permodalan juga terjadi seperti pada usaha kecil dan menengah umumnya, yaitu:

- a. Tidak memenuhi syarat pengajuan kredit ke bank (tidak bankable) karena tidak ada catatan pembukuan atau jaminan;
- b. Tidak mempunyai cadangan modal untuk memproduksi keris-keris premium (*branded*) dan lebih banyak mengandalkan *down payment* dari pemesan untuk memproduksi keris;
- c. Tidak mempunyai rencana bisnis (*business plan*) dalam berusaha sehingga terkesan “asal jalan” atau sporadis dalam berbisnis.

Kedua desa sudah memiliki modal dasar dalam bentuk nilai-nilai kearifan lokal, kejeniusan lokal, dan kekuatan lokal dalam seni budaya keris. Nilai-nilai gotong-royong juga sangat kental pada masyarakat Madura.

Saat ini, masyarakat kedua desa memposisikan diri sebagai penggiat budaya keris. Sebenarnya, kemampuan mereka tidak sekedar membuat keris, tetapi mampu membuat segala macam senjata di seluruh nusantara (kujang, badik, rencong, karambit, dsb), dan senjata-senjata tradisionil bangsa-bangsa lain di Asia, bahkan dunia. Seharusnya, posisi di masa depan mereka perlu didorong dan diarahkan untuk memenuhi pasar dunia dengan memanfaatkan teknologi internet.

Keahlian dan kemampuan membuat keris dan tosan aji lainnya merupakan sumber daya yang sangat berpotensi menjadi sumber keunggulan bersaing. Hal tersebut dikarenakan merupakan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, tidak tergantikan, tetapi memang belum dikelola secara profesional sehingga kurang memberikan manfaat secara optimal.

Diskusi

Untuk membangun kemandirian desa secara ekonomi, desa harus memiliki sumber daya (*asset, skills, capabilities*) besar sebagai sumber kemandirian ekonomi dan mencetak generasi wirausaha (*entrepreneur*).

Potensi Ekonomi Desa ; Sumber daya ASSETS berupa tanaman tembakau sebagai komoditas yang dikenal sebagai “daun emas” selama ini memang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mengubah perilaku petani di Kabupaten Sumenep. Sumber daya SKILLS berupa keahlian membuat keris dan tosan aji lainnya (tombak, badik, rencong, dan lainnya) baik pada tingkatan souvenir, tematik, maupun pusaka juga mampu menjadi landasan bisnis ekonomi kreatif berbasis budaya Indonesia yang telah diakui UNESCO. Sumber daya CAPABILITIES berupa kemampuan untuk menyusun dan mengeksekusi strategi bisnis perlu dikembangkan agar memperlancar jalan menuju kesejahteraan masyarakat desa.

Desa Aeng Tong Tong merupakan desa terdepan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya keris, kemudian diikuti oleh desa-desa lainnya. Tradisi pembuatan keris di Madura sudah merupakan warisan turun temurun sejak sebelum Kerajaan Majapahit dulu. Empu-empu pembuat keris yang terkenal jaman kerajaan Singasari, Kediri, dan Majapahit hidup di Madura, seperti Empu Kasa dan Empu Supa.

Pembuat keris dan tosan aji lainnya di ketiga desa dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tingkatan, yaitu:

1. Pengrajin Keris, yaitu mereka yang membuat keris-keris souvenir. Keris souvenir umumnya berkualitas paling rendah, dibuat secara massal, dan berharga paling murah;
2. Pembuat Keris, yaitu mereka yang membuat keris-keris tematik (naga sasra, sabuk inten, dan sebagainya) berdasarkan permintaan pasar atau pesanan pihak tertentu. Keris ini berkualitas bagus, tidak diproduksi secara massal karena memiliki kerumitan dan keahlian tertentu, dan berharga relatif mahal;
3. Keris, yaitu mereka yang membuat keris dengan tingkatan pusaka. Keris pusaka dipesan oleh orang tertentu dan pembuatannya disesuaikan dengan karakter serta keinginan khusus pemesannya. Oleh karena itu, seorang empu harus menjalani ritual tertentu selama pembuatan keris pusaka, seperti berpuasa, bersemedi, selamatan, dan lainnya.

