



# KEWIRAUSAHAAN UMKM **DI ERA DIGITAL**

Tim Penulis

Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini,  
Helin G Yudawisastra, Lu'lu Ul Maknunah, Hanik Amaria,  
Ferdinandus Lidang Witi, Nuryanti, Acai Sudirman.

Editor:

Debi Eka Putri, S.E., M.M.

Eka Purnama Sari, S.E., M.M.

# KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL

Tim Penulis

Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini,  
Helin G Yudawisastra, Lu'lu Ul Maknunah, Hanik Amaria,  
Ferdinandus Lidang Witi, Nuryanti, Acai Sudirman.

Editor:

Debi Eka Putri, S.E., M.M.  
Eka Purnama Sari, S.E., M.M.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL

Tim Penulis:

**Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini,  
Helin G Yudawisastra, Lu'lu Ul Maknunah, Hanik Amaria, Ferdinandus Lidang Witi,  
Nuryanti, Acai Sudirman.**

Desain Cover:

**Fawwaz Abyan**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Debi Eka Putri  
Eka Purnama Sari**

ISBN:

**978-623-459-116-3**

Cetakan Pertama:

**Juli, 2022**

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**Copyright © 2022**

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG**

**(Grup CV. Widina Media Utama)**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

## Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain rasa syukur, karena berkat rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul kewirausahaan UMKM ini telah dapat di terbitkan untuk dapat dikonsumsi oleh khalayak banyak. Popularitas UMKM kian menanjak di Indonesia, terutama setelah masa krisis ekonomi pada tahun 1997. UMKM sudah diatur dalam konstitusi negara UU Nomor 9 Tahun 1995 dan UU Nomor 20 Tahun 2005. Masyarakat luas menganggap bahwa UMKM adalah ‘penyelamat’ krisis ekonomi Indonesia karena memiliki peran besar dalam PDB.

UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM juga tidak hanya memberikan kontribusi yang besar pada PDB tiap tahunnya. Akan tetapi, bisnis ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bahkan, UMKM juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Di saat itu, banyak sekali bisnis yang tumbang akibat krisis ekonomi, namun aktivitas bisnis UMKM bisa tetap berjalan. Maka dari itu, masyarakat menyebut bahwa UMKM merupakan penyelamat bangsa di tengah kondisi yang kelam.

UMKM di Indonesia memang populer. Mulai dari anak muda hingga para orang tua menjalani bisnis ini. Mereka menganggap peluang dalam menjalani usaha tersebut masih terbilang baik. UMKM adalah salah satu aspek penting untuk mengembangkan perekonomian negara. Kegiatan usaha ini membantu pemerintah mengatasi kesenjangan ekonomi yang ada. Selain meningkatkan PDB per tahun, bisnis ini juga menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penting bagi kita untuk mendukung dan mendorong bisnis UMKM menjadi lebih baik. Indonesia menginginkan UMKM mengalami kemajuan tiap tahunnya untuk tetap berpartisipasi dalam perekonomian negara. Bahkan di tengah

badai pandemi saat ini, pemerintah terus memberikan bantuan dan dukungan kepada pelaku bisnis tersebut agar tetap bertahan.

Maka dari itu, butuh beberapa hal yang dapat mendorong perkembangan UMKM di Indonesia, yaitu: teknologi, modal dan dukungan pemerintah. Maka dari itu UMKM adalah salah satu aspek penting untuk mengembangkan perekonomian negara. Kegiatan usaha ini membantu pemerintah mengatasi kesenjangan ekonomi yang ada. Selain meningkatkan PDB per tahun, bisnis ini juga menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penting bagi kita untuk mendukung dan mendorong bisnis UMKM menjadi lebih baik.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, karena sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia, khususnya terkait Kewirausahaan UMKM.

Juli, 2022

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1 KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN</b> .....	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	2
B. Pembahasan .....	5
C. Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha .....	9
D. Kebutuhan Akan Wirausaha .....	9
E. Bisakah Kewirausahawan Diajarkan? .....	10
F. Pendidikan Kewirausahaan dan Pelatihan .....	10
G. Dorongan Merintis Wirausaha .....	10
H. Latar Belakang Wirausaha .....	11
I. Beberapa Faktor Kritis Untuk Memulai Usaha Baru .....	12
J. Model Proses Kewirausahaan .....	12
K. Keberhasilan Kewirausahaan .....	14
L. Rangkuman Materi .....	15
<b>BAB 2 KONSEP DASAR UMKM</b> .....	<b>19</b>
A. Pendahuluan .....	20
B. Konsep UMKM .....	23
C. Karakteristik UMKM di Indonesia .....	28
D. Peluang Bisnis UMKM .....	32
E. Kendala Bisnis UMKM .....	34
F. Sektor Bisnis UMKM Pilihan .....	36
G. Rangkuman Materi .....	38
<b>BAB 3 IDE DAN PELUANG BISNIS</b> .....	<b>43</b>
A. Pendahuluan .....	44
B. Menentukan Peluang Usaha .....	53
C. Berpikir Kreatif Memunculkan Ide Bisnis .....	55
D. Business Plan .....	63
E. Gagasan Baru .....	67
F. Menangkap Peluang dan Cara Memasuki Usaha Baru .....	69
G. Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha .....	70
H. Ide dan Peluang Dalam Bisnis .....	75

