

Editor :
Prof. Dr. Sudarmiatin, M.Si
Dr. Ludi Wishnu Wardhana, S.E., M.M.



Bunga Rampai

MANAJEMEN UMKM & KEWIRAUSAHAAN

Strategi & Akselerasi Bisnis

Tim Penulis:

ling Sri Hardiningrum, Sri Hariyanti, Desi Kristanti, Rike Selviasari,
Rafikhein Novia Ayuanti, Moh. Ilham, Anita Sumelvia Dewi, Erwin Syahputra,
Iva Khoiril Mala, Edi Murdiyanto, Umi Nadhiroh, Yogi Dwi Lestari, Diana Ambarwati,
Nuril Aulia Munawaroh, Ustadus Sholihin, Afif Nur Rahmadi, Yudiarto Perdana Putra,
Aji Prasojo, Ahmad Yani, Zaenul Muttaqien, M. Adi Trisna Wahyudi



Bunga Rampai

**MANAJEMEN UMKM
& KEWIRAUSAHAAN**

Strategi & Akselerasi Bisnis

Tim Penulis:

ling Sri Hardiningrum, Sri Hariyanti, Desi Kristanti, Rike Selviasari,
Rafikhein Novia Ayuanti, Moh. Ilham, Anita Sumelvia Dewi, Erwin Syahputra,
Iva Khoiril Mala, Edi Murdiyanto, Umi Nadhiroh, Yogi Dwi Lestari, Diana Ambarwati,
Nuril Aulia Munawaroh, Ustadus Sholihin, Afif Nur Rahmadi, Yudiarto Perdana Putra,
Aji Prasojo, Ahmad Yani, Zaenul Muttaqien, M. Adi Trisna Wahyudi



BUNGA RAMPAI MANAJEMEN UMKM & KEWIRAUSAHAAN (STRATEGI & AKSELERASI BISNIS)

Tim Penulis:

Iling Sri Hardiningrum, Sri Hariyanti, Desi Kristanti, Rike Selviasari, Rafikhein Novia Ayuanti, Moh. Ilham, Anita Sumelvia Dewi, Erwin Syahputra, Iva Khoiril Mala, Edi Murdiyanto, Umi Nadhiroh, Yogi Dwi Lestari, Diana Ambarwati, Nuril Aulia Munawaroh, Ustadus Sholihin, Afif Nur Rahmadi, Yudianto Perdana Putra, Aji Prasoj, Ahmad Yani, Zaenul Muttaqien, M. Adi Trisna Wahyudi

Desain Cover:

Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

**Prof. Dr. Sudarmiatin, M.Si
Dr. Ludi Wishnu Wardhana, S.E., M.M.**

ISBN:

978-623-459-918-3

Cetakan Pertama:

Januari, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

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

PENERBIT:

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

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Bunga Rampai Manajemen UMKM & Kewirausahaan (Strategi & Akselerasi Bisnis)” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Bunga Rampai Manajemen UMKM & Kewirausahaan (Strategi & Akselerasi Bisnis).

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan 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.

Januari, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 TANGGUNG JAWAB SOSIAL, ETIKA DAN PERENCANAAN STRATEGI	1
A. Pendahuluan	2
B. Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Etika dan Perencanaan Strategis	3
C. Tanggung Jawab Sosial Usaha Kecil	4
D. Etika Bisnis	8
E. Perencanaan Strategi	12
F. Penutup	18
BAB 2 STRATEGI INOVATIF YANG DIGUNAKAN DALAM KEWIRAUSAHAAN	21
A. Pendahuluan	22
B. Pengertian, Konsep, dan Ruang Lingkup	23
C. Kesimpulan	43
BAB 3 PREDICTORS OF SUCCESS IN ENTREPRENEURSHIP	47
A. Pendahuluan	48
B. Success Entrepreneurship Perspektif Teoritis	53
C. Macam-Macam Prediktor Terkait Kesuksesan Dalam Berwirausaha	57
D. Kesimpulan	64
BAB 4 FINANCIAL AND LEGAL MANAGEMENT	71
A. Pendahuluan	72
B. Financial Management Teoritis	73
C. Legal Management Teoritis	80
D. Telaah Jurnal Terkait <i>Financial and Legal Management</i>	83
E. Kesimpulan	86
BAB 5 SMALL BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING THE PRODUCT OR SERVICE	91
A. Pendahuluan	92
B. Pembahasan	93

C. Kesimpulan	118
BAB 6 WARALABA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH	121
A. Pendahuluan	122
B. Keuntungan & Kerugian Waralaba	125
C. Daya Tahan Waralaba	126
D. Karakter Waralaba	128
E. Aspek dan Dasar Hukum Perjanjian Waralaba	129
F. Memilih Waralaba	131
G. Review Jurnal	133
H. Kesimpulan	137
BAB 7 SOCIAL ENTREPRENEURSHIP :	
TELAAH TEORI DAN REVIEW JURNAL	143
A. Pendahuluan	144
B. Pengertian Social Entrepreneurship	146
C. Karakteristik Kepribadian Wirausaha Sukses	149
D. Peran Social Entrepreneurship	150
E. Strategi Sosial Entrepreneur	151
F. Langkah & Strategi Kewirausahaan Sosial	156
G. Mengembangkan Tim Aksi Sosial Kinerja Tinggi	159
H. Mengatasi Hambatan dan Memfasilitasi Kewirausahaan Sosial	161
I. Mengevaluasi Keberhasilan Ukuran Kinerja Sosial	164
J. Review Jurnal Tentang Kewirausahaan Sosial	165
K. Kesimpulan	169



TANGGUNG JAWAB SOSIAL, ETIKA DAN PERENCANAAN STRATEGI

ling Sri Hardiningrum, Sri Hariyanti, Desi Kristanti
hardiningrum.2304139@students.um.ac.id;
sri.hariyanti.2304139@students.um.ac.id;
desi.kristanti.2304139@students.um.ac.id