Di samping pengrajin, pembuat, dan empu keris terdapat seniman pembuat asesoris keris seperti warangka (tempat menyimpan bilah keris) dan deder (hulu atau pegangan keris). Jumlah pengrajin, pembuat dan empu dari ketiga desa tersebut sekitar 600-an orang. Mereka menghasilkan keris souvenir, keris pesanan/tematik, keris pusaka, arangka dan deder. Produksi keris Madura telah tersebar di seluruh pelosok tanah air, bahkan telah sampai ke mancanegara, seperti Malaysia, Brunei, Thailand, dan lainnya.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil kegiatannya adalah sebagai berikut :

1. Para wirausaha berskala kecil dan menengah berbasis keris dan tosan aji lainnya di Desa Aeng Tong Tong, dan Palongan masih memerlukan keberpihakan dari berbagai pihak, khususnya pemerintah. Masyarakat di 2 (desa) desa saat ini sudah menjadi generasi wirausaha (*entrepreneur*) dan perlu dikembangkan lebih lanjut (*start up-smart up-scale up*). Peran Pemerintah diperlukan sebagai fasilitator dan regulator yang baik. Jangan sampai generasi wirausaha yang sudah terbentuk saat ini berubah menjadi generasi buruh dan eksodus dari desa menuju ke kota-kota besar;
2. Terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi masyarakat 2 (dua) desa dalam pengembangan potensi desa keris dan tosan aji, yaitu hambatan regulasi terkait senjata tajam dan produk cagar budaya, hambatan SDM dan organisasi, hambatan produksi, hambatan pemasaran, dan hambatan modal;

Desa Aeng Tong Tong, dan Palongan telah memiliki salah satu faktor strategis sebagai competitive identity kuat yaitu Desa Keris dan Tosan Aji yang dapat digunakan sebagai sumber keunggulan bersaing, Village Branding dan Destination Branding.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kami ucapan kepada Universitas Airlangga serta masyarakat Desa Aeng Tong dan Desa Palongan atas kontirubusi yang besar sehingga artikel ini dapat tersusun dan di publish.

Daftar Referensi

- Aaker, D. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review* 38 (3): 102–120.
- Anholt, Simon (2010-01-23). *Places: Identity, Image and Reputation*. Palgrave Macmillan. ISBN 978-0-230-23977-7.
- Anholt, Simon (2007-01-23). *Competitive Identity: the new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan. ISBN 978-0-230-50028-0.
- Anholt, Simon (2003). *Brand New Justice: the upside of global branding (paperback ed.)*. Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN 0-7506-5699-9.
- Kotler, P. Haider, D.H. & Rein, I. (1993). *Marketing Places*, New York: Free Press.
- Lucarelli, Andrea, Per-Olof Berg. (2011). "City branding: a state-of-the-art review of the research domain", produced by Andrea, *Journal of Place Management and Development*, Vol. 4 Iss: 1, pp.9 – 27.
- Nielsen, Poul A. (2014). "Performance Management, Managerial Authority, and Public Service Performance." *Journal of Public Administration Research and Theory*. 24(2):431–458.
- Porter, M.E., (1980). *"Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors"*. New York: The Free Press. ISBN 0-684-84148-7.
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press. ISBN 0-684-84146-0.
- Rahmad Yananda, Muhammad, (2016). Makalah Pelatihan & Sosialisasi Pembangunan Desa Berbasis Budaya, LKI.

Kecamatan Bluto (2013).http://kecamatanbluto.blogspot.co.id/2013/09/profil-kecamatan-bluto_8.html

Pertanian Bluto (2010). <http://bppbluto.blogspot.co.id/2010/03/seputar-sumenep.html>

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Republik Indonesia. Undang-Undang Darurat Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1951 tentang Mengubah "Ordonnantetijdelijke Bijzondere Strafbepalingen" (Stbl. 1948 Nomor 17). Undang Republik Indonesia Dahulu Nomor 8 Tahun 1948 di pasal 2 (www.kejari-palembang.org).