Tim Penulis:
Acai Sudirman, Helin Garlinia Yudawisastra, Dipa Teruna Awaludin,
Suharyati, Ni Luh Nurkariani, Hasanudin, Tati Haryati, Lisa Sarinah,
Maria Atik Sunarto Ekowati, Raden Isma Anggraini, Dienni Ruhjatini Sholihah,
Memet Slamet & Hisam Ahyani, Fitriana Sidikah Rachman.

manajemen umkm

(Menciptakan Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan)

manajemen umkm

(Menciptakan Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan)

Tim Penulis:
Acai Sudirman, Helin Garlinia Yudawisastra, Dipa Teruna Awaludin,
Suharyati, Ni Luh Nurkariani, Hasanudin, Tati Haryati, Lisa Sarinah,
Maria Atik Sunarto Ekowati, Raden Isma Anggraini, Dienni Ruhjatini Sholihah,
Memet Slamet & Hisam Ahyani, Fitriana Sidikah Rachman.

Penerbit widina

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

Tim Penulis:
Acai Sudirman, Helin Garlinia Yudawisastra, Dipa Teruna Awaludin, Suharyati, Ni Luh Nurkariani, Hasanudin, Tati Haryati, Lisa Sarinah, Maria Atik Sunarto Ekowati, Raden Isma Anggraini, Dienni Ruhjatini Sholihah, Memet Slamet & Hisam Ahyani, Fitriana Sidikah Rachman.

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Aas Masruroh

ISBN:
978-623-500-062-6

Cetakan Pertama:
Maret, 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 "Manajemen UMKM Menciptakan Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan" 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 Manajemen UMKM Menciptakan Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan.

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.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB 1 BISNIS UMKM: SEBUAH TINJAUAN UMUM **1**
A. Pendahuluan 2
B. Perkembangan Entrepreneurship di Indonesia 4
C. Mengelola Bisnis UMKM 6
D. Strategi Bisnis Digital UMKM 10
E. Membangun Minat Berwirausaha 16
F. Rangkuman Materi 18
BAB 2 MANAJEMEN USAHA KECIL DAN KEWIRAUSAHAAN **23**
A. Pendahuluan 24
B. Konsep Dasar Manajemen Usaha Kecil 26
C. Konsep Dasar Kewirausahaan 32
D. Mengembangkan Bisnis Usaha Kecil dan Kewirausahaan 35
E. Inovasi dan Pengembangan Produk Usaha Kecil dan Kewirausahaan 37
F. Tantangan dan Peluang Manajemen Usaha Kecil dan Kewirausahaan 42
G. Rangkuman Materi 44
BAB 3 WIRAUSAHAWAN SOSIAL, ETIKA DAN PERENCANAAN STRATEGIS **47**
A. Pendahuluan 48
B. Konsep Wirausahawan Sosial 51
C. Pelaku Kewirausahawan Sosial 53
D. Konsep Etika 55
E. Konsep Perencanaan Strategis 58
F. Proses Untuk Membuat Perencanaan Strategis Yang Efektif. 59
G. Wirausaha Sosial dan Model Bisnis Berkelanjutan 61
H. Etika Bisnis dan Perilaku Bertanggung Jawab 61
I. Perencanaan Strategis Untuk Keberlanjutan Jangka Panjang 62
J. Model Bisnis Social Entrepreneurship 62
K. Rekomendasi Kebijakan 64

L. Rangkuman Materi 64
BAB 4 RENCANA BISNIS UMKM 69
A. Pendahuluan 70
B. Definisi dan Karakteristik UMKM 73
C. Peran Manajemen dalam UMKM 75
D. Peluang dan Tantangan UMKM 77
E. Pentingnya Rencana Bisnis dalam Manajemen UMKM 78
F. Rencana Bisnis sebagai Alat Perencanaan 79
G. Membangun Rencana Bisnis yang Berkelanjutan 85
H. Business Model Canvas 88
I. Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efektivitas Rencana Bisnis UMKM 94
J. Rangkuman Materi 96
BAB 5 KONSEP WARALABA 101
A. Sejarah Waralaba 102
B. Pengertian Waralaba 103
C. Bentuk-Bentuk Waralaba 104
D. Jenis-Jenis Waralana/Franchise 104
E. Karakteristik Waralaba (Franchise) 106
F. Pengertian Franchise Fee dan Royalty Fee 107
G. Mekanisme Kerja dan Usaha Waralaba Mekanisme Kerjasama Dalam Wara Laba Didasarkan Pada Prinsip Kesetaraan dan Saling Menguntungkan. 108
H. Rangkuman Materi 111
BAB 6 CATATAN AKUNTANSI DAN LAPORAN KEUANGAN 115
A. Pendahuluan 116
B. Pentingnya Catatan Akuntansi dan Laporan Keuangan Bagi Usaha Kecil Dan Menengah 118
C. Tujuan Laporan Keuangan 120
D. Dasar-Dasar Akuntansi 121
E. Konsep Dasar Neraca, Laba Rugi, dan Perubahan Ekuitas 123
F. Peran Teknologi Keuangan (*Fintech*) untuk UMKM 132
G. Standar Pelaporan Internasional (IFRS) untuk UMKM 133
H. Tantangan dan Solusi untuk UMKM 133

I. Rangkuman Materi 136
BAB 7 STRATEGI MEMULAI BISNIS 143
A. Bisnis 144
B. Strategi Memulai Bisnis 145
C. Rangkuman Materi 152
BAB 8 PENGAMBILALIHAN BISNIS UMKM YANG SUDAH ADA 157
A. Pendahuluan 158
B. Perkembangan UKM di Indonesia 2015-2019 158
C. Jumlah UMKM yang Sudah Terdata di OSS 159
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi UMKM Semakin Berkembang 162
E. Faktor-faktor yang Menghambat UMKM menjadi Tidak Berkembang 173
F. Fase-fase pada Proses Pengambilalihan Bisnis UMKM yang Sudah Ada 175
G. Tantangan pada Proses Pengambilalihan Bisnis UMKM yang Sudah Ada 173
H. Rangkuman Materi 175
BAB 9 ASPEK HUKUM UMKM 181
A. Pendahuluan 182
B. Aspek Hukum UMKM 183
C. Aspek Legalitas yang Harus Dipahami UMKM 183
D. Penyuluhan Hukum Bisnis bagi Para Pelaku Usaha UMKM 185
E. Aspek Hukum bagi Pelaku UMKM 187
F. Alur dan Proses Perizinan UMKM 188
G. Konsultasi UMKM 188
H. Hak dan Kewajiban UMKM 189
I. Jenis-jenis Perlindungan Hukum untuk UMKM 190
J. Hak Kekayaan Industrial (HKI) 191
K. Persaingan Usaha Tidak Sehat 193
L. Rangkuman Materi 195
BAB 10 PEMASARAN UMKM: STRATEGI DAN PENELITIAN 199
A. Pendahuluan 200
B. Konsep Manajemen Pemasaran 201