ABSTRAK

Tanggung jawab sosial, etika dan perencanaan strategi merupakan tiga aspek yang erat kaitannya dalam pengelolaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran sentral dalam ekonomi banyak negara, berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi dan pemerataan kekayaan. Oleh karena itu, memahami dan mengintegrasikan tanggung jawab sosial, etika, dan perencanaan strategi dalam UMKM sangat penting, bukan hanya untuk kesuksesan bisnis mereka, tetapi juga untuk kesejahteraan sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial UMKM melibatkan kesadaran dan komitmen untuk memberikan dampak positif pada komunitas dan lingkungan sekitarnya. UMKM sering beroperasi dalam lingkungan lokal,

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Lamo Said. 2018. Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance. Yogyakarta: Deepublis
- Amelia Desy Ratna Yuwita, Devi Sulistyو Kalanjati. 2017. The Association Between Corporate Social Responsibility Disclosure Of Cigarette Company And Company's Financial Performance. SHS Web Of Conferences 34 Proquest
- Aswin J.Baliga., and Dr Lewlyn L.R Rodrigues. (2015). Business Plan, the secret to success. The International Journal of Business & Management, 2321- 8916
- Bryson, J. M. 2011. Strategic Planning For Public And Nonprofit Organization: A Guide To Strengthening And Sustaining Organizational Achievement. New York : John Wiley & Son.
- Coate, C., & Frey, K. (2000). "Some Evidence on the Ethical Disposition of Accounting Students : Context and Gender Implications" . Teaching Business Ethis, Vol 4 No 4, pp 379-404
- Dwi Kartini. 2013. Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia. Bandung : PT Refika Aditam
- Hatter, K. 2013. Should Grandparents Help With Child Care for Their Grandchildren?
http://www.ehow.com/info_12312219_shouldgrandparents-child-care-grandchildren.html (7 April 2014 / 13:44)
- Hatter, J.J., dan B.M. Bass. 1988. "Superiors' evaluations and subordinates' perceptions of transformational and transactional leadership." Journal of Applied Psychology 73: 695- 70
- Ivanisevic, A., Katic, I.a, Buchmeister, B., and Leber, M. (2016). Business Plan feedback for cost effective business process. Journal home: apem- journal.org, 11, 173–18
- Mega Karunia Rosdwianti, Moch. Dzulkirom AR, Zahroh ZA. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 38 No.2

- Muhammad Yasir Yusuf, M.A. 2017. Islamic Corporate Social Responsibility (I- CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik. Depok : Kencana
- Mc Kimm, J., Jolie, C., & Hatter, M. (2007). Mentoring: Theory and Practice. Deanery. Londo
- Newcomer, Kathryn., and Clinton T. Brass. (2016). Forging a strategic and Comprehensive approach to evaluation within public and nonprofit organization: Integrating measurement and analytics within evaluation. American journal of evaluation
- Lukviarman, N., Maruf, A. P., & Handika, R. F. (2017). The Modification of The Theory of Planned Behavior and Its Similarity with Moral Development and Ethical Sensitivity. International Journal of Management and Applied Science.
- Robby Heryanto, Agung Juliarto. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Diponegoro Journal Of Accounting. Vol.VI : 1-8
- Weaver, G. R. and B. R. Agle. 2002. Religiosity and Ethical Behavior in Organizations: A Symbolic Interactionist Perspective. Academy of Management Review.
- Widasari, Nova. 2017. Pengaruh Komitmen Organisasi, Nilai-Nilai Etika Perusahaan dan Intensitas Moral Terhadap Niat Whistleblowing Oleh Karyawan Bagian Akuntansi Perusahaan. Universitas Bengkulu
- Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David. (2010). Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability. Twelfth Edition. Pearson.
- Yetmar, S.A. and Eastman, K.K. 2000. Tax Practitioners' Ethical Sensitivity: A Model and Empirical Examination. Journal of Business Ethic



STRATEGI INOVATIF YANG DIGUNAKAN DALAM KEWIRAUSAHAAN

Rike Selviasari Rafikhein Novia Ayuanti & Moh. Ilham

rike.selviasari.2304139@students.um.ac.id

rafikhein.novia.2304139@students.ac.id

moh.ilham.2304139@students.ac.id

ABSTRAK

Manajemen dan kewirausahaan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi global. Penelitian ini bertujuan untuk secara teoritis dan mendalam menjelajahi topik manajemen dan kewirausahaan UMKM, terutama dalam konteks usaha kecil. Dengan pertumbuhan yang signifikan dalam sektor UMKM dalam beberapa dekade terakhir, ada minat yang meningkat untuk memahami bagaimana manajemen yang efektif dan kewirausahaan berkelanjutan dapat mendukung perkembangan UMKM. Tinjauan teoritis penelitian ini mencakup konsep dasar dalam pengelolaan UMKM dan kewirausahaan, seperti perencanaan strategis, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, inovasi, dan keuangan. Dalam konteks regulasi, perhatian tertuju pada tantangan yang dihadapi oleh pemilik