I. Rangkuman Materi .....	79
<b>BAB 4 MEMBUKA PELUANG USAHA BARU YANG DIMULAI DARI USAHA RUMAH TANGGA .....</b>	<b>83</b>
A. Pendahuluan .....	84
B. Peluang Usaha .....	86
C. UMKM (Usaha Rumah Tangga) .....	93
D. Peran UMKM dan Pemerintah .....	99
E. Rangkuman Materi .....	102
<b>BAB 5 TANTANGAN KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM DI ERA DIGITAL .....</b>	<b>107</b>
A. Konsep Era Digital .....	109
B. Karakteristik Kewirausahaan dan UMKM Pada Era Digital .....	113
C. Kendala Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital .....	118
D. Tantangan Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital .....	119
E. Peluang Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital .....	121
F. Rangkuman Materi .....	123
<b>BAB 6 STRATEGI PEMASARAN DALAM KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>127</b>
A. Pendahuluan .....	128
B. Strategi .....	128
C. Pemasaran .....	129
D. Kewirausahaan .....	129
E. Strategi Pemasaran Dalam Kewirausahaan .....	130
F. Rangkuman Materi .....	141
<b>BAB 7 MENGELOLA SDM DALAM UMKM DAN KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>143</b>
A. Pendahuluan .....	144
B. Mengelola Sumber Daya Manusia Dalam UMKM .....	145
C. Penempatan Sumber Daya Manusia Dalam UMKM .....	149
D. Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Era Digital .....	152
E. Strategi Meningkatkan Kepuasan Kerja Karyawan Pada UMKM ..	154
F. Rangkuman Materi .....	156
<b>BAB 8 E-BUSINESS DAN E-COMMERCE .....</b>	<b>159</b>
A. Pendahuluan .....	160
B. E-Business .....	161
C. E-Commerce .....	167
D. Rangkuman Materi .....	178

<b>BAB 9 KEWIRAUSAHAAN DI ERA REVOLUSI 4.0 .....</b>	<b>181</b>
A. Pendahuluan .....	182
B. Pengertian Kewirausahaan di Era Revolusi 4.0 .....	182
C. Sejarah Perkembangan Kewirausahaan .....	187
D. Dampak Kewirausahaan di Era Revolusi 4.0 di Indonesia .....	192
E. Peluang Usaha Pada Era Revolusi 4.0 .....	196
F. Rangkuman Materi .....	196
<b>BAB 10 PENGEMBANGAN UMKM DI ERA REVOLUSI .....</b>	<b>199</b>
A. Pendahuluan .....	200
B. Transformasi Kewirausahaan .....	202
C. Manajemen Inovasi Pada UMKM .....	206
D. Strategi Pengungkit Inovasi Melalui Jejaring .....	208
E. Konsep Model Bisnis dan Digitalisasi .....	211
F. Rangkuman Materi .....	215
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>219</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>227</b>





# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 1: KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

Tiris Sudrartono, S.E., M.M

Politeknik Piksi Ganesha Bandung

# BAB 1

## **KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN**

### **A. PENDAHULUAN**

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Dengan pandangan bahwa wirausaha merupakan kegiatan yang penting untuk meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat maka kewirausahaan dipelajari di sekolah sekolah hingga tingkat perguruan tinggi sehingga kegiatan kewirausahaan dapat bermanfaat utamanya dalam hal :

1. Menambah daya tampung tenaga kerja.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi masyarakat lain.
4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial.
6. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun.
7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah SWT.
8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
9. Memelihara keserasian lingkungan baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke. Bandung: Alfabets.
- Bygrave, and William, D. 1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Willey & Sons, Inc.
- Daoed Joesoef. 2010. *Emak Penuntunku Dari Kampung Darat Sampai Sorbonne*. Jakarta: Kompas.
- Meredith, G. G. 2002. *Kewirausahaan : Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Binaman Pessindo, Penerjemah.
- Sumanto wasty. 2008. *Pendidikan Wiraswasta*. Jakarta: Bumi Aksara.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 2: KONSEP DASAR UMKM

Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.

Universitas Pertamina

---

# BAB 2

## KONSEP DASAR UMKM

---

### A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi yang strategis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan roda perekonomian Indonesia serta mendistribusikan hasil-hasil pembangunan ekonomi. UMKM adalah salah satu jenis usaha yang tahan terhadap guncangan (*shock*) dan krisis. Hal ini dibuktikan pada sekitar tahun 1997 hingga 1999 di mana Indonesia mengalami krisis moneter tetapi UMKM justru bertahan dan bahkan tumbuh.

Hal ini dibuktikan dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa antara tahun 1997 – 1998, jumlah usaha di Indonesia adalah 56.539.560 unit yang terdiri dari 56.534.592 atau sebesar 99,9% UMKM dan 4.968 atau hanya sebesar 0,01% usaha besar. Dengan melihat angka-angka tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi yang besar dan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Berbagai kegiatan dalam keseharian masyarakat di Indonesia tidak pernah bisa dipisahkan atau lepas dari berbagai kegiatan dan layanan hasil kreasi UMKM. Kegiatan harian kita biasanya akan dimulai dengan mencari sarapan atau makanan ringan untuk bekal di kantor atau tempat kegiatan yang banyak dijajakan oleh UMKM. Berbagai kebutuhan pokok rumah tangga juga banyak dijual di warung dekat rumah hingga ke berbagai produk kerajinan atau produk kreatif lainnya yang dijual di lokasi wisata, pertokoan hingga platform digital lainnya. Contoh-contoh tersebut adalah

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R., L., & Dunkelberg, J. S. (1993). *Managing Small Businesses*. West Group.
- Ikhsan, M. (2005). *Peran Pasar Tenaga Kerja yang Fleksibel Dalam Mengatasi Pengangguran*. LPEM Working Paper No. 11/2005. Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Liedholm, C., & Mead, D. (1988). *Small-scale Enterprises: A Profil*. Economic Impact, Vol. 63, pages: 12 – 17.
- Permana, S., H. (2016). *Peningkatan Peran Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Produk UMKM di Indonesia*, dalam buku bunga rampai yang berjudul Reformulasi Kebijakan Sektor Ekonomi Indonesia Dalam Perspektif Globalisasi, Jakarta: Badan Keahlian DPR RI bekerjasama dengan Balai Pustaka.
- Soeratno, (2000). *Analisa Sektor Informal: Studi Kasus Pedagang Angkringan di Gondokusuman Yogyakarta*. Jurnal OPTIMUM, Volume 1, Nomor 1.
- Tambunan, T., T. (2009). *SMEs In Asian Developing Countries*. London: Palgrave Macmillan.
- Winanto, & Wafirotin (2016). *Profil Sektor Informal di Kabupaten Ponorogo*. Al Tijarah, Vol. 2, No.1, pages. 53 – 68.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 3: IDE DAN PELUANG BISNIS

Dr. Irwanto, S.Pd.T., M.M.