C. Manajemen Pemasaran Pada Sektor UMKM 202
D. Strategi Pemasaran UMKM 203
E. Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0 206
F. Riset Pasar Pada UMKM 207
G. Rangkuman Materi 210
BAB 11 PEMASARAN UMKM: LOKASI 213
A. Pendahuluan 214
B. Pemilihan Lokasi Strategis 215
C. Kriteria Lokasi Untuk Bisnis Ritel dan Jasa 218
D. Pilihan Lokasi Untuk Bisnis Ritel dan Jasa 221
E. Pengaruh E-Commerce Terhadap Lokasi Fisik 226
F. Evaluasi Kinerja Lokasi 226
G. Pengaturan Tata Letak 228
H. Rangkuman Materi 229
BAB 12 PEMASARAN UMKM: HARGA DAN PROMOSI 233
A. Pendahuluan 234
B. Rangkuman Materi 239
BAB 13 MANAJEMEN USAHA KECIL PROFESIONAL 257
A. Pendahuluan 258
B. Perbedaan Antara Manajemen Konvensional dan Manajemen Profesional 259
C. Membangun Fondasi Manajemen Usaha Kecil Yang Profesional 264
D. Rangkuman Materi 268
GLOSARIUM 271
PROFIL PENULIS 277

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 1: BISNIS UMKM: SEBUAH TINJAUAN UMUM

Acai Sudirman, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

BAB 1

BISNIS UMKM: SEBUAH TINJAUAN UMUM

A. PENDAHULUAN

Wirausaha (*entrepreneur*) adalah individu yang menciptakan peluang bisnis baru, menanggung sebagian besar risiko dan menikmati sebagian besar imbalan. Proses mendirikan bisnis dikenal sebagai *Entrepreneurship*. Seorang *entrepreneur* umumnya dipandang sebagai inovator, sumber ide, barang, jasa, dan bisnis/atau prosedur baru (Ayesha *et al.*, 2021). *Entrepreneur* memainkan peran kunci dalam system ekonomi, menggunakan keterampilan dan inisiatif yang diperlukan untuk mengantisipasi kebutuhan dan membawa ide-ide baru ke pasar (Halim, Sherly, *et al.*, 2021). *Entrepreneur* yang terbukti berhasil dalam mengambil risiko menciptakan start-up dihargai dengan keuntungan, ketenaran, dan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan. Namun entrepreneur yang gagal menghasilkan kerugian dan berkurangnya prevalensi di pasar bagi mereka yang terlibat.

Entrepreneurship merupakan salah satu sumber daya ekonomi yang dikategorikan sebagai bagian integral dari produksi, yang lainnya adalah tanah/sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal (Halim, Grace, *et al.*, 2021). Seorang *entrepreneur* menggabungkan ketiganya untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa. *Entrepreneur* biasanya membuat rencana bisnis, mempekerjakan tenaga kerja, memperoleh sumber daya dan pembiayaan, memberikan kepemimpinan serta manajemen untuk bisnis (Inrawan *et al.*, 2021). *Entrepreneur* umumnya menghadapi banyak kendala ketika membangun perusahaan mereka. Tiga

DAFTAR PUSTAKA

Ayesha, I. *et al.* (2021) 'Behavior of Female Entrepreneurs in Tempe Small Micro Enterprises in Tasikmalaya Regency , West Java as Proof of Gender Equality Against AEC', in *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020)*, pp. 124–130.

Barot, H. (2015) 'Entrepreneurship - A key to success', *The International Journal of Business & Management*, 1(3), pp. 163–165.

Basoeky, U. *et al.* (2021) *Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Chowdhury, F., Audretsch, D. B. and Belitski, M. (2019) 'Institutions and Entrepreneurship Quality', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(1), pp. 51–81. doi: 10.1177/1042258718780431.

Croci, C. L. (2016) 'Is Entrepreneurship a Discipline? Honors Theses and Capstones, 296'.

Diandra, D. and Azmy, A. (2020) 'Understanding Definition of Entrepreneurship', *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), pp. 235–242.

Entrepreneur, J. (2022) *7 Strategi Bisnis untuk Bersaing di Era Digital*.

Fajrillah *et al.* (2020) *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.

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.

Inrawan, A. *et al.* (2021) 'Analisis Peluang Usaha di Kota Pematangsiantar Menghadapi Destinasi Wisata Danau Toba', *Jurnal Media Ilmiah*, 15(10), pp. 5961–5968. Available at: https://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/1074/pdf.

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.

Kementerian Keuangan RI, D. P. B. P. I. P. (2022) *Cara Cerdas Pemasaran Digital untuk Produk UMKM*, *05 Mei 2022*. doi: Hai.djpb@kemenkeu.go.id.

Malerba, F. and McKelvey, M. (2020) 'Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems', *Small Business Economics*. Small Business Economics, 54(2), pp. 503–522. doi: 10.1007/s11187-018-0060-2.

Nisa, P. C. and Tamzil, F. (2021) 'Strategi Digital Business Untuk UMKM', *Jurnal Abdimas*, 7(4), pp. 355–359.

Purnomo, A. *et al.* (2020) *Dasar-Dasar Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Putri, D. E. *et al.* (2021) *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Putri, D. E. *et al.* (2020) 'Minat Kunjungan Ulang Pasien yang Ditinjau dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar', *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis 8*, 8(1), pp. 41–46.

Raza, S. A., Qazi, W. and Shah, N. (2018) 'Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students', *International Journal of Knowledge and Learning*, 12(3), pp. 221–241. doi: 10.1504/IJKL.2018.092315.

Sanya Dinda, Bernadette Aderi, Kartika Runiasari, A. K. (2019) 'Yang Muda Yang Sukses Berusaha', *ValiidNews*.

Setyorin, D. (2010) 'Perkembangan Motivasi Berwirausaha', *UNY*, 07/80(2), p. 125.

Simatupang, S., Efendi, E. and Putri, D. E. (2021) 'Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli', *Jurnal Ekbis; Analisis, Prediksi dan Informasi*, 22(1), p. 28. doi: 10.30736/je.v22i1.695.

Sinaga, O. S. *et al.* (2020) 'Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan

Kota Pematangsiantar', *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), pp. 151–157.

Sudirman, A., Halim, F., *et al.* (2021) 'Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM', in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*, pp. 165–179. doi: 10.32528/psneb.v0i0.5165.

Sudirman, A., Sholihah, D. R., *et al.* (2021) *Pemasaran Kontemporer (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Wu, Y. J., Wu, T. and Arno Sharpe, J. (2020) 'Consensus on the definition of social entrepreneurship: a content analysis approach', *Management Decision*, 58(12), pp. 2593–2619. doi: 10.1108/MD-11-2016-0791.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 2: MANAJEMEN USAHA KECIL DAN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 2

MANAJEMEN USAHA KECIL DAN KEWIRAUSAHAAN

A. PENDAHULUAN

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 dimana 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 (Sudrartono et al., 2022). Tak heran jika usaha mikro kecil menengah mempunyai peran yang sangat strategis dan penting dalam berbagai aspek di masa krisis maupun fase pemulihan perekonomian Indonesia saat ini. Pertama,

DAFTAR PUSTAKA

Baldacchino, L. (2009). *Entrepreneurial creativity and innovation*.

Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, *13*(1), 8-16.

Jong, W., & Wennekers, S. (2008). Conceptualizing entrepreneurial employee behavior. *SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs*.

Kuncoro, M. (2000). Usaha Kecil di Indonesia: Profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Sumber*, *7*(1), 6-8.

Scarborough, N. M. (2011). Essentials of entrepreneurship and small business management. *(No Title)*.

Silalahi, R. (2023). Strategi Inovasi dalam Manajemen Produk dan Pemasaran. *Paradoksal Article*, *1*(2).

Sudisman, U., & Sari, A. (1996). *Undang-Undang Usaha kecil 1995 dan Peraturan Perkoperasian*. Jakarta: Mitrainfo.

Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital*.

Wardoyo, P., Rusdianti, E., & Purwantini, S. (2015). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi usaha dan kinerja bisnis UMKM di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, *5*(1).

Widodo, Z. D., Umiyati, H., Andriansyah, T. M., & Yudawisastra, H. G. (2022). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 3: WIRAUSAHAWAN SOSIAL, ETIKA DAN PERENCANAAN STRATEGIS

Dr. Ir. Dipa Teruna Awaludin, B.Sc., SE., Ak., MM., M.Ak., CA

Universitas Nasional

BAB 3

WIRAUSAHAWAN SOSIAL, ETIKA DAN PERENCANAAN STRATEGIS

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sikap dan kemampuan mental yang dimiliki oleh seorang yang kreatif, menciptakan kekuatan dan berusaha untuk menciptakan sesuatu seperti produk atau jasa yang orisinil, baru berbeda dan bermanfaat bagi orang banyak.

Kewirausahaan sosial adalah suatu terobosan baru sebagai suatu aktivitas bisnis dalam mengatasi masalah social yang melibatkan penggunaan semua sumber daya secara inovatif untuk mempercepat perubahan sosial dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat.

Social entreprenur adalah seseorang yang dapat memanfaatkan ide, inovasi serta berbagai macam permasalahan yang dihadapi dalam bisnis sebagai peluang untuk menciptakan usaha atau kegiatan yang baru dan bermanfaat dalam rangka pemberdayaan masyarakat. Jadi, tujuan utama social entrepreneur bukan untuk memperoleh keuntungan ataupun kepuasan pelanggan, namun lebih mengarah pada hasil yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Usaha mikro, kecil dan menengah (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.

DAFTAR PUSTAKA

Anita, Apriani., dkk. (2023). Kewirausahaan Sosial Sebagai Pilar Membangun Ekonomi

Masyarakat. Universitas Muhammadiyah Papua: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi Vol. 1No. 1 Maret (2023) Hal. 91-92.

Akmalur Rijal, dkk. 2018. Jurnal. *Kewirausahaan Sosial Pada Lembaga Zakat Nasional.* Human Falah: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Volume 5. No. 1

Conway, D.G., Vickery, S.K. & Feehan, J. (2015) Social capital and small firm performance: An exploratory study within a virtuous circle framework. Journal of Business Ethics, 152(4), 815-834.

Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, 2011, *"Social Entrepreneurship : A Content Analysis",* Journal of Strategic Innovation and Sustainability.

Hardi Utomo 2014. Jurnal. *Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial*. Among Makarti, Vol.7 No.14.

Hitt, M. A., R. D. Ireland, dan R. E. Hoskisson. "Strategic management cases: competitiveness and globalization." (2013).

Hulgard. Lars, 2010, *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme*? EMES European Research Network.

Irma Paramita Sofia. 2015, Jurnal. *Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian*. Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2020). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.

Lehner, O.M. and Kansikas, J. (2013) Opportunity recognition in social entrepreneurship: A thematic meta analysis. Journal of Entrepreneurship, 22(1), 25-58.

León- Soriano, R., J. Jesús Muñoz-Torres, dan J. Chalmeta-Rosaleñ. "Methodology for sustainability strategic planning and management." Industrial Management & Data Systems (2010).

Nadiyah, Rahmaliyah. (2022). Perencanaan Strategis: Ari, Manfaat, Elemen, dan Prosesnya. https://glints.com/id/lowongan/perencanaan-strategis-adalah/ (Diakses Pada Tanggal 26 Januari 2024)

Nur Firdaus 2014 .Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan. *Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial*. Peneliti Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Vol 22, No. 1.

Palesangi, Muliadi, 2013, Jurnal. *Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan* Sosial, Universitas Katolik Parahyangan.

Santosa, Setyanto P., 2007, "Peran Social Entrepreneurship dalam Pembangunan",*Makalah dipresentasikan di acara Seminar "Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia Yang Inovatif, Inventif dan Kompetitif*", Universitas Brawijaya.

Schwab, hilde. 2010. *Schwab foundation honours asia social entreprenuers of the year*. Geneva: the world economic forum.

Syukur, M., dkk. (2022). Tokoh Kewirausahaan Sosial. Makassar: Badan Penerbit UNM.

Taufik, M.(2023). UMKM Wajib Memahami etika. https://radarjember.jawapos.com/opini/791124201/umkm-wajib-memahami-etika- bisnis (Diakses Pada Tanggal 26 Januari 2024)

Tenrinippi, A, (20119), KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI INDONESIA (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa Dan Bagaimana), STIA Al Gazali Barru, Indonesia, Meraja Jurnal, Vol 2 no. 3

Wang, C., Walker, E.A. & Redmond, J. (2007) Explaining the lack of strategic planning in SMEs: The importance of owner motivation. International Journal of Organisational Behaviour, 12(1), 1-16.

Wheelen, T. L., dan J. D. Hunger. "Strategic management and business policy." (2010).

Badan Pusat Statistik, 2015, Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi
https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/forum/discuss.php?d=2582
https://wartaekonomi.co.id/read175807/mengenal-bill-drayton-bapak-kewirausahaan- sosial-dunia

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 4: RENCANA BISNIS UMKM

Suharyati, S.E., M.M

UPN Veteran Jakarta

BAB 4

RENCANA BISNIS UMKM

A. PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang semakin dinamis, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam membangun ekonomi nasional bahkan global. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, menciptakan 50 persen lapangan kerja global dan berkontribusi sekitar 40 persen terhadap PDB negara berkembang, menurut Bank Dunia. Data Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,47 juta unit pada 2019, menyumbang 99,99 persen dari total usaha dan 61,97 persen terhadap PDB. UMKM menyerap 97 persen tenaga kerja dan menghimpun 60,4 persen investasi. UMKM telah menjadi penyelamat ekonomi nasional, terbukti selama krisis moneter 1998. Pascapandemi COVID-19, UMKM kembali mendukung pemulihan ekonomi dengan transformasi ke e-commerce dan inovasi produk, seperti makanan beku dan layanan kesehatan. Meskipun pemerintah mendorong sinergi dengan pengusaha besar, tantangan masih ada. Kontribusi UMKM pada ekspor Indonesia baru mencapai 15,69 persen pada 2020, lebih kecil dari negara ASEAN rata-rata 20 persen. Partisipasi UMKM dalam rantai nilai global masih di bawah 4,1 persen, disebabkan kendala produk intermediate goods, infrastruktur terbatas, mahalnya logistik, dan hambatan teknologi. Pemerintah berupaya memudahkan akses pasar UMKM melalui perjanjian perdagangan bebas dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas UMKM, (Ade irma Junida, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

Ade irma Junida. (2022, September 1). *G20 Indonesia bangkitkan peran UMKM dukung pemulihan ekonomi*. ANTARA . https://www.antaranews.com/berita/3092781/g20-indonesia-bangkitkan-peran-umkm-dukung-pemulihan-ekonomi

Adella, E. R. (2023). *Pengertian Teknologi Informasi – Fungsi, Tujuan, Kelebihan dan Kekurangan*. Dianisa.Com. https://dianisa.com/pengertian-teknologi-informasi/

BMC-Competence. (n.d.).

Brian, F. (2019). *How to write a business plan*.

BRIN. (2023). *Peran Teknologi untuk Meningkatkan Kapasitas dan Kinerja UMKM*. BRIN. https://www.brin.go.id/news/114267/peran-teknologi-untuk-meningkatkan-kapasitas-dan-kinerja-umkm

Colin, B., Paul, B., & Robert, B. (2020). *The Business Plan Workbook i*.

Edward, B. (2011). *How to Prepare a Business Plan* (Vol. 5).