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, S. D., Johnson, M. W., Sinfield, J. V., Altman, E. J. (2008). *Innovator's Guide to Growth - Putting Disruptive Innovation to Work*. Harvard Business School Press. ISBN 978-1-59139-846-2.
- Arzad Nader, —You Need an Innovation Strategy,|| Harvard Business Review 2015, no. June (2015)
- Berney J. B, (1991). The Firm Resources and Sustainable Competitif Advantage. *Journal of Management*, Vol 17 (1), 115.
- Bill & Melinda Gates Foundation. (2014). Bill & Melinda Gates Foundation and Grand Challenge Partners Commit to Innovation with New Investments in Breakthrough Science. Gatesfoundation.org. Retrieved March 14, .2016.
- Boserup, E. (2005). *The Conditions of Agricultural Growth: The Economics of Agrarian Change Under Population Pressure*. Transaction Publishers. ISBN 9780202307930.
- Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J., eds. (2008). *Open Innovation: Researching a New Paradigm*. Oxford University Press. ISBN 978-0199226467.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's Dilemma: When New Technologies cause Great firms to Fail*, USA: Harvard Business School Press, ISBN 978-0-87584-585- 2.
- Díaz-García, C., González-Moreno, Á., Sáez-Martínez, F. J. (2015). "Eco-innovation: insight from literature review Vol 7 (1). *Innovation: Management, Policy & Practice*.
- Drucker, P. F. (2012). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer Petersalim*. (2002). *Modern English Pers. Innovation*. OMEGA 3 (6), 640.
- Lab for Open Innovation-Lehrgang der Ludwig Boltzmann Gesellschaft. (2016). PROFIL.at. Retrieved June 2016.

- Loudon, David L.; Bitta, Albert J. Della (1993). *Consumer behavior: concepts and applications*. McGraw-Hill Series in Marketing (4th ed.). New York: McGraw-Hill. ISBN 9780070387584.
- Massie et al., (2021). *A Dynamic Model of Process and Product Innovation*. OMEGA 3, no. 6.
- Makmur, & Thahir, R. (2012). *Inovasi & Kreativitas Manusia dalam Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Massie, J. D. D., Pandowo, M. H. C., Internasional, A. B., Manajemen, D., & Ekonomi, F. (2021). *ISSN PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP Objek penelitian Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan dari : 4*, 53–64.
- Noel, H. (2009). *Consumer behavior*. Lausanne, Switzerland La Vergne, TN: AVA Academia Distributed in the USA by Ingram Publisher Services. ISBN 9782940439249.
- Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). New York: Free Press of Glencoe. ISBN 9780029266502.
- Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism, and Democracy* (6 ed.). Routledge. pp. 81–84. ISBN 0-415- 10762-8.
- Scilling, M.A. (2005). *Strategic Management of Technological Innovation*. New York: McGraw-Hill
- Ulwick, A., (2005). *What Customers Want: Using Outcome-Driven Innovation to Create Breakthrough Products and Services*. New York: McGraw-Hill. ISBN 0-07-140867-3
- Utterback, J. M. and Abernathy, W.J. (1975). *A Dynamic Model of Process and Product*
- Van Assen, M.F., A. (2000). *Based Competence Management: the Relation between Agile Manufacturing and Time Based Competence Management*. *International Journal of Agile Management System, Vol. 2, Nu.*
- Von Hippel, Eric (1988). *The Sources of Innovation* (PDF). Oxford University Press. Archived from the original (PDF) on 12 October 2006. Retrieved 3 December 2015.

- USAID and DFID Announce Global Development Innovation Ventures to Invest in Breakthrough Solutions to World Poverty | U.S. Agency for International Development". Usaid.gov. 2013-06-06. Retrieved 2016-03-14.
- Utami, A. D. R. A. T. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan System Dropsip Di Batik Solo 85. *Jurnal Speed Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi, Volume 3 (N)*.
- Von Hippel, Eric (1988). *The Sources of Innovation* (PDF). Oxford University Press. Archived from the original (PDF) on 12 October 2006. Retrieved 3 December 2015.
- Zangwill, W. (1993). *Lightning Strategies for Innovation: How the worlds best firms create new products*.



PREDICTORS OF SUCCESS IN ENTREPRENEURSHIP

Anita Sumelvia Dewi ¹; Erwin Syahputra ²; Iva Khoiril Mala ³
^{1,2,3} Program Doktorat Ilmu Manajemen, Universitas Negeri Malang
Email: anita.dewi.2304139@students.ac.id; erwinsyahputra.2304139@students.um.ac.id; iva.khoiril.2204319@students.um.ac.id

ABSTRAK

Setiap pelaku usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (SMEs), memiliki indikator kewirausahaan yang berbeda-beda. Namun secara umum, pertumbuhan penjualan, omzet, dan laba merupakan salah satu indikator keberhasilan. Beberapa UKM menggunakan kinerja yang efektif dan efisien untuk mengukur keberhasilan, sedangkan UKM lainnya berbeda. Selain berbagai indikator keberhasilan usaha, terlihat bahwa tingkat kegagalan UKM disebabkan oleh beberapa faktor seperti pasar, modal, dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, terdapat beberapa teori kesuksesan wirausaha yaitu teori komponen kesuksesan wirausaha, teori kecerdasan emosional dan model lingkaran emas. Beberapa lainnya menjelaskan prediktor keberhasilan kewirausahaan seperti keunggulan kompetitif, rencana bisnis, rencana strategis, arus kas, inkubator bisnis,

DAFTAR PUSTAKA

- Achtenhagen, L., Naldi, L., & Melin, L. (2010). "Business Growth"—Do Practitioners and Scholars Really Talk About the Same Thing? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(2), 289–316. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00376.x
- Alamene, W., & Sylva, W. (2021). Entrepreneurial Competences and Enterprise Success of Paint Manufacturing SMEs in Rivers State. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(3), 26-50.
- Al Issa, H. E. (2021). Psychological capital for success: the mediating role of entrepreneurial persistence and risk-taking. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Allen, J. S., Stevenson, R. M., O'Boyle, E. H., & Seibert, S. (2020). What matters more for entrepreneurship success? A meta-analysis comparing general mental ability and emotional intelligence in entrepreneurial settings. *Strategic Entrepreneurship Journal*. doi:10.1002/sej.1377
- Alstete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of small business and enterprise development*.
- Amin, S., Widiastuti, F., & Fitriaty, F. (2019). What the Meaning of Success in Female Entrepreneurs' Perceptions? An Interview-Based Study. *International Journal of Human Resource Studies*, 9, 133-147.
- Angel, P., Jenkins, A., & Stephens, A. (2018). Understanding entrepreneurial success: A phenomenographic approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(6), 611–636. doi:10.1177/0266242618768662
- Arena, M., Azzone, G., & Bengo, I. (2015). Performance measurement for social enterprises. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(2), 649-672.
- Awais Ahmad Tipu, S., & Manzoor Arain, F. (2011). Managing success factors in entrepreneurial ventures: a behavioral approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(5), 534–560. doi:10.1108/13552551111158844