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

# BAB 3

## IDE DAN PELUANG BISNIS

---

### A. PENDAHULUAN

*Entrepreneurship* merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Dari beberapa penelitian mengindikasikan bahwa pemilik bisnis mikro, kecil, dan atau menengah percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih membanggakan daripada bekerja di suatu perusahaan besar. Sebelum mendirikan usaha, setiap calon wirausahawan sebaiknya mempertimbangkan manfaat kepemilikan bisnis mikro, kecil, dan atau menengah (Basrowi, 2011). Manfaat adanya para wirausaha, adalah sebagai berikut:

1. Berusaha memberikan bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
2. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.
3. Memberikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun, tetapi tidak melupakan perintah agama.
4. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat sebagai pribadi unggul yang patut diteladani.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma B. 2009. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Edisi keempatbelas, Bandung: Alfa Beta.
- Alma, B. 2008. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Alfabeta, Bandung, hal. 24.
- Alma, B. 2010. *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bygrave, W.D. 1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John. Willey & Sons, Inc.
- Dede Nasrullah, dkk. 2019. *Modul Kuliah Kewirausahaan. Program Studi D3 Keperawatan. Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Fahrudin. 2017. *Modul Kewirausahaan. Pelatihan Tentang Kewirausahaan Usaha Kecil dan Menengah*.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Modul Pembelajaran Kewirausahaan. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi*.
- Munandar, A. S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rogers, E. M. 1983. *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press.
- Sri Endah Setiarini. 2013. *BUSINESS PLAN SEBAGAI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMBELAJARAN EKONOMI DI SMA. JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI DINAMIKA PENDIDIKAN*, Vol. VIII, No. 2, Desember 2013. Hal. 146 - 155
- Suwarna, dkk. 2007. *Pengajaran Mikro, Pendekatan Praktis dalam menyiapkan Pendidik Profesional*. Yogyakarta: Tiara Wacana.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 4: MEMBUKA PELUANG USAHA BARU YANG DIMULAI DARI USAHA RUMAH TANGGA

I Gusti Ayu Ari Agustini, S.S.T.Par., M.M.

Politeknik Internasional Bali

# BAB 4

## **MEMBUKA PELUANG USAHA BARU YANG DIMULAI DARI USAHA RUMAH TANGGA**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Kondisi perekonomian di masa pandemi Covid-19 saat ini belum dapat dikatakan membaik. Masih jauh dari situasi normal dua tahun lalu, saat aktivitas operasional kerja masyarakat masih berjalan baik. Putus kerja baik karena mengundurkan diri, dirumahkan maupun tidak diperpanjang kontrak menjadi sesuatu yang wajar terjadi di masa pandemi lalu. Khususnya bagi daerah-daerah yang mengandalkan pariwisata sebagai tumpuan kehidupan, maka dapat dikatakan proses pemulihan perekonomian masih memerlukan waktu yang tidak sebentar.

Di awal masa pandemi Covid-19, masyarakat yang terkena dampak kehilangan pekerjaan masih berharap akan kembali pada pekerjaan awalnya. Hal ini dikarenakan masyarakat umum tidak mengira pandemi akan berlarut-larut terjadi dalam periode waktu yang lama yang dampaknya sangat merugikan.

Memasuki pertengahan masa pandemi, masyarakat mulai memikirkan untuk alih profesi dengan mulai mengamati kondisi dan lingkungan sekitar. Masyarakat yang tanggap dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan situasi yang terjadi, dengan memanfaatkan situasi pandemi sebagai sebuah peluang usaha. Walaupun tidak sedikit juga yang gagal, tapi tidak membuat semangat berusaha hilang begitu saja. Kebutuhan akan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Ari Agustini, I Gusti Ayu. 2022. *Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Pendayagunaan Tanaman Gonda sebagai Produk Wisata Kuliner Khas Desa Bongan*. MAMEN (Jurnal Manajemen) Vol. 1 No. 1 (2022) 62-68.  
<https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/23/7>.
- Harmaizar. 2003. *Menangkap Peluang Usaha*. Bekasi: CV Dian Anugrah Prakasa.
- Partomo Titik Sartika dan Abd Rachman Soedono. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Reindrawati, Dian Yulie, dkk. 2020. *Pengaplikasian Model Bisnis Kanvas Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: penerbit Erlangga.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting*. Jakarta : LP3ES.
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba empat.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Bab IV Kriteria, Pasal 6.
- Wulandary, Ayu, dkk. 2020. *Business Model Canvas: Implementasi Terhadap Industri Rumahang Produk Virgin Coconut Oil (VCO)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Widyatmoko, Agoeng. 2006. *100 Peluang Usaha*. Jakarta: Media Kit.
- Prawirokusumo, S. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE.
- Rapini. 2015. *Peran Wanita dalam menjalankan bisnis*. lib.umpo.ac.id
- Solihin, Ismail. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Suparyanto dan Bari, Abdul. 2014. *Pengantar Bisnis: Konsep, Realita, dan Aplikasi pada Usaha Kecil*. Tangerang: Pustaka Mandiri

**Sumber Internet:**

Kementrian Investasi/BPKM. 2022. Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia.  
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 5: TANTANGAN KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM DI ERA DIGITAL

Helin Garliani Yudawisastra, S.E., M.Si

Universitas Muhammadiyah Bandung

# BAB 5

## **TANTANGAN KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM DI ERA DIGITAL**

---

*When faced with a challenge, look for a way, but not a way out*  
- David L. Weatherford-

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan signifikan dalam mendorong perekonomian Indonesia. Hal ini tampak jelas terlihat saat krisis moneter di Indonesia tahun 1998 di mana UMKM berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Pada saat itu sektor riil skala besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. UMKM di Indonesia telah menjadi pilar terpenting bagi ekosistem ekonomi. Berdasarkan data, terdapat 99 persen pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran pelaku bisnis UMKM ini telah berkontribusi 60 persen terhadap produk domestik bruto nasional (PDB) dan sebanyak 97 persen terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemic covid-19. Sedangkan dari UMKM yang ada saat ini baru 16 persen yang telah masuk dalam sistem ekonomi digital (Arianto, 2020). Namun masih ada permasalahan yang dihadapi UMKM dalam era digital saat ini yaitu masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dan akses teknologi yang belum merata. Dalam rangka menghadapi tantangan tersebut harus ada pendampingan dan edukasi kepada pelaku bisnis UMKM yang menginginkan perubahan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2020, terdapat 10,25 juta pelaku bisnis UMKM yang telah terhubung dengan platform digital.