Emi, S. (2013). *PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM*. https://fsip.teknokrat.ac.id/peran-teknologi-digital-dalam-pengembangan-umkm/

Erick Rompas. (2022, January 17). *UMKM, Peluang, dan Tantangan*.

James, F. (2014). *Starting a Business: Creating a Plan*.

Kemala, P. (2018). *Pengertian Teknologi Informasi, Serta Tujuan dan Fungsinya*. Teknologi. https://teknologi.id/insight/pengertian-teknologi-informasi-serta-tujuan-dan-fungsinya

Kementrian Kop dan UKM. (2020). *Renstra Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2020-2024_Permen KUKM Nomor 5 Tahun 2020*.

LinovHR. (2022, August 17). *business-model-canvas: Pengertian dan Manfaat bagi Perusahaan*. LinovHR.

LIPI & Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Kerjasama Lppi Dengan Bank Indonesia Tahun 2015*.

Martins, A., Branco, M. C., Melo, P. N., & Machado, C. (2022). Sustainability in Small and Medium-Sized Enterprises: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. In *Sustainability*

(Switzerland) (Vol. 14, Issue 11). MDPI. https://doi.org/10.3390/su14116493

Onu, P., & Mbohwa, C. (2021). Industry 4.0 opportunities in manufacturing SMEs: Sustainability outlook. *Materials Today: Proceedings*, *44*, 1925–1930. https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.12.095

PP RI. (2021). *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIANOMOR 7 TAHUN 2O2I*.

Robbins, S. (2022). *Management*.

Robbins, S. P., Coulter, M. A., & Cenzo, D. A. (2020). *Fundamentals of Management* (11th ed.). Pearson Education Limited 2020. www.pearsonglobaleditions.com © Pearson Education Limited 2020%0AThe

Septia Ryanthie. (2024, February 1). *Perkuat UMKM dan Pedagang Pasar, Kemendag Dorong Kolaborasi dengan Platform Digital*. TEMPO.CO, Jakarta.

Šimberová, I., Korauš, A., Schüller, D., Smolíkova, L., Straková, J., & Váchal, J. (2022). Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(6). https://doi.org/10.3390/su14063628

Sukesi, H., & Kanty, H. (2019). *OPTIMALISASI EKONOMI MASYARAKAT PESISIR PANTAI*.

UU RI. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*. www.hukumonline.com

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 5: KONSEP WARALABA

Ni Luh Nurkariani, S.E.,M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

BAB 5

KONSEP WARALABA

A. SEJARAH WARALABA

Sejarah waralaba, terutama perkembangannya di Indonesia. Waralaba telah menjadi model bisnis yang cukup signifikan dalam perekonomian global, memungkinkan pengusaha untuk mengembangkan merek dan konsep mereka dengan lebih luas. Sejak diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1950-an, sistem waralaba telah mengalami pertumbuhan pesat. Undang-undang dan regulasi yang mendukung serta melindungi waralaba telah diadopsi, seperti Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan peraturan lainnya yang membantu memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha waralaba .

Asosiasi-asosiasi seperti APWINDO, WALI, dan AFI berperan penting dalam memberikan dukungan, advokasi, dan pembinaan kepada pemilik waralaba di Indonesia. Pameran dagang, *roadshow*, dan acara-acara seperti International *Franchise and Business Concept Expo, Franchise License Expo* Indonesia, dan *InfoFranchise Expo* memainkan peran penting dalam memperluas jaringan serta memperkenalkan waralaba kepada calon mitra bisnis di berbagai daerah.

Sejarah waralaba di Indonesia memperlihatkan perkembangan yang signifikan, terutama dalam sektor restoran cepat saji. Dengan aturan yang semakin jelas dan perlindungan hukum yang meningkat, waralaba menjadi semakin menarik bagi pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya. Namun, seperti yang Anda sebutkan, masih ada beberapa pihak yang merasa skeptis terhadap kepastian hukum dalam sektor waralaba di Indonesia. Hal ini menunjukkan perlunya terus meningkatkan transparansi,

DAFTAR PUSTAKA

Buku : Gunawan Widjaja, Seri Hukum Bisnis Waralaba, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001

Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Frachisor dan Franchisee,* PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1993, h. 4.

Tracey A. Nicastro, [3]*Note : How the Cokie Crumbles:the Good Requirement for Terminating*

*Franchise Agreement´*_ Valparaso UniversityLaw Review. Vol 28. Winter, 1994

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 6: CATATAN AKUNTANSI DAN LAPORAN KEUANGAN

Dr. Hasanudin, SE., MM

Universitas Nasional FEB Manajemen

BAB 6

CATATAN AKUNTANSI DAN LAPORAN KEUANGAN

A. PENDAHULUAN

Setiap usaha, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), diharapkan memiliki laporan keuangan yang terperinci dan akurat. Laporan keuangan ini sangat penting karena memungkinkan para pemilik usaha dan pihak terkait untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan. Dari laporan keuangan, mereka bisa mendapatkan gambaran tentang posisi keuangan perusahaan, seberapa baik kinerja keuangan perusahaan tersebut, dan bagaimana arus kasnya.

Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan ini sangat berharga bagi para pengguna laporan keuangan, seperti pemilik usaha, investor, kreditur, dan pihak lain yang terlibat dalam pengambilan keputusan ekonomi. Dengan menganalisis laporan keuangan, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait investasi, pemberian kredit, atau pengelolaan keuangan perusahaan.

Selain itu, laporan keuangan juga merupakan alat untuk menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan sumber daya perusahaan. Manajemen bertanggung jawab untuk mengelola keuangan perusahaan dengan baik dan efisien, dan laporan keuangan menjadi salah satu cara untuk memperlihatkan bagaimana manajemen telah menggunakan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Namun, dalam praktiknya, UMKM sering menghadapi kendala dalam hal akuntansi keuangan. Kurangnya kemampuan dalam bidang pengelolaan usaha serta minimnya pemahaman tentang konsep akuntansi

DAFTAR PUSTAKA

Abor, J., & Biekpe, N. (2006). Small Business Financing Initiatives in Ghana. Problems and Perspectives in Management, 4, 69-77.

Abor, J., & Quartey, P. (2010). Issues in SME Development in Ghana and South Africa. International Research Journal of Finance and Economics, 39, 215-228.

Aladejebi, O., & Oladimeji, J. A. (2019). The Impact of Record Keeping on the Perfor mance of Selected Small and Medium Enterprises in Lagos Metropolis. Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, 7, 28-40. https://doi.org/10.15640/jsbed.v7n1a3

Anokyewaa, C. (2015). Computerized Recordkeeping among Small and Medium Enter prises—A Case Study in Sunyani Municipality. Unpublished MBA Thesis, University of Science and Technology, Kumasi.

Amissah, H. H. (2011). Proper Bookkeeping and Basic Accounting Procedures in Small Scale Enterprises. Kwame University of Science and Technology.

Amoah, R., Samuel, N. B., & Richardson, A. M. K. (2014). Accounting Practices of SMES in Sunyani: An Investigative Study of Record Keeping for Performance Measurement. International Journal of Research in Economics & Social Sciences, 4, 21-35.

Anokyewaa, C. (2015). Computerized Recordkeeping among Small and Medium Enter prises—A Case Study in Sunyani Municipality. Unpublished MBA Thesis, University of Science and Technology, Kumasi.

Accounting Information Systems" oleh Marshall B. Romney, Paul J. Steinbart

Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. Qualitative Research Journal, 9, 27-40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Financial Accounting for Small Business Owners" oleh Vincent Turner

Hambali, I. R. (2016). Pengaruh Motivasi Usaha, Laporan Keuangan Dan Kemandirian Usaha Terhadap Kinerja Usaha Umkm Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *17*(1).

Harahap, Y. R. (2014). Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Yang Dimiliki Pelaku UMKM Dan Pengaruhnya Tehadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*, *14*(1).

Hendrati, I. M. (2010). Latar Belakang Pendidikan, Pelatihan, Dan Jiwa Kewirausahaan Terkait Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1 Maret).

Jiaxiao Chao et all 2023 * A Study on the Impact of Financial Technology on Medium, Small and Micro Enterprises in China *Modern Economy*, **14**, 582-600. doi: 10.4236/me.2023.145032.

Manyani, O., & Maseko, N. (2011). Accounting Practices of SMEs in Zimbabwe: An In vestigative Study of Record Keeping for Performance Measurement (A Case Study of Bindura). Journal of Accounting and Taxation, 3, 158-161. https://doi.org/10.5897/JAT11.031

Muchira, B. W. (2012). Record Keeping and Growth of Micro and Small Enterprises: A Case
Study of Thika Municipality in Kenya (pp. 11-16).

Murti, Trisnadewi, Citraresmi, & Saputra. (2018). SAK ETAP, Kualitas Laporan Keuangan dan Jumlah Kredit yang diterima UMKM. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *6*(2), 52–61.

Ningtyas, J. D. A., Si, M., & Pusmanu, P. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM)(Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan). *Riset & Jurnal Akuntansi*, *2*(1), 11–17.

Nurhayati, N., Hindarsah, I., Sos, S., Erlangga, H., Sos, S., & Maun Jamaludin, I. (2018). Pelatihan Pembukuan Di UMKM Sumpia Chantika Dewi Cimindi Cimahi. *Laporan Program Kepakaran Fisip Unpas Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Akademik 2016/2017*, 1–22.

Nurlaela, S. (2015). Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Usaha Kecil Menengah Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Kerajinan Gitar Di

Kabupten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, *12*(02), 115906.

Odhiambo, O. E. (2012). Assessment of Accounting Practices and Organization Performance.

Panduan Akuntansi untuk UMKM dari Kementerian Keuangan atau Badan Pengawas Keuangan

Rapih, S. (2015). Analisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia, modal sosial dan modal finansial terhadap kinerja UMKM bidang garmen di Kabupaten Klaten. UNS (Sebelas Maret University).

Riyadi, S., & Rismawandi, R. (2016). Motivasi, Pengetahuan Akuntansi Dan Penerapan Akuntansi Terhadap Penggunaan Informasi AkuntansI (Studi Empiris Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Wilayah Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(1), 80–95.

Rudiantoro, & Siregar. (2012). Kualitas laporan keuangan umkm serta prospek implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, *9*(1), 1–21.

Samir, A., & Larso, D. (2002). Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM catering di Kota Bandung. *Journal of Technology Management*, *10*(2), 120905.

Santoso, I., Yuwandini, D., & Mustaniroh, S. A. (2015). Pengaruh kredit dan sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM agroindustri dengan pemasaran sebagai variabel antara. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, *12*(3), 174.

Shields, J., & Shelleman, J. (2011). Management accounting reports in small businesses: Frequency of use and influence of owner locus of control and goals,. *Small Business Institute Journal,7(1), 29-51.*, *7*(1), 29–51.

Siagian, A. O., & Indra, N. (2019). Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap laporan keuangan. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *4*(12), 17–35.

Studi kasus atau artikel berita terkait penggunaan fintech dan IFRS dalam UMKM, misalnya di
industri kopi atau sejenisnya.

Understanding IFRS Fundamentals: International Financial Reporting Standards" oleh Kamal Ghalib

Small Business Accounting Simplified oleh Mark R. Hughes

Wahid, N. N. (2017). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan motivasi terhadap kinerja ukm di kota tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi*, *12*(1), 53–68.

Whetyningtyas, A. (2017). Analisis Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Kinerja Operasional UMKM (Studi Empiris Di Klaster Bordir Dan Konveksi Desa Padurenan, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus). *Prosiding FEB UNTAG Semarang*.

Wahid, N. N. (2017). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan motivasi terhadap kinerja UMKM di kota tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi*, *12*(1), 53–68.

https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejafe/article/view/16848

https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm

https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/apa-itu-UMKM-kenali-dan-pahami-sebelum-raup-keuntungan-besar

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 7: STRATEGI MEMULAI BISNIS

Tati Haryati, S.Sos., M.AB

Universitas Amal Ilmiah (UNA'IM) Yapis Wamena

BAB 7

STRATEGI MEMULAI BISNIS

A. BISNIS

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan dengan memproduksi, menjual, atau menyediakan barang atau jasa kepada konsumen. Tujuan utama dari bisnis adalah untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya produksi serta mendapatkan keuntungan. Bisnis bisa berupa usaha kecil seperti warung makan atau toko kelontong, maupun perusahaan besar yang bergerak di berbagai sektor industri seperti teknologi, manufaktur, atau jasa keuangan. Ada beberapa elemen penting dalam bisnis, antara lain:

1. Produk atau Jasa : Barang atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.
2. Pasaran: Tempat di mana produk atau jasa ditawarkan kepada konsumen, bisa berupa pasar lokal, nasional, atau global.
3. Konsumen: Individu atau organisasi yang membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh bisnis.
4. Keuntungan: Selisih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dengan biaya produksi dan operasional.
5. Manajemen: Proses pengelolaan sumber daya dan operasi bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
6. Pemasaran: Upaya untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen agar mereka tertarik untuk membelinya.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). Brand Leadership. Free Press.

Abrams, R. M. (2003). The Successful Business Plan: Secrets & Strategies (4th ed.). The Planning Shop.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction (13th ed.). Pearson.

Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K & S Ranch.

Churchill, G. A., & Brown, T. J. (2018). Basic Marketing Research (9th ed.). Cengage Learning.

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2005). Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology. McGraw-Hill.

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2002). Business (8th ed.). Prentice Hall.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). Entrepreneurship (7th ed.). McGraw-Hill.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurship (11th ed.). McGraw-Hill.

Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing Your Business Model. Harvard Business Review, 86(12), 50-59.

Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (5th ed.). Kogan Page.

Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. Marketing Science, 25(6), 740-759.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing (13th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Malhotra, N. K. (2017). Basic Marketing Research: Integration of Social Media (5th ed.). Pearson.

Mullins, J. W., & Komisar, R. (2021). Getting to Plan B: Breaking Through to a Better Business Model. Harvard Business Review Press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.

Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2018). Operations Management (8th ed.). Pearson.

Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). Marketing Communications: An Integrated Approach (4th ed.). Kogan Page.

Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, 43(2-3), 172-194.

Vollmann, T. E., Berry, W. L., Whybark, D. C., & Jacobs, F. R. (2017). Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management (7th ed.). McGraw-Hill.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). Business Research Methods (9th ed.). South-Western Cengage Learning.

Zott, C., & Amit, R. (2010). Business Model Design and the Performance of Entrepreneurial Firms. Organization Science, 18(2), 181-199.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 8: PENGAMBILALIHAN BISNIS UMKM YANG SUDAH ADA

Dr. Lisa Sarinah, S.P., M.Si.M

Universitas Nasional Jakarta

BAB 8

PENGAMBILALIHAN BISNIS UMKM YANG SUDAH ADA

A. PENDAHULUAN

Peran strategis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks perekonomian nasional dan global tidak dapat diabaikan. Sektor UKM (Usaha Kecil Menengah) menjadi pilar utama dalam wilayah Asia Pasifik, mencakup sekitar 90 persen dari total perusahaan. Selain itu, sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan kerja, mencapai kisaran antara 32 hingga 48 persen, dan menyumbangkan sekitar 60 hingga 80 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) di berbagai negara di Asia Pasifik (Dowling, Festing, & Engle, 2013). Pentingnya peran UMKM terbukti dalam mendukung perekonomian Indonesia, di mana sektor ini tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi tetapi juga penyedia lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, setara dengan sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. Tidak hanya itu, UMKM juga menjadi penyumbang utama terhadap angka ketenagakerjaan, menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja Indonesia, yang setara dengan 116 juta orang (Anastasya, 2023).

B. PERKEMBANGAN UKM DI INDONESIA 2015-2019

Perkembangan UMKM di Indonesia pada periode 2015-2019 mencerminkan peningkatan signifikan sebagai elemen penting dalam mendukung perekonomian negara. Menurut data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM RI, jumlah UMKM terus mengalami

DAFTAR PUSTAKA

Amri, F. (2015). Permasalahan UMKM: Strategi Dan Kebijakan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, *1*(9), 377–389.

Anastasya, A. (2023). Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. In *UKMIndonesia.id*. Retrieved from https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia

Bank Indonesia. (2016). Pemetaan dan strategi peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA 2015). In *Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia*. Retrieved from http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/2510%0A

Dewi, R. R., Wibowo, S. M., & Nadifah, M. (2022). Pelatihan Meningkatkan Pemahaman Pelaku UMKM Menyusun Laporan Keuangan Sederhana (UMKM Kompeten di Bekasi). *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, *1*(1), 15–23. https://doi.org/10.35912/jpe.v1i1.1008

Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, A. D. (2013). Human resource management international. In *Cengage Learning EMEA* (Sixth Edit). Hampshire.

Khairunnisa, I., Harmadji, D. E., Ristiyana, R., Harto, B., Mekaniwati, A., Widjaja, W., & Faried, A. I. (2022). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)* (Pertama). Padang: PT Global Ekesekutif Teknologi.

Krisna, P., & Nuratama, P. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang*.

Kurniawan, A. W. (2019). Tantangan dan Peluang Sumber Daya Manusia Pada UMKM di Indonesia. *Vocational Education Policy*, *1*(7), 1–23.

Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *2*(1), 181–197. Retrieved from

https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/155

Perekonomian, K. (2014). *Produktivitas , Daya Saing , dan Nilai Tambah dalam Memacu Pertumbuhan Usaha*. Retrieved from www.ekon.go.id

Sarinah, L. (2022). Human Resources As A Determining Factor For The Competitiveness Of The MSME Sector. *Jurnal Info Sains : Informatikan Dan Sains*, *12*(2), 31–36. Retrieved from http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/InfoSains/article/view/275

Shidarta. (2021). Seputar Pengertian Merger, Konsolidasi, Dan Akuisisi. In *Binus University Business Law*. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22863.41127

Trinanda, O. (2016). *Memulai Usaha Baru*. Malang: NAMS.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 9: ASPEK HUKUM UMKM

Maria Atik Sunarti Ekowati, ST., M.Kom

Universitas Kristen Teknologi Solo

BAB 9

ASPEK HUKUM UMKM

A. PENDAHULUAN

Sejarah menyatakan bahwa masyarakat Indonesia dikenal dengan masyarakat agraris, dengan mayoritas masyarakat hidup dari pertanian, sedangkan masyarakat di perkotaan dan pantai saja yang terlibat dalam perdagangan atau usaha kecil. Pada zaman penjajahan pedagang Indonesia aktif berdagang rempah-rempah sampai ke Teluk Arab dan Madagaskar. Namum perdagangan tersebut lebih mengarah pada petualangan pedagang saja. Kini zaman telah berubah di mana posisi Indonesia masuk ke dalam dunia kewirausahaan termasuk di dalamnya pengembangan dan perluasan usaha kecil. Istilah wirausaha menjangkau semua kegiatan usaha di Indonesia baik yang besar maupun yang kecil, baik perusahaan negara maupun swasta. Mereka yang aktif dalam dunia usaha dan mempraktikkan prinsip eknomi adalah wira usaha.

Salah satu upaya untuk mencapai tujuan nasional, yaitu mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata, baik dalam bentuk material maupun spiritual bagi seluruh rakyat Indonesia, maka usaha kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat dan mempunyai kedudukan dan peranan yang strategis dan mewujudkan struktur perekonomian nasional, perlu dikembangkan dan diberdayakan, dalam memanfaatkan peluang usaha, dan menjawab tantangan perkembangan ekonomi di masa akan datang. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka sebagai wujud nyata yang dilakukan pemerintah untuk mendukung pengembangan usaha kecil, pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomer 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan,

DAFTAR PUSTAKA

Aminah, Siti. (2021). "Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Makanan Dan Minuman Binaan Dinas Koperasi Dan Umkm Di Kabupaten Lumajang."

Andayani, Melia. (2020). "Penyuluhan Motivasi Kewirausahaan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Masyarakat di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat." : *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Andriani, Dina. (2020). "ANALISIS DAMPAK LEGALITAS DAN LABELISASI HALAL."

Apriyanto, Wahyu Dwi, and Ignatius Heruwasto. (2019). "Pengaruh Kejelasan Labelisasi Halal dan Perilaku Beragama Terhadp Minat Beli Konsumen: Analisis Dua Model Alternatif." *Jurnal Ekonomi Islam*.

Priyatna, Surya Eka. (2020). Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Purnawan, Amin, and Siti Ummu Abdillah. (2020). Hukum Dagang dan Aspek Legalitas Usaha. Bogor: Lindan Bestari.

Nugroho, Sigit Sapto dan Haryani, Anik Tri. (2021). Hukum Perizinan Berbasis OSS (Online Single Submisson), Penerbit Lakeisha, Klaten.

Apriani, Nabilah dan Said, Ridwan Wijayanto. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Vol. 3 No. 1.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Nomor 2 Tahun 2019 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha MikroKecil.

Pramono, Annisa Fitri dan Azis, Daska. (2020). Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Perdagangan di Kota Banda Aceh Tahun 2013- 2019, Jurnal Pendidikan Geosfer Vol. V No. 2.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 10: PEMASARAN UMKM: STRATEGI DAN PENELITIAN

Raden Isma Anggraini, SP, MM, CHRMP

Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor

BAB 10

PEMASARAN UMKM: STRATEGI DAN PENELITIAN

A. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran UMKM merupakan rencana yang disusun oleh UMKM untuk mencapai tujuan pemasarannya. Dengan kata lain strategi pemasaran merupakan rencana komprehensif yang mengarahkan aktivitas pemasaran suatu UMKM agar dapat mencapai kesuksesan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini mencakup pemahaman tentang pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan yang memengaruhi bisnis serta penggunaan tools dan teknik pemasaran yang sesuai untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Strategi pemasaran melibatkan serangkaian langkah dan tindakan untuk mempromosikan, mendistribusikan dan menjual produk atau layanan UMKM kepada target pasar. Strategi pemasaran juga merangkum berbagai keputusan yang diambil dalam hal penelitian pasar, segmentasi pasar, pemilihan target pasar serta pengembangan dan penerapan taktik pemasaran yang sesuai. Strategi pemasaran meliputi berbagai aspek diantaranya identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar, perencanaan produk atau layanan yang tepat, penetapan harga yang sesuai, pemilihan saluran distribusi yang efektif serta pengembangan promosi dan komunikasi yang efisien. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis seperti peningkatan penjualan, pertumbuhan pasar dan profitabilitas yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong G, Adam S, Denize S, Kotler P. 2014. *Principles of marketing*. Pearson Australia.

Jones N, Borgman R, Ulusoy E. 2015. Impact of social media on small businesses. *Journal of small business and enterprise development*, *22*(4): 611-632.

Knight G. 2000. Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization. *Journal of international marketing*, *8*(2): 12-32.

Malhotra NK, Nunan D, Birks DF. 2017. *Marketing research: An applied approach*. Pearson.

Mashuri M. 2019. Analisis strategi pemasaran UMKM di era 4.0. *Istiqhaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, *8*(2): 215-224.

Öztamur D, Karakadılar İS. 2014. Exploring the role of social media for SMEs: as a new marketing strategy tool for the firm performance perspective. *Procedia-Social and behavioral sciences*, *150*, 511-520.

Ryan D. 2016. *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.

Robbani MM. 2023. Tips Melakukan Riset Pasar bagi UMKM. Tersedia pada: https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-melakukan-riset-pasar-bagi-umkm

Triyaningsih SL. 2012. Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *12*(1).

Wibowo DH, Arifin Z, Sunarti. 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *29*(1).

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 11: PEMASARAN UMKM: LOKASI

Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.

UPN Veteran Jakarta

BAB 11

PEMASARAN UMKM: LOKASI

A. PENDAHULUAN

Dalam bab ini, kita akan menggali lebih dalam tentang pemilihan lokasi untuk UMKM, yang merupakan langkah awal penting dalam membangun fondasi yang kuat bagi kesuksesan bisnis. Pertama, kita akan membahas strategi pemilihan lokasi yang efektif. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang pasar target, analisis pesaing, dan kebutuhan operasional bisnis. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti demografi, aksesibilitas, dan potensi pertumbuhan, UMKM dapat mengidentifikasi lokasi yang strategis untuk memaksimalkan peluang kesuksesan.

Selanjutnya, kita akan membahas kriteria khusus yang perlu dipertimbangkan ketika memilih lokasi untuk bisnis ritel dan jasa. Ini termasuk pertimbangan seperti visibilitas, aksesibilitas, parkir, dan lingkungan sekitar. Pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan potensial dan pola perilaku pembelian dapat membantu UMKM mengidentifikasi lokasi yang paling cocok dengan profil bisnis mereka.

Terakhir, kita akan mengeksplorasi dampak perubahan tren e-commerce terhadap lokasi fisik bisnis. Dengan berkembangnya perdagangan elektronik, penting bagi UMKM untuk memahami bagaimana perubahan perilaku konsumen dan preferensi pembelian online memengaruhi nilai lokasi fisik bisnis mereka. Integrasi strategis antara toko fisik dan platform online dapat menjadi kunci untuk memanfaatkan potensi pasar secara maksimal. Dengan memahami secara menyeluruh aspek-aspek ini, UMKM dapat memilih lokasi yang optimal, meningkatkan

DAFTAR PUSTAKA

Butler, D. (2006). *Enterprise Planning and Development Small Business Start-up Survival and Growth*. 424.

Charantimath, P. M. (2006). *Entrepreneurship Development Small Business Enterprises*.

Graves, T. (2023). Mapping the Enterprise. In *Mapping the Enterprise*. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9836-7

Jones-evans, D. (2006). Enterprise and Small Business Principles, Practice and Policy. In *Prentice Hall*. https://doi.org/10.1016/0024-6301(92)90244-v

Mallett, O., & Wapshott, R. (2020). A history of enterprise policy: Government, small business and entrepreneurship. In *A History of Enterprise Policy: Government, Small Business and Entrepreneurship*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429442483

Passerini, K., El Tarabishy, A., & Patten, K. (2012). Information Technology for Small Business. In *Information Technology for Small Business*. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3040-7

Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business. In *Oxford Centre for Animal Ethics*. https://lib.hpu.edu.vn/handle/123456789/23886

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 12: PEMASARAN UMKM: HARGA DAN PROMOSI

H. Memet Slamet, M.M[1] & Dr. Hisam Ahyani[2]

Institut Miftahul Huda Al Azhar Kota Banjar, Jawa Barat Indonesia

BAB 12

PEMASARAN UMKM: HARGA DAN PROMOSI

A. PENDAHULUAN

Manajemen UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola dan mengatur usaha mikro, kecil, dan menengah. Tujuan dari manajemen UMKM adalah untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha tersebut. Aktivitas manajemen UMKM meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya serta proses bisnis dalam usaha tersebut. Dalam praktiknya, manajemen UMKM mencakup berbagai aspek seperti manajemen keuangan, manajemen operasional, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan untuk membantu pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mengelola segala aspek bisnis mereka agar dapat berkembang dan bertahan di pasar yang kompetitif.

Kajian tentang pemasaran UMKM yang fokus pada harga dan promosi melibatkan analisis mendalam tentang bagaimana UMKM dapat menentukan harga produk atau layanan mereka serta bagaimana mereka mempromosikan produk atau layanan tersebut kepada pelanggan potensial. Berikut adalah beberapa aspek yang biasanya dipertimbangkan dalam kajian semacam itu:

Pertama, Penetapan Harga, yakni 1) Analisis Biaya: Memahami biaya produksi, distribusi, dan promosi untuk menetapkan harga yang menguntungkan; 2) Analisis Permintaan: Mengidentifikasi tingkat harga yang dapat diterima oleh pasar sasaran; 3) Analisis Persaingan:

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.

Agustina, I., & Lahindah, L. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Pada Pt.esa Kreasio Sportindo (stayhoops). *Journal of Accounting and Business Studies*, *4*(1), Article 1. https://doi.org/10.61769/.v4i1.332

Ahyani. (2023). Study on Sharia Compliance Principles in Halal Tourism Business in Bandung Regency: An Implementation of Islamic Business Ethics Principles (Professional Ethics). *Millah*, *23*(1). https://journal.uii.ac.id/Millah/article/view/30239

Ahyani, H., Hamzah, I., & Huda, M. (2023). *Maqashid Syariah Pariwisata Halal Analisis Prinsip-Prinsip Hukum Islam, Etika Ekonomi Islam, Etika Bisnis Islami, Dan Etika Pelayanan Islami Dalam Optimalisasi Potensi Pariwisata Halal Perspektif Filsafat Hukum Islam*. Widina Media Utama. https://store.penerbitwidina.com/product/maqashid-syariah-pariwisata-halal-analisis-prinsip-prinsip-hukum-islam-etika-ekonomi-islam-etika-bisnis-islami-dan-etika-pelayanan-islami-dalam-optimalisasi-potensi-pariwisata-halal-perspektif-fils/

Ahyani, H., & Muharir, M. (2021). Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Tentang Wakaf Uang di Era Revolusi Industri 4.0. *Al-Tsaman : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *3*(1), Article 1.

Ahyani, H., Putra, H. M., Muharir, M., Mutmainah, N., & Prakasa, A. (2023). Relevansi Kesadaran Global terhadap Produk Halal Hubungannya dengan Perilaku Ekonomi Masyarakat Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0. *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, *11*(2), 66. https://doi.org/10.32332/adzkiya.v11i2.5870

Ahyani, H., Putra, H. M., Slamet, M., Muharir, M., & Nugraha, A. (2023). Implementation of Islamic Business Ethics in Conventional Bank BRI Ciamis Branch Office, West Java. *Banque Syar'i: Jurnal Llmiah Perbankan Syariah*, *9*(1), Article 1. https://doi.org/10.32678/bs.v9i1.8199

Ahyani, H., Slamet, M., & Kania, R. (2022). *Buku Pemasaran Industri*. Widina Bhakti Persada. https://store.penerbitwidina.com/product/buku-pemasaran-industri/

Association, A. M. (2000). *The American Marketing Association International Member & Marketing Services Guide*. American Marketing Association.

Dwi M., A. B., Wadu, R. B., & Nopiyanti, A. (2021). *Daya Dukung Penta Helix Terhadap Kinerja Manajemen UMKM di Serang Banten*. Deepublish.

F.Drucker, P. (1975). *The Practice Of Management*. Allied Publishers.

Godin, S. (2020). *This Is Marketing: Anda Tidak Akan Terlihat Sebelum Anda Belajar Melihat*. Gramedia Pustaka Utama.

Jubaedah, D., Nor, M. R. M., Taeali, A., Putra, H. M., Jauhari, M. A., & Aniq, A. F. (2023). Halal Certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation. *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah*, *14*(1), Article 1. https://doi.org/10.18860/j.v14i1.19948

Kawasaki, G., & Fitzpatrick, P. (2014). *The Art of Social Media: Power Tips for Power Users*. Penguin.

Kotler, P. (1984). *Marketing Essentials*. Prentice-Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson.

Kotler, P., Gary Armstrong, Yasin, N. Mohd., & Ariffin, A. A. Mohd. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Prentice Hall.

Levitt, T. (1983). *The Marketing Imagination*. Free Press.

Media, P. P. (t.t.). *Kustomisasi Toko Online*. Projects.co.id; PT Panonpoe Media. Diambil 22 Februari 2024, dari https://projects.co.id/public/past_projects/view/015715/kustomisasi_toko_online

Ogilvy, D. (2004). *Confessions of an Advertising Man*. Southbank.

Porter, M. E. (1992). *Strategi bersaing: Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Erlangga.

Rahmawati, S. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, *1*(1), Article 1.

Ratna, L. P., Mahyuni, L. P., & Putra, A. A. M. S. (2023). Strategi penetapan harga, diferensiasi dan diversifikasi produk dalam membangun keunggulan bersaing UMKM. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, *25*(2), Article 2. https://doi.org/10.30872/jfor.v25i2.12492

Ries, A., & Trout, J. (1986). *Positioning: The Battle for Your Mind*. Warner Books.

Sari, Y. R., Marta, A., Wiranata, I. J., & Handayani, D. W. (2022). Peluang Kolaborasi Penta Helix bagi Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Lampung. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, *7*(2), 119–135. https://doi.org/10.14710/jiip.v7i2.14465

Sheth, J. N., & Sisodia, R. (2012). *The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customers, Companies and Society*. Routledge.

Simon, H., Bilstein, F. F., & Luby, F. (2007). *Maximum Profit, Minimum Problem: Strategi Jitu Meroketkan Laba Perusahaan*. Kaifa.

Solehudin. (2023). Legal Compliance on Sharia Economics in Halal Tourism Regulations. *Petita*, *9*(1), Article 2. https://doi.org/10.22373/petita.v8i2.214

Stanton, W. J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.

Suhairi, Adelika, Iswanti, P., & Sari, C. D. P. (2023). Analisis Pricing Global Dalam Pemasaran Internasional: Strategi Dan Faktor Penetapan Harga. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, *8*(4). http://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21227/

Sumarwan, U. (2003). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Language*, *368*, 245cm.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, *2*(2), Article 2. https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387

Wibowo, A. (2022). Influencer, Digital Marketing. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–123.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Services Marketing*. McGraw Hill.

MANAJEMEN UMKM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN

BAB 13: MANAJEMEN USAHA KECIL PROFESIONAL

Fitriana Sidikah Rachman, S.Sos., M.Si

Universitas Langbuana, Bandung

BAB 13

MANAJEMEN USAHA KECIL PROFESIONAL

A. PENDAHULUAN

Manajemen usaha kecil (UMKM) profesional ialah konsep pengelolaan manajemen untuk mengelola bisnis skala kecil dan menengah dengan menggunakan prinsip-prinsip manajemen profesional. Pada masa globalisasi serta persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk dapat mengadopsi manajemen yang efisien dan efektif agar dapat bertahan serta tumbuh di pasar yang kompetitif. Manajemen UMKM yang profesional, melaksanakan prinsip-prinsip manajemen modern dalam mengelola seluruh aspek bisnis. Misalnya saja dalam hal operasional, pemasaran, keuangan, dan tentunya sumber daya manusia. Contoh aspek dari Manajemen UMKM Profesional saat ini adalah adanya penggunaan teknologi (TIK) dalam operasional bisnis. Penggunaan TIK dapat membuat UMKM mampu untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis, memaksimalkan pemasaran serta penjualan, dan meningkatkan aksesibilitas pelanggan yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

Tidak hanya itu, UMKM yang profesional dapat memiliki SDM yang berkualitas walaupun tidak sejak awal merekrut SDM profesional dimana biasanya ada tuntutan untuk memberikan remunerasi yang lebih tinggi. Caranya adalah dengan mengembangkan kemampuan staf melalui pelatihan atau penghargaan dalam bentuk lain yang pas. Melalui peningkatan kemampuan maka UMKM dapat menghasilkan tim yang solid dan kompeten. Meningkatkan manajemen UMKM agar menjadi profesional juga meningkatkan peluang UMKM mendapatkan pendanaan

DAFTAR PUSTAKA

Hukumonline.com

Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Studi Referensi Definisi dan Model UMKM Naik Kelas, Tim Riset PRKKEK-BRIN, 2023.

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja

PROFIL PENULIS

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 100-an dengan topik manajemen dan bisnis. Selain aktif menulis buku, penulis juga mulai belajar menjadi editor buku. Penulis menargetkan di akhir tahun 2024 bisa menghasilkan sebanyak 250 buku, baik sebagai penulis maupun sebagai editor. Motto penulis “Talk Less Do More”.

Dr. Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si

Penulis merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung. Menempuh program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran. Menyelesaikan studi program Doktor Ilmu Manajemen dengan bidang keahlian sustainability di Universitas Padjadjaran.

Dr. Ir. Dipa Teruna Awaludin, B.Sc., S.E., Ak., M.M., M.Ak., CA

Penulis kelahiran 15 Oktober 1957, Setelah Menamatkan SLTA di Padang Sumatera Barat tahun 1976, Bekerja di PT Sinkronika, 1977-1979, Lanjut bekerja Ke Penerbit Ikhwan 1979 – 1986, Jakarta. Kemudian Bekerja di Kelompok Usaha Kalimanis Industri Perkayuan Terpadu 1986 – 2002, Jakarta dan Samarinda Kalimantan Timur. Kuliah di mulai di Fakultas Teknik UPN Veteran Jakarta 1979-1983, Lanjut Ke Sekolah Tinggi Manajemen Industri Departemen Perindustrian RI 1983-1989, kemudian

mengambil MM Keuangan STIE IPWI 1996-1998, dan Lanjut ke FEB Akuntansi UMJ Jakarta 2005-2008 kemudian mengambil Magister Akuntansi Universitas Budi Luhur 2008-2009, dan lanjut mengambil Profesi Akuntan di Universitas Mercu Buana 2009-2010, Dengan Register Negara, serta memiliki gelar profesi Chartered Accountant (CA) dari IAI didapatkan pada tahun 2013, Mendapat Pengakuan Ir. Dari PII, dan pada 30 Maret 2022 telah menyelesaikan Doktor Ilmu Ekonomi Konsentrasi Akuntansi, dari Universitas