- Baylie, A., & Singh, M. (2019). Entrepreneurial competencies and success of small and medium enterprises (SMEs): Evidence from Ethiopia. *European Journal of Business and Management*, 11(19), 14-31.
- Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). *Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems*. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58–91. doi:10.1111/j.1540-627x.2008.00262.x
- Birley, S., & Westhead, P. (1994). *A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size*. *Journal of Business Venturing*, 9(1), 7–31. doi:10.1016/0883-9026(94)90024-8
- Boren, A. E. (2010). Emotional Intelligence: The secret of successful entrepreneurship?.
- Burton, G. (2017). *Entrepreneurship and Small Business Management*. Library Press.
- Dafna, K. (2008). *Managerial performance and business success*. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(4), 300–331. doi:10.1108/17506200810913890
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Edward Elgar Publishing.
- Delmar, F., & Shane, S. (2006). Does experience matter? The effect of founding team experience on the survival and sales of newly founded ventures. *Strategic Organization*, 4(3), 215-247.
- Di Domenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). *Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681–703. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00370.x
- Fatah, N. (2021). How To Become A Successful Entrepreneur: A qualitative research about how to start-up a successful business.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). *Evaluating entrepreneurs' perception of success*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 478–492. doi:10.1108/ijeb-10-2013-0157

- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). *Understanding the Process of Starting Small Businesses*. *European Small Business Journal*, 1(1), 26–45. doi:10.1177/026624268200100102
- Gorgievski, M. J., Ascalon, M. E., & Stephan, U. (2011). *Small Business Owners' Success Criteria, a Values Approach to Personal Differences*. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 207–232. doi:10.1111/j.1540-627x.2011.00322.x
- Gumel, B. I., & Bardai, B. B. (2023). A Review of Critical Success Factors Influencing the Success of SMEs. *SEISENSE Business Review*, 3(1), 37–61.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (1984). *Business Unit Strategy, Managerial Characteristics, and Business Unit Effectiveness at Strategy Implementation*. *Academy of Management Journal*, 27(1), 25–41. doi:10.2307/255955
- Hang, N. P. T. (2021). Factors Affecting Successful Business Start-Up: A Case Study of Small and Medium Enterprises in Ho Chi Minh City. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(10).
- Hatten, T. S. (2012). *Small business management: Entrepreneurship and beyond*. South-Western. Cengage Learning.
- Høvig, Ø., Pettersen, I. B., & Aarstad, J. (2018). Entrepreneurial causation vs. effectuation in a business incubation context: Implications for recruiting policy and management. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(1).
- Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan
- Jenkins, A., & McKelvie, A. (2016). *What is entrepreneurial failure? Implications for future research*. *International Small Business Journal*, 34(2), 176–188. doi:10.1177/0266242615574011
- Kirkwood, J. J. (2016). *How women and men business owners perceive success*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(5), 594–615. doi:10.1108/ijebbr-01-2016-0024
- Lambing, P. A., & Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2015). Entrepreneurial orientation. *Wiley encyclopedia of management*, 1-4.
- Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (2011). *Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? Small Business Economics*, 40(3), 761–783. doi:10.1007/s11187-011-9399-3
- Miller, D. (1983). revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 873-894.
- Mondal, A. G. R., & Rahman, M. M. (2022). IDENTIFYING ENTREPRENEURIAL SUCCESS FACTORS OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES: A STUDY IN BANGLADESH. *International Journal of Entrepreneurship*, 26(6).
- Orser, B., & Dyke, L. (2009). *The Influence of Gender and Occupational-Role on Entrepreneurs' and Corporate Managers' Success Criteria. Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22(3), 327–353. doi:10.1080/08276331.2009.1059345
- Parasuraman, S., Purohit, Y. S., Godshalk, V. M., & Beutell, N. J. (1996). *Work and Family Variables, Entrepreneurial Career Success, and Psychological Well-Being. Journal of Vocational Behavior*, 48(3), 275–300. doi:10.1006/jvbe.1996.0025
- Rodrigues, M., Franco, M., Silva, R., & Oliveira, C. (2021). Success factors of SMEs: empirical study guided by dynamic capabilities and resources-based view. *Sustainability*, 13(21), 12301.
- Ruebottom, T. (2011). *Counting social change: outcome measures for social enterprise. Social Enterprise Journal*, 7(2), 173–182. doi:10.1108/17508611111156628
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries.
- Sinek, S. (2015). The golden circle. *Gumroad. com*, <http://tinyurl.com/golden-circle-sinek>.
- Smith, B. R., & Stevens, C. E. (2010). *Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. Entrepreneurship &*

Regional Development, 22(6), 575–598. doi:10.1080/08985626.2010.488405

- Suryana (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.*
- Vesper, K. H. (1990). *New venture strategies. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for entrepreneurial leadership historical research reference in entrepreneurship.*
- Wach, K. (2015). Entrepreneurial orientation and business internationalisation process: The theoretical foundations of international entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(2), 9.
- Wach, K., & Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial intentions of students in Poland in the view of Ajzen's theory of planned behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83.
- Walker, E. (2004). *What Success Factors are Important to Small Business Owners? International Small Business Journal*, 22(6), 577–594. doi:10.1177/0266242604047411
- Weinzimmer , L. (1998). *Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. Journal of Management*, 24(2), 235–262. doi:10.1016/s0149-2063(99)80061-0
- Weinzimmer, L. G., Nystrom, P. C., & Freeman, S. J. (1998). Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. *Journal of management*, 24(2), 235-262.



FINANCIAL AND LEGAL MANAGEMENT

Edi Murdiyanto; Umi Nadhiroh; Yogi Dwi Lestari

edi.murdiyanto.2304139@students.um.ac.id

umi.nadhiroh.2304139@students.um.ac.id

yogi.dwi.2304139@students.um.ac.id

ABSTRAK

Materi ini membahas tentang Manajemen Keuangan dan Hukum untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam materi ini, dijelaskan bahwa perlindungan konsumen melalui kerangka hukum bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap pasar. Selain itu, materi ini juga membahas tentang pentingnya laporan keuangan yang optimal dan sesuai dengan norma akuntansi yang benar dan persyaratan hukum bagi UMKM. Proses penyusunan laporan keuangan dimulai dengan pencatatan transaksi keuangan secara teliti dan teratur. Materi ini juga membahas tentang teori laporan keuangan untuk UMKM yang melibatkan konsep-konsep dasar yang mendukung penyusunan, analisis, dan interpretasi informasi keuangan. Dalam materi ini juga dijelaskan bahwa manajemen keuangan yang efektif dan kepatuhan terhadap aspek hukum dapat

DAFTAR PUSTAKA

- Abanis, D. T. (2013). Financial Management Practices In Small And Medium Enterprises in Selected Districts In Western Uganda. *Research Journal of Finance and Accounting*.
- Astuti, N., Suhariningsih, S., Sukarmin, S., & Hamidah, S. (2021). MSME Funding with Securities Crowdfunding in Indonesia and the People's Economic System. *Proceedings from the 1st International Conference on Law and Human Rights, ICLHR 2021, 14-15 April 2021, Jakarta, Indonesia*. Proceedings from the 1st International Conference on Law and Human Rights, ICLHR 2021, 14-15 April 2021, Jakarta, Indonesia, Jakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.14-4-2021.2312871>
- Barus, B., Agnetha, J., Nasution, B., Ginting, B., & Siregar, M. (2016). Analisis Hukum terhadap Perlindungan Hukum Bagi Investor dari Praktek Windows Dressing oleh Emiten di Pasar Modal. *USU Law Journal*. <https://www.neliti.com/publications/14312/analisis-hukum-terhadap-perlindungan-hukum-bagi-investor-dari-praktek-windows-dr>
- Berry A, Von Blottnitz M, Cassim R, Kesper A, Rajaratnam B, Van Seventer DE, 2002, *Ekonomi UMKM di Afrika Selatan*. Penerbit Joberg Johannesburg.
- Brijlal, P., Enow, S., & Isaacs, E. B. H. (2014). The Use of Financial Management Practices by Small, Medium and Micro Enterprises: A Perspective from South Africa. *Industry and Higher Education*, 28(5), 341–350. <https://doi.org/10.5367/ihe.2014.0223>
- Gordon Dickinson, P. (2013). SMEs and the business reality of Estonia's tax regulation environment. *International Journal of Law and Management*, 55(4), 273–294. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-04-2012-0011>
- Hatten, T. S. (n.d.). *Small Business Management Entrepreneurship and Beyond*. South-Western Cengage Learning. <http://www.mim.ac.mw/books/Small%20Business%20Management,%20Entrepreneurship%20and%20Beyond%205th%20edition.pdf>

- Hmdn, S., & C, P. (2020). The Effect of Financial Management Practices on Performance of SMEs in Sri Lanka. *International Journal of Scientific Research and Management*, 8(05), 1789–1803. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v8i05.em05>
- <http://www.mim.ac.mw/books/Small%20Business%20Management,%20Entrepreneurship%20and%20Beyond%205th%20edition.pdf>
- <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm-legalitas>. Diakses tanggal 28 September 2023
- Lam, P. T. I., & Law, A. O. K. (2016). Crowdfunding for renewable and sustainable energy projects: An exploratory case study approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 60, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.01.046>
- Regina aurellia Putri, Paskah Ika Nugroho2 SAK-EMKM Implementation of Medium Enterprise Financial Statement in Salatiga. *International Journal of Social Science and Business*. Volume 4, Number 2, Tahun 2020, pp.242-250 P-ISSN : 2614-6533 E-ISSN : 2549 Open Access: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Ridho, R. A. (1992). *HUKUM DAGANG Tentang Prinsip dan fungsi Asuransi dalam lembaga keuangan, Pasar Modal, lembaga Pembiayaan Modal Ventura dan Asuransi Haji*. Alumni Bandung.
- Syamsudin, M. (2002). Budaya Hukum Ilmuwan tentang Hak Cipta: Suatu Penelitian Hukum Empiris. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 9(19), 145–163. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol9.iss19.art11>
- Viotto da Cruz, J. (2018). Beyond financing: Crowdfunding as an informational mechanism. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 371–393. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.02.001>
- Wang, H., Xiang, X., & Han, L. (2023). Financial development, legal systems and SME finance: Cross-country evidence. *International Review of Economics & Finance*, 88, 981–1002. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.021>
- Winczorek, J. (2022). Moral communication and legal uncertainty in small and medium enterprises. *Kybernetes*, 51(5), 1666–1691. <https://doi.org/10.1108/K-02-2021-0125>



SMALL BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING THE PRODUCT OR SERVICE

Diana Ambarwati, Nuril Aulia Munawaroh, Ustadus Sholihin
dianaambar.2304139@students.um.ac.id
nurilaulia.2304139@students.um.ac.id
ustadus.sholihin.2304139@students.um.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan UMKM di Indonesia erat kaitannya dengan bauran pemasaran dan riset pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) menggambarkan strategi distribusi, penetapan harga, promosi, pengembangan produk, people, process dan physical evidence yang saling bergantung dan semuanya harus didukung oleh penelitian mendalam. Riset pemasaran adalah proses mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang konsumen, tren pasar dan lingkungan bisnis. Hal ini mungkin juga memerlukan penciptaan dan evaluasi barang dan jasa. Dengan memberi mereka informasi tentang target audiens, demografi dan lingkungan bisnis, riset pemasaran dapat membantu UMKM dalam mengembangkan dan mempersempit fokus strategi bauran pemasaran mereka. UMKM dapat menentukan bagaimana bauran pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Al Badi, K. S. (2018). *The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage of the SME Sector in the Al Buraimi Governorate in Oman*. *SAGE Open*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/2158244018800838>
- Brockway, Garry and Mangold, W Glynn. (1988). *The Sales Conversion Index. A Method for Analyzing Small Bussiness Market Opportunities*. *Journal Small Bussiness Management*, 26(2), Apr, 1988.
- Hatten, Timothy S. (2012). *Small Bussiness Management : Entrepreneurship and Beyond, Fifthy Edition*. USA : South-Western Cengage Learning.



WARALABA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

Afif Nur Rahmadi¹, Yudiarto Perdana Putra², Aji Prasajo³
Program Doktorat Ilmu manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang^{1,2,3}
Email :

afif.nur.2304139@students.um.ac.id¹,
yudiarto.perdana.2304139@students.um.ac.id²,
aji.prasajo.2304139@students.um.ac.id³

ABSTRAK

Pertumbuhan UMKM di Indonesia cukup berkembang pesat. Waralaba yang merupakan salah satu sektor UMKM memiliki pertumbuhan 8%-10% setiap tahunnya. Sehingga perkembangan waralaba dijadikan suatu alternatif pengembangan usaha di Indonesia. Adanya peluang itu menghadirkan banyak platform *e-marketing* untuk membantu waralaba dalam melakukan pemasaran, namun dalam praktiknya tidak memperhatikan kebutuhan user sehingga solusi yang diberikan tidak tepat sasaran. Perkembangan teknologi membantu sistem pemasaran waralaba,

pada UMKM. Selama perjanjian waralaba berlangsung, usaha waralaba pada UMKM memungkinkan transfer pengetahuan. Oleh karena itu pentingnya ketetapan hukum untuk mencantumkan informasi rahasia dalam kontrak. Waralaba adalah fakta yang mendasari kebutuhan akan kebijakan perizinan tempat usaha waralaba karena pertumbuhan bisnis memungkinkan persaingan bebas antara usaha kecil dan pengusaha yang bermodal besar. Jika ini dibiarkan, UMKM akan bangkrut. Akibatnya, untuk memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk berfungsi sebagai penyangga ekonomi nasional, diperlukan iklim investasi domestik yang mendukung.

A. PENDAHULUAN

Waralaba atau franchise adalah metode distribusi barang atau jasa yang melibatkan franchisor sebagai pemilik sistem bisnis dan merek dagang. Penerima waralaba, juga dikenal sebagai franchisor, membayar royalti dan biasanya biaya awal untuk mendapatkan hak atas kekayaan intelektual di bawah sistem franchisor. Setelah Perang Dunia Kedua, pembuatan waralaba menjadi sukses. Namun, pada Abad Pertengahan, pemilik tanah yang memiliki tanah membuat perjanjian seperti waralaba dengan memungut pajak dan meminta persentase dari uang yang mereka kumpulkan, dasar-dasar waralaba modern ditemukan.

Apoteker John S. Pemberton memulai salah satu waralaba Amerika pertama yang sukses. Pada tahun 1886, Pemberton membuat minuman yang terdiri dari gula, tetes tebu, rempah-rempah, dan buah koka. Dia memberi lisensi kepada beberapa orang untuk mengemas dan menjual minuman tersebut, yang merupakan versi awal dari apa yang sekarang dikenal sebagai Coca-Cola. Pemberton adalah salah satu orang pertama dan yang paling berhasil dalam membangun sistem waralaba di Amerika Serikat.

Bisnis waralaba kontemporer memiliki sejarah panjang dan terus berkontribusi pada perekonomian dunia. Waralaba menjadi bagian ekonomi yang berkembang pesat di seluruh dunia, dan semakin berkembang di pasar negara berkembang. Dari tahun 1960 hingga 1970, waralaba mulai muncul di industri makanan cepat saji. Meningkatnya persaingan dan ketidakmampuan banyak bisnis kecil dan menengah untuk

DAFTAR PUSTAKA

- Bashir, G., & Saqib, N. (2023). Entrepreneurial tendencies in franchisees: evidence from India. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 183–211. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0168>
- Hoang Tien, N., & Nguyen Minh Ngoc, A. (2019). Comparative Analysis of Advantages and Disadvantages of the Modes of Entering the International Market Human resource View project Culture & Risk View project Comparative Analysis of Advantages and Disadvantages of the Modes of Entering the International Market. *International Journal Of Advanced Research in Engineering& Management (IJAREM)*, 05(July), 29–36. <https://www.researchgate.net/publication/338719711>
- Khairiyati, F. (2018). KAJIAN TEORISTIS PERLINDUNGAN HUKUM PERJANJIAN WARALABA DIKAITKAN DENGAN ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK (Studi Kasus Di C.V Rocket Fried Chicken). *RECHTSREGEL Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.32493/rjih.v1i1.1923>
- Madanoglu, M., Alon, I., & Shoham, A. (2017). Push and pull factors in international franchising. *International Marketing Review*, 34(1), 29–45. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2015-0037>
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2). <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Abd Aziz, NA, Hizam-Hanafiah, M., Hasbullah, HR, Aziz, ZA, & Hussin, NSN (2022). Memahami kemampuan bertahan hidup industri waralaba selama krisis COVID [19 di Malaysia. *Keberlanjutan*, 14, 3212.](#)
- [Avolio, BJ, & Luthans, F. \(2005\). *Pemimpin Berdampak Besar: Momen autentik sangatlah penting pengembangan kepemimpinan \(edisi ke-1\)*. New York: McGraw-Hill.](#)
- Bullough, A., & Renko, M. (2013). Ketahanan kewirausahaan selama masa-masa sulit. *Cakrawala Bisnis*, 56, 343–350. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.01.001>

- Cameron, KS, Dutton, JE, & Quinn, RE (2003). Landasan positif beasiswa organisasi. Dalam KS Cameron, JE Dutton, & RE Quinn (Eds.), *Beasiswa organisasi positif: Landasan disiplin baru* (hlm. 3–13). San Francisco, CA: Penerbit Berrett-Koehler.
- Cheung, F., Tang, CS, & Tang, S. (2011). Modal psikologis sebagai moderator antara kerja emosional, kelelahan, dan kepuasan kerja di kalangan guru sekolah di Tiongkok. *Jurnal Internasional Manajemen Stres*, 18, 348–371. <https://doi.org/10.1037/a0025787>
- Coutu, DL (2002). Bagaimana Ketahanan Bekerja. *Tinjauan Bisnis Harvard*, 80, 46-55
- Cutuli, JJ, Herbers, JE, Masten, AS, & Reed, M.-GJ (2020). Ketahanan dalam perkembangan. Dalam CR Snyder, SJ Lopez, LM Edwards, & SC Marques (Eds.), *Buku pegangan oxford tentang psikologi positif. Pers Universitas Oxford.*
- Juajir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1995, Hal. 21-22
- Ioanna, S., & Maria, K. (2013). Information Transfer through Training in Franchising Enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 73, 625–633. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.02.099>
- Bashir, G., & Saqib, N. (2023). Entrepreneurial tendencies in franchisees: evidence from India. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 183–211. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0168>
- Hoang Tien, N., & Nguyen Minh Ngoc, A. (2019). Comparative Analysis of Advantages and Disadvantages of the Modes of Entering the International Market Human resource View project Culture & Risk View project Comparative Analysis of Advantages and Disadvantages of the Modes of Entering the International Market. *International Journal Of Advanced Research in Engineering & Management (IJAREM)*, 05(July), 29–36. <https://www.researchgate.net/publication/338719711>
- Khairiyati, F. (2018). KAJIAN TEORISTIS PERLINDUNGAN HUKUM PERJANJIAN WARALABA DIKAITKAN DENGAN ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK (Studi Kasus Di C.V Rocket Fried Chicken).

- RECHTSREGEL* *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1).
<https://doi.org/10.32493/rjih.v1i1.1923>
- Madanoglu, M., Alon, I., & Shoham, A. (2017). Push and pull factors in international franchising. *International Marketing Review*, 34(1), 29–45. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2015-0037>
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).
<https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3451>
- Lee, J. H., & Choi, H. M. (2023). Sustainable restaurant franchising: Franchisor social support for franchisee resilience and intention to retain business during the COVID-19 pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54(February), 415–425.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.002>
- Majalah Usahawan, 2010, Mengggempur Pasar Dengan Sistem Fraanchise, Edisi No. 11 Tahun XX, November 1991, UI Press
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).
<https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.345>
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, TT, & Lee, G. (2015). Mengapa modal psikologis karyawan perhotelan penting? Pengaruh modal psikologis terhadap keterlibatan kerja dan semangat [kerja karyawan](#). *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan*, 50, 9–26.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.07.001> Pak, A., Adegboye, OA, Adekunle, AI,
- Stewart, M., Reid, G., & Mangham, C. (1997). Menumbuhkan ketahanan anak. *Jurnal Keperawatan Anak*, 12, 21–31.
[https://doi.org/10.1016/S0882-5963\(97\)80018-8](https://doi.org/10.1016/S0882-5963(97)80018-8) Stoverink, AC, Chiaburu, DS, Li, N.,
- Sutedi, A. 2008. Hukum Waralaba, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta

[Youssef, CM, & Luthans, F. \(2005\). Pengembangan ketahanan organisasi, pemimpin dan karyawan: Pembangunan teori multi-level untuk kinerja berkelanjutan. Dalam WL Gardner, BJ Avolio, & FO Walumbwa \(Eds.\), Teori dan praktek kepemimpinan otentik: Asal usul, efek dan perkembangan \(hlm. 303–343\). Bingley: Penerbitan Emerald Group Limited.](#)



SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: TELAAH TEORI DAN REVIEW JURNAL

Ahmad Yani ¹; Zaenul Muttaqien ² ; M. Adi Trisna Wahyudi ³

^{1,2,3} Program Doktorat Ilmu Manajemen,

Universitas Negeri Malang

Email :

ahmad.yani.2304139@students.um.ac.id

zaenul.muttaqien.2304139@students.um.ac.id

m.adi.2304139@students.um.ac.id

ABSTRAK

Social Entrepreneurship (kewirausahaan sosial) berbeda dengan model bisnis pada umumnya, karena kewirausahaan sosial tidak hanya mengejar keuntungan bisnis semata, tetapi juga memiliki peran dalam memberikan dampak positif terhadap masyarakat yang menerima manfaatnya. Kewirausahaan sosial adalah sebuah konsep yang inklusif, yang menggabungkan beragam model bisnis dan organisasi. Ini bisa berupa perusahaan berorientasi laba yang menyisihkan sebagian keuntungannya untuk tujuan sosial, atau organisasi non-profit yang menggabungkan

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
- Buckingham, M., & Coffman, C. (1999). *First, Break All the Rules: What the World's Greatest Managers Do Differently*. Simon & Schuster.
- Clark, C., Rosenzweig, W., Long, D., & Olsen, S. (2004). Double bottom line project report: Assessing social impact in double bottom line ventures, *Methods Catalog. Columbia Business School, Rise-Project*.
- Collins, J. (2001). *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...And Others Don't*. HarperBusiness.
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. In M. M. Bacq & M. Kickul (Eds.), *Social Entrepreneurship: An International Review* (pp. 39-66). Routledge.
- Epstein, M. J., & Yuthas, K. (2014). *Measuring and Improving Social Impacts: A Guide for Nonprofits, Companies, and Impact Investors*. Berrett-Koehler Publishers.
- Ezell, M. (2000). *Advocacy in the human services*. Belmont, CA: Wadsworth
- Heifetz, R. A., & Linsky, M. (2002). *Leadership on the Line: Staying Alive through the Dangers of Leading*. Harvard Business Press.
- Husain-Talero, S., & Cortés, L. D. G. (2020). Social Entrepreneurship. In *Encyclopedia of Organizational Knowledge, Administration, and Technology*. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3473-1.ch097>
- Karoly, L.A (2008). Valuing Benefits in Benefit-Cost Studies of Social Program. In RAND Corporation. RAND Corporation. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1r4xd2h.38>
- Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (2005). *The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization*. HarperBusiness.

- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2012). *The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organizations*. Jossey-Bass.
- Laloux, F. (2014). *Reinventing Organizations: A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness*. Nelson Parker.
- Lawlor, E., Neitzert, E., & Nicholls, J. (2008). Measuring Value: A Guide to Social Return on Investment (SROI). *The New Economics Foundation, Second edition*, 56. <https://commdev.org/wp-content/uploads/2015/06/Measuring-Value-A-Guide-to-Social-Return-on-Investment.pdf>
- Littlewood, D., & Holt, D. (2018). Social Entrepreneurship in South Africa: Exploring the Influence of Environment. *Business and Society*, 57(3), 525–561. <https://doi.org/10.1177/0007650315613293>
- Lencioni, P. M. (2002). *The Five Dysfunctions of a Team: A Leadership Fable*. Jossey-Bass.
- Lombardo, G., Mazzocchetti, A., Rapallo, I., Tayser, N., & Cincotti, S. (2019). Assessment of the economic and social impact using SROI: An application to sport companies. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11133612>
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Marfo, D. M., Dickson, P. H., & Ekpe, I. A. (2017). Performance measurement in social entrepreneurship: A literature review of measurement approaches. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 13(2), 201-225.
- Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and Practice*. Sage Publications.
- Ormiston, J., Seymour, R., Ormiston, J., & Seymour, R. (2011). *Understanding Value Creation in Social Entrepreneurship: The Importance of Aligning Mission, Strategy and Impact Measurement*. *December 2013*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/19420676.2011.606331>

- Pink, D. H. (2009). *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*. Riverhead Books.
- Pink, D. H. (2011). *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*. Riverhead Books.
- Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. Currency Doubleday.
- Shane, S., & Venkataram, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226
- Sugrue. (2015). *A user's guide to hip*. 47(3), 241–251.
- Thompson, J. A., & Bunderson, J. S. (2003). Violations of principle: Ideological currency in the psychological contract. *Academy of Management Review*, 28, 571–586
- Tuckman, B. W., & Jensen, M. A. (1977). Stages of small-group development revisited. *Group & Organization Studies*, 2(4), 419-427.
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117–131 (lihat <http://www.robinhood.org>).

Bunga Rampai

MANAJEMEN UMKM & KEWIRAUSAHAAN

Strategi & Akselerasi Bisnis

Pembahasan tentang konsep perencanaan tentunya tidak terlepas dalam salah satu ungkapan yang menjadi pegangan hidup setiap insan manusia dalam mengarungi kehidupan. "Hari ini harus lebih baik dari pada hari kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari pada hari ini". Ungkapan hal ini mensyaratkan manusia mempunyai naluri untuk mendapatkan sesuatu yang lebih baik didalam menjalani setiap umurnya. Untuk itu dengan bekal akal hati, pikiran, serta anggota tubuh yang dapat digunakan untuk melakukan kebaikan. Namun tidak serta merta setiap usaha manusia akan mendapatkan kebaikan. Ada kalanya mendapatkan kesuksesan atau keberhasilan, namun tidak menutup kemungkinan kegagalan yang didapatkan.

Seperti halnya dengan perencanaan, pembangunan memiliki definisi yang beragam setiap orang, tergantung dari sudut pandang yang digunakan orang tersebut. Secara umum pembangunan adalah proses untuk melakukan perubahan. proses perubahan kearah lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana. Konsep tentang pembangunan awalnya diartikan sama dengan modernisasi dan industrialisasi, bahkan pembangunan dengan westernisasi, hal ini didasarkan pada aspek perubahan, perkembangan dan modernisasi serta industrialisasi secara keseluruhan mengandung perubahan. Buku ini menguraikan secara rinci dan praktis sistem serta Konsep, teori dan penerapan perencanaan pembangunan daerah di Indonesia dalam era otonomi. Secara umum, analisis mencakup tiga hal pokok, yaitu: konsep perencanaan pembangunan, sejarah perencanaan pembangunan indonesia dari masa ke masa, dan penyusunan dokumen perencanaan pembangunan daerah yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 25 dan 32 Tahun 2004 serta penggunaan beberapa tools perencanaan pembangunan.