# DAFTAR PUSTAKA

- Alvara, Research. (2019 Desember 29). Traveloka Lebih Banyak Digunakan Milenial. Dipetik April 22, 2019, dari Aplikasi pembelian Tiket *Online*: <https://tirto.id/traveloka-lebih-banyak-digunakan-milenial-ketimbang-tiketcom-edXE>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Ashariyadi. (2016, June). Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA. Masyarakat ASEAN: Geliat UMKM Di Era MEA, 4–5.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- KR, M. A. (2015). PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN UMKM: SUATU TANTANGAN DI ERA EKONOMI DIGITAL. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Makmur, N., Chairunisa, Y., & Qamariah, I. (2018). The effect of entrepreneurial marketing on competitive advantage: small culinary souvenir industry in Jalan Mojopahit Medan, Indonesia. *Reserachgate [ONLINE]*. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/323710600\\_The\\_Effect\\_of\\_Entrepreneurial\\_Marketing\\_on\\_Competitive\\_Advantage\\_Small\\_Culinary\\_Souvenir\\_Industry\\_in\\_Jalan\\_Mojopahit\\_Medan\\_Indonesia](https://www.researchgate.net/publication/323710600_The_Effect_of_Entrepreneurial_Marketing_on_Competitive_Advantage_Small_Culinary_Souvenir_Industry_in_Jalan_Mojopahit_Medan_Indonesia) (Accessed on: 6th May 2019).
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang online shopping pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92-100.



- Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-197.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *Ikra-lth Ekonomika*, 2(2), 29-34.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital* (Vol. 302). San Francisco: McGraw-Hill Companies.
- Urban, G. L.(2004). *Digital Marketing Strategy: text and cases*



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 6: STRATEGI PEMASARAN DALAM KEWIRAUSAHAAN

Lu'lu Ul Maknunah, S.TP., M.P.

Universitas Islam Balitar

---

# BAB 6

## **STRATEGI PEMASARAN DALAM KEWIRAUSAHAAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Secara etimologi “kewirausahaan” merupakan kata dari Bahasa Prancis *Entreprendre* yang dulunya ditujukan untuk para penyelenggara hiburan musikal. Selama 30 tahun belakang ini, kewirausahaan sudah berkembang di seluruh belahan dunia sesuai dengan konteks politik, budaya, sosial dan ekonomi yang berbeda. Kewirausahaan ini lebih dari sekedar mendorong seseorang untuk mau memulai sebuah usaha baru. Kewirausahaan mendorong pola pikir untuk berpusat pada cara mencari peluang, pengambilan risiko, mentolerir yang namanya kegagalan, kemampuan meningkatkan sumber-sumber daya yang dimiliki secara kreatif, dan juga memiliki keuletan dalam mengatasi segala hambatan serta dorongan untuk mengimplementasikan ide yang ada. Dalam mewujudkan kewirausahaan tersebut tidak terlepas dari pentingnya strategi pemasaran. Oleh karena itu, pada Bab ini akan dijelaskan strategi pemasaran dalam kewirausahaan.

### **B. STRATEGI**

Strategi diartikan sebagai metode yang difungsikan oleh sebuah organisasi guna pergerakan dari satu posisi ke posisi lainnya dan dapat dikatakan pula bahwa strategi inilah sebuah peta jalannya (Grede, 2008). Dalam strategi juga sering dihadapkan pada kendala atau ujian. Meskipun strategi yang sudah dibuat sangat baik dan memiliki banyak konsep, akan

## DAFTAR PUSTAKA

- Grede, R. (2008). *5 Strategi Ampuh Berbisnis*. (Word++ Translation Service). Yogyakarta: Penerbit B-First. (Karya asli diterbitkan pada tahun 2006).
- Noor, J., Zakaria, H.R., Rahmani, G. 2020. *Kewirausahaan: Manajemen Wirausaha Bisnis Kecil*. Banten: La Tansa Publisher.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2001). *Marketing Management*. Jakarta: Prenhallindo.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 7: MENGELOLA SDM DALAM UMKM DAN KEWIRAUSAHAAN

Hanik Amaria, S.Pd., M.E

Universitas Islam Balitar

---

# BAB 7

## **MENGELOLA SDM DALAM UMKM DAN KEWIRAUSAHAAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

UMKM memanfaatkan seluruh faktor produksi yang ada untuk dapat menghasilkan produk baik berupa barang/jasa untuk memperoleh laba yang optimal. Sumber daya yang digunakan salah satunya adalah sumber daya manusia, di mana Sumber daya ini merupakan modal utama bagi UMKM dalam menjalankan usahanya. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor produksi yang bersifat terbatas baik jumlah maupun kompetensi yang dimilikinya, untuk itu UMKM selalu dituntut untuk mampu mengelola dan memberdayakan penggunaannya demi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya khususnya di era digitalisasi.

Mengelola sumber daya manusia dalam UMKM dan kewirausahaan bukan suatu yang mudah, mengingat yang dikelola adalah manusia tentunya mereka memiliki motivasi yang berbeda-beda. Untuk itu perlu pengalaman, keahlian dan keterampilan yang baik untuk mengelola sumber daya manusia. Jika sumber daya manusia tidak menjalankan tugas secara produktif maka sistem pengelolaan sumber daya manusia perlu dievaluasi dan diperbaiki. Tidak adanya sistem pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan berdampak terganggunya kegiatan usaha sehingga tujuan UMKM yang telah ditetapkan sulit tercapai. Pada bab ini akan dibahas bagaimana mengelola sumber daya manusia pada UMKM,

## DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2006). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Refika Aditama
- Abdus, DZ. Salam., (2014), *Manajemen Sumber Daya Insan*, Cirebon. Stain Press
- Ariwan K. Perdana. (2019). *Generasi Milenial dan Strategi Pengelolaan SDM Era Digital*. Jurnal Studi Pemuda Volme 8 Nomor 1 Tahun 2019.
- Badrianto, Tuan (dkk). (2021). *Mengelola SDM Produktif dan Unggul*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Hasibuan, Malayu S.P.. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Hariandja, Marihat Tua Efendi, (2002), *“Manajemen Sumber. Daya Manusia”*, Grasindo, Jakarta
- Martoyo, Susilo. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jogjakarta: PT BPF
- Riggio,R.E. (2005). *Introduction to Industrial/Organization Psycology*. USA.Scott Foresman & amp.Co.
- Sadono Sukirno, (2006). *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Prenada Media Group
- Sastrohadiwiryo, Siswanto. (2009). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Bandung : Bumi Aksara
- Sayuti Hasibuan,( 2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia : pendekatan non sekuler*, (urakarta: Muhammadiyah University Press
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sumanto, (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Memasuki Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Supriyanto, Achmad Sani. dan Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodologi Riset: Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 8: E-BUSINESS DAN E-COMMERCE

Ferdinandus Lidang Witi, S.E., M.Kom

Universitas Flores



# BAB 8

## **E-BUSINESS DAN E-COMMERCE**

### **A. PENDAHULUAN**

Dunia e-business boleh dikatakan lebih luas daripada e-commerce. Selain pernyataan ini, aplikasi e-business ini juga sudah digunakan pertama kali sejak tahun 1970-an di mana sudah mulai memanfaatkan transaksi pembayaran melalui internet yang terkenal dengan sebutan EFT (Electronic Found Transfer). Setelah melewati perkembangan seperti ini maka berikutnya sudah mulai ditemukannya Electronic Data Enterchange (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data-data. Pada tahun 1990-an internet sudah mampu mulai dapat menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video dan pada tahun 2000-an. Pada era industry 4.0, perkembangan e-business semakin pesat dimana semua negara sudah mulai memasarkan produk melalui internet.

Di samping e-business, ada juga e-commerce yang memiliki hubungan dengan ketertarikan yang sangat erat. Menurut Nirmala Pal, 2001 yang ditulis Kembali oleh (Indrajit, 2002) hampir semua praktisi dan ahli bisnis maupun teknologi informasi sepakat pada konsep yang mengatakan bahwa domain e-business jauh lebih luas dibandingkan dengan e-commerce, seperti pada gambar berikut:

## DAFTAR PUSTAKA

- Efraim Turban, Jon Outland, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, Deborah C.Turban. *Electronic Commerce (EC)*. Springer, 2018.
- Enderia, Siswadi, S., Listya, K., Dita Haspari, R. P., Hamzah, A., Rachmawati, D. W., Liniarti, S., Andayani Nasution, R., Witjaksono, A., & Lidang Witi, F. (2022). *Sistem Informasi AKuntansi* (A. Masruroh (ed.); 1st ed.).
- Indrajit, D. R. E. (2002). *E-Business Konsep dan Strategi*. 161.
- Lidang Witi, F. (2021). *Membangun E-Commerce, Teori Strategi dan Implementasi* (E. Pujiyono (ed.); 1st ed.). Amerta Media.
- Nirmala, E., & Musyfa, A. (2017). Modul E-Commerce. In *How languages are learned* (April 2017, Vol. 1, Issue 1). UNPAM PRESS. <https://www.cairn.info/revue-etudes-2003-11-page-475.htm>
- Romido, Muttaqin, Saputra, D. H., Iswahyudi, M., Purba, D. W., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (I). Yayasan Kita Menulis.
- Widodo, P., Komputer, J., Sulisty, G. B., Pemrograman, D., & Programming, W. (2020). *Buku ini diterbitkan atas kerjasama dengan Universitas Bina Sarana Informatika*.



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 9: KEWIRAUSAHAAN DI ERA REVOLUSI 4.0

Nuryanti, S.Pd., M.Pd.

Universitas Islam Balitar

---

# BAB 9

## **KEWIRAUSAHAAN DI ERA REVOLUSI 4.0**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis membahas tentang kewirausahaan di era revolusi 4.0 di mana pada era ini teknologi menjadi faktor alat bantu utama penggerak bisnis. Revolusi 4.0 lebih dikenal dengan istilah digitalisasi di mana usaha dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Seperti kegiatan produksi dilakukan dengan menggunakan teknologi dibandingkan tenaga manusia. Secara ekonomi di perusahaan menguntungkan namun secara sosial berdampak pada tergesernya keberadaan manusia karena tenaganya telah digantikan dengan mesin. Adapun sub bahasan pada materi ini yaitu membahas tentang pengertian wirausaha dan kewirausahaan, pengertian kewirausahaan di Era Revolusi 4.0, Sejarah Perkembangan Kewirausahaan, Dampak Kewirausahaan di Era Revolusi 4.0 di Indonesia, dan Peluang usaha pada Era Revolusi 4.0.

### **B. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN DI ERA REVOLUSI 4.0**

#### **1. Pengertian Wirausaha dan Kewirausahaan**

Kata dasar kewirausahaan adalah wirausaha. Secara etimologi wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Wira memiliki pengertian pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Sementara usaha memiliki pengertian perbuatan, amal, berbuat sesuatu. Menurut Basrowi (2011:3) wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Muhammad. 2017. *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta. PT Kharisma Putra Utama.
- Basrowi, 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hasibuan, Abdurrozaq dkk. 2021. *Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis
- Maulana, Asep Suraya. 2020. *Kewirausahaan (Entrepreneurship) dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekonomi)*. Pekalongan. PT. Nasya Expanding Management.
- Naini, Sanius dkk. 2021. *Tren Kewirausahaan 4.0*. Guepedia. [www.guepedia.com](http://www.guepedia.com)
- Nurjaya. 2022. *Digital Entrepreneurship*. Surabaya. Cipta Media Nusantara.
- S. Rosyadi, "Revolusi industri 4.0 : Peluang dan Tantangan Bagi Alumni Universitas Terbuka," Fak. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit., no. 2, pp. 1–10, 2018.
- Sukamdani Sahid Gitosardjono, *Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan*, Jakarta: Pustaka Bisnis Indonesia, 2013, h. 204
- Wardana, Miko Andi dkk. 2020. *Kewirausahaan dan Bisnis*. Bandung. CV. Media Sains Indonesia



# KEWIRAUSAHAAN UMKM

## BAB 10: PENGEMBANGAN UMKM DI ERA REVOLUSI

Acai Sudirman, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

---

# BAB 10

## **PENGEMBANGAN UMKM DI ERA REVOLUSI**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Inovasi dan kreativitas dalam era digital ini dibutuhkan dalam mengembangkan bisnis yang ingin digeluti agar tidak terjebak pada aktivitas operasional harian dan mengejar target kinerja. Inovasi dan kreativitas ini dapat muncul dari perubahan sistem perusahaan yang dipengaruhi oleh *top management*, jika *top management* tidak melakukan perubahan yang dapat membuat karyawan lebih kreatif maka akan membawa dampak buruk ke perusahaan yang memengaruhi keberhasilan perusahaan. Selain itu, untuk survive dalam bisnis, pengusaha harus memperhatikan bisnis yang disukai masyarakat adalah bisnis yang *more for less* artinya bisnis yang bisa memberi nilai lebih kepada masyarakat dengan *less investment*. Dengan memperhatikan hal ini, maka pebisnis dapat lebih dekat kepada masyarakat dan dapat memasarkan produknya lebih baik lagi (Wahyudi, 2019). Pada zaman revolusi Industri 4.0 saat ini, para wirausahawan hanya berorientasi pada jenis produk dan kuantitasnya saja, tetapi di era digital yang terjadi saat ini mengharuskan lebih memiliki *value* yang lebih agar dapat dijual kepada pangsa pasar. Jika sebelumnya para wirausaha memproduksi barang/jasa kemudian menjualnya, tetapi sekarang adalah apa yang dibutuhkan pasar, kemudian memproduksinya (Irwansyah et al., 2021). Sebagian besar orang berpendapat bahwa menjadi wirausaha itu adalah bakat dan faktor lingkungan keluarga. Jika seseorang berasal dari keluarga pedagang, maka

## DAFTAR PUSTAKA

- Alcaide-Marzal, J. and Tortajada-Esparza, E. (2007) 'Innovation assessment in traditional industries. A proposal of aesthetic innovation indicators', *Scientometrics*, 72(1), pp. 33–57. doi: 10.1007/s11192-007-1708-x.
- Andari *et al.* (2007) *Staying Ahead, the Economic Performance of the UK's Creative Industries*. London.
- Fajrillah *et al.* (2020) *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Haeffner, M. and Panuwatwanich, K. (2018) 'Perceived Impacts of Industry 4.0 on Manufacturing Industry and Its Workforce: Case of Germany', in *International Conference on Engineering, Project and Product*. Springer International Publishing, pp. 199–208. doi: 10.1007/978-3-319-74123-9.
- Halim, F., Grace, E., *et al.* (2021) 'Analysis of Innovation Strategies to Increase the Competitive Advantages of Ulos Products in Pematangsiantar City', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), pp. 80–90.
- Halim, F., Sherly, *et al.* (2021) *Entrepreneurship And Innovation Small Business*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Irwansyah, R. *et al.* (2021) *Marketing Digital Usaha Mikro*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Julyanthry, J. *et al.* (2021) 'MSME Competitive Advantages Reviewed From Entrepreneurship Insight And Market Orientation Aspects With Innovation As A Medium', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), pp. 30–40.
- Lee, S. H. and Wong, P. K. (2004) 'An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective', *Journal of Business Venturing*, 19(1), pp. 7–28. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00112-X.
- Mopangga, H. (2014) 'Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo', *Trikonomika*, 12(1), pp. 78–90.



- Mulyadi (2011) *Kewirausahaan Bertindak Kreatif Dan Inovatif*. Cetakan Pe. Palembang: Rafah Press. Available at: file:///C:/Users/xxxxoozz/Downloads/Kewirausahaan\_ Bertindak Kreatif dan Inovatif ( PDFDrive.com ).pdf.
- OECD and Eurostat (2005) *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, Statistics*. OECD.
- Postrel, V. (2004) *The Substance of Style How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture, and Consciousness*. HarperCollins e-books.
- Purba, R. A. et al. (2020) *Aplikasi Teknologi Informasi Teori & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purnomo, A. et al. (2020) *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Stoneman, P. (2010) *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*. Oxford University Press. doi: 10.1093/acprof:oso/9780199572489.001.0001.
- Suryani, N. K. et al. (2021) *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Swann, P. and Birke, D. (2005) 'How do creativity and design enhance business performance? A framework for interpreting the evidence', *Think Piece*, (August).
- UK Trade and Industry Department (2003) *Business Enterprise R&D(BERD)*.
- Yang, L. and Wang, D. (2014) 'The impacts of top management team characteristics on entrepreneurial strategic orientation: The moderating effects of industrial environment and corporate ownership', *Management Decision*, 52(2), pp. 378–409. doi: 10.1108/MD-03-2013-0140.



**PROFIL PENULIS**

### **Tiris Sudrartono, S.E., M.M.**



Penulis lahir di Bandung 12 Desember 1973, Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen Bisnis dan pendidikan S2 Manajemen Perusahaan di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor Sumedang, Saat ini penulis Aktif sebagai dosen di Politeknik Piksi Ganesha Bandung, Menulis beberapa paper dan artikel ilmiah tentang UKM dan Manajemen pemasaran pada Jurnal terindex Sinta dan Scopus serta menulis buku tentang Manajemen dan Bisnis di antaranya Pengantar Manajemen revolusi dan Penerapannya, Manajemen Bisnis dalam Artikel Hasil Penelitian, Dasar Manajemen dan Kewirausahaan, Bangkitkan Semangat ciptakan peluang di Masa Pandemi Covid 19.

### **Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.**



Penulis menamatkan studi S1 di Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang dalam jurusan Akuntansi (S.E.) tahun 2006. Penulis lalu melanjutkan studi pascasarjana S2 ke Universitas Bina Nusantara dan lulus pada tahun 2008 dengan konsentrasi dalam manajemen keuangan (M.M.). Penulis kemudian melanjutkan studi S2 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB UI) dan lulus pada tahun 2011 dengan konsentrasi ekonomi internasional (M.S.E.). Pendidikan terakhir penulis adalah lulus dari Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi S3 dari FEB UI dengan spesialisasi ekonomi makro pada tahun 2018 (Dr.). Penulis memiliki ketertarikan dalam bidang ekonomi energi dan ekonomi makro. Beberapa penelitian yang telah dilakukan diterbitkan di beberapa jurnal nasional terakreditasi. Selain sebagai peneliti, penulis juga aktif menulis buku dalam topik matematika ekonomi, ekonomi energi dan ekonometri dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Penulis saat ini aktif sebagai dosen pada jurusan Ekonomi di Universitas Pertamina. Penulis menyenangi olahraga alam bebas, traveling dan membaca buku. Email Penulis: [hari.nugroho@yahoo.com](mailto:hari.nugroho@yahoo.com)

## **Dr. Irwanto, S.Pd.T., M.M.**



Penulis lahir di Jambu (Sulawesi-Selatan), 10 Oktober 1983 merupakan Dosen bidang Pendidikan Vokasional Teknik Elektro, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA), Serang-Banten. Semua Pendidikan mulai dari program Sarjana, Magister dan Doktor di selesaikan di Universitas Negeri Yogyakarta Dengan Jurusan Pendidikan Teknologi dan Kejuruan (PTK). Penyandang gelar Doktor dengan predikat Sangat Memuaskan merupakan Doktor ke 108 Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta dan merupakan Doktor ke 18 Program Studi Pendidikan Teknologi Kejuruan (PTK) Universitas Negeri Yogyakarta. Di luar itu, juga sebagai asisten pengajar Prof. Dr. Sugiyono, M.Pd. Untuk Mata Kuliah Statistik Pendidikan, Manajemen Pendidikan, Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Metode Penelitian Pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta. Dalam kesibukannya itu, Irwanto masih aktif sebagai tenaga pengajar di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang-Banten, di program studi pendidikan vokasional teknik elektro pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang-Banten. Adapun mata kuliah yang diberikan adalah Matematika Teknik 1, Matematika Teknik 2, Elektronika Daya, Metodologi Penelitian Pendidikan Teknik Elektro, Telaah Kurikulum Pendidikan Kejuruan, Pengelolaan Pendidikan, Literasi ICT dan Media Pembelajaran, Pembinaan Kompetensi Pembelajaran, Mikrokontroler, Neuro Fuzzy, Praktik Elektronika Daya, Manajemen Pendidikan Kejuruan, Medan Elektromagnet, Struktur dan Organisasi Komputer, Kurikulum dan Pembelajaran, dan lain-lain. Juga, telah menulis puluhan artikel ilmiah dan ilmiah populer. Ia pernah melakukan studi banding bidang vokasional antara lain, Malaysia, Singapura untuk menambah wawasan studi dalam bidang pendidikan vokasional teknik elektro (PVTE) tersebut, sehingga keahlian yang dimiliki adalah manajemen pendidikan kejuruan yang ditekuni sampai sekarang ini.

### **I Gusti Ayu Ari Agustini, SST.Par., M.M.**



Penulis merupakan seorang praktisi di bidang manajemen operasional sejak tahun 2000. Pada tahun 2005 mulai berwirausaha di bidang kuliner hingga sekarang. Menyelesaikan Program Magister Manajemen Sumber Daya Manusia di Universitas Udayana Bali tahun 2011 dan Program Sarjana di Fakultas Pariwisata Universitas Udayana tahun 2005.

Penulis bergabung ke dunia akademisi dan menjadi dosen di Program Studi Seni Kuliner Politeknik Internasional Bali sejak tahun 2018. Penulis ingin menambah ilmu yang dimiliki di bidang tulis-menulis. Saat ini baru menghasilkan 5 buku menulis bersama dan sedang dalam proses belajar menulis buku solo. Penulis dapat dihubungi melalui email: [ariagustini88001@gmail.com](mailto:ariagustini88001@gmail.com).

### **Helin Garlinia Yudawisastra., S.E., M.Si**



Penulis merupakan dosen FEB Universitas Muhammadiyah Bandung. Menyelesaikan program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran. Saat ini adalah kandidat Doktor bidang *sustainability* pada Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Padjadjaran.

### **Lu'lu UI Maknunah, S.TP., M.P.**



Penulis lahir di kota Blitar, 2 Januari 1991. Penulis menempuh pendidikan di SDN Kepanjen Kidul VII Kota Blitar. Masih di kota yang sama, masa-masa remaja dihabiskan untuk menempuh pendidikan di bangku SMP Negeri 1 Kota Blitar dan di SMA Negeri 1 Kota Blitar. Pendidikan S1 ditempuh di Universitas Brawijaya Kota Malang, tepatnya di Program Studi Teknologi

Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian. Tahun 2012 penulis mendapatkan kesempatan untuk melanjutkan kuliah S2 melalui beasiswa

dengan program studi yang sama yaitu di program studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya. Saat ini, penulis menjadi dosen di salah satu kampus swasta di Kota kelahirannya yaitu Universitas Islam Balitar, Kota Blitar. Penulis merupakan dosen di program studi S1 Ilmu Administrasi Niaga. Penulis mengampu mata kuliah di antaranya Manajemen Pemasaran, Pemasaran Internasional, Sistem Informasi Manajemen dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

### **Hanik Amaria, S.Pd., M.E**



Penulis lahir pada tanggal 10 November 1984. Sejak lahir sampai Saat ini ia berdomisili di Blitar Jawa Timur. Pendidikan SMA diselesaikan pada SMA Negeri 1 Blitar kemudian menyelesaikan program S1 pada jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan biaya beasiswa dari Telkom Surabaya. Pendidikan Magister ditempuh pada program studi Ekonomi Syariah di UIN SATU Tulungagung. Karirnya menjadi dosen dimulai sejak tahun 2008 pada program studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik universitas Islam Balitar. Matakuliah yang diampu selama ini antara lain Dasar Manajemen, Manajemen Sumber Daya Manusia, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Perilaku Konsumen, Akuntansi Biaya, Ekonomi Bisnis, Perilaku Konsumen, Kewirausahaan Dasar Dan Kewirausahaan Praktis. Sejumlah pengalaman manajerial diperolehnya di FISIP UNISBA Blitar antara lain sebagai kepala bagian tata usaha, tim penyusun borang akreditasi, editor jurnal translitera dan sejak 2020 dipercaya menjadi Kepala Bagian kurikulum UNISBA sampai dengan sekarang. Selain itu ia juga aktif dalam organisasi di masyarakat dan melakukan berbagai penelitian serta pengabdian kepada masyarakat.

### **Ferdinandus Lidang Witi, S.E., M.Kom**



Penulis kelahiran Nurabelen, 24 September 1974 merupakan anak kedua dari pasangan Philipus Kolo Witi dan Benedikta Kotten Kewuta, menikah dengan dr. Mery Sri Kristiani Kotten dan memiliki 2 orang anak. Penulis pernah menempuh pendidikan SDK Nurabelen Flores Timur, SMPK Ilebura Lewotobi Flores Timur, SMAK Syuradikara Ende – Flores NTT, Sarjana Ekonomi

Manajemen Universitas Flores dan Magister Komputer Program Studi Ilmu Komputer Fakultas MIPA UGM. Riwayat pekerjaan penulis yaitu sebagai Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Flores 2006-2017, Dosen di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Flores 2017-Sekarang, Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Flores 2017-2022 dan Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Flores 2017- Sekarang. Mata kuliah yang diajarkan: E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Kewirausahaan. Penulis juga kini menjadi Owner dari MJM Komputer.

### **Nuryanti, S.Pd., M.Pd**



Penulis lahir di Blitar, 23 Desember 1991 dan merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Lahir dari ibu yang bernama Ibu Sutarminten dan ayah yang bernama Bapak Katam. Penulis sekarang tinggal bersama suami dan seorang anak tercinta di desa Pagerwojo Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar. Penulis lulus SMA tahun 2010 di SMA Negeri 1

Kesamben, kemudian menempuh ketingkat pendidikan lebih tinggi yaitu strata 1 Universitas Islam Balitar dan melanjutkan studi pada jenjang pendidikan selanjutnya di Universitas Islam Malang serta mengambil jurusan Magister Pendidikan Bahasa Inggris. Penulis kini bekerja di Universitas Islam Balitar sejak tahun 2013 dan pada akhirnya diangkat menjadi dosen tetap pada tahun 2018homebase Ilmu Administrasi Negara. Pengalaman penulis sebelum bekerja disini adalah menjadi guru bahasa Inggris di Sdi Ma'arif Plosokerep, kemudian menjadi kepala Paud pada tahun 2012 dan menjadi guru bahasa Inggris di MA Baiturrahman Binangun, serta merangkap menjadi pembina Pramuka.

## **Acai Sudirman, S.E., M.M**



Penulis lahir di Lubuk Pakam, 15 Maret 1989, lulus dari Jurusan Sarjana Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2016. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2018. Saat ini aktif mengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada Program Studi Manajemen. Selain sebagai dosen, penulis mengisi waktu sehari-hari dengan menulis dan telah menulis buku lebih dari 80-an dengan topik manajemen dan bisnis. Selain aktif menulis buku, penulis juga mulai belajar menjadi editor buku. Penulis menargetkan di akhir tahun 2022 bisa menghasilkan sebanyak 100 buku, baik sebagai penulis maupun sebagai editor. Motto penulis *“Talk Less Do More”*.



# KEWIRUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL

Popularitas UMKM kian menanjak di Indonesia, terutama setelah masa krisis ekonomi pada tahun 1997. UMKM sudah diatur dalam konstitusi negara UU Nomor 9 Tahun 1995 dan UU Nomor 20 Tahun 2005. Masyarakat luas menganggap bahwa UMKM adalah 'penyelamat' krisis ekonomi Indonesia karena memiliki peran besar dalam PDB. UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM juga tidak hanya memberikan kontribusi yang besar pada PDB tiap tahunnya. Akan tetapi, bisnis ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bahkan, UMKM juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Di saat itu, banyak sekali bisnis yang tumbang akibat krisis ekonomi, namun aktivitas bisnis UMKM bisa tetap berjalan. Maka dari itu, masyarakat menyebut bahwa UMKM merupakan penyelamat bangsa di tengah kondisi yang kelam. UMKM di Indonesia memang populer. Mulai dari anak muda hingga para orangtua menjalani bisnis ini. Mereka menganggap peluang dalam menjalani usaha tersebut masih terbilang baik. UMKM adalah salah satu aspek penting untuk mengembangkan perekonomian negara. Kegiatan usaha ini membantu pemerintah mengatasi kesenjangan ekonomi yang ada. Selain meningkatkan PDB per tahun, bisnis ini juga menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penting bagi kita untuk mendukung dan mendorong bisnis UMKM menjadi lebih baik. Indonesia menginginkan UMKM mengalami kemajuan tiap tahunnya untuk tetap berpartisipasi dalam perekonomian negara. Bahkan di tengah badai pandemi saat ini, pemerintah terus memberikan bantuan dan dukungan kepada pelaku bisnis tersebut agar tetap bertahan. Maka dari itu, butuh beberapa hal yang dapat mendorong perkembangan UMKM di Indonesia, yaitu: teknologi, modal dan dukungan pemerintah. Maka dari itu UMKM adalah salah satu aspek penting untuk mengembangkan perekonomian negara. Kegiatan usaha ini membantu pemerintah mengatasi kesenjangan ekonomi yang ada. Selain meningkatkan PDB per tahun, bisnis ini juga menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penting bagi kita untuk mendukung dan mendorong bisnis UMKM menjadi lebih baik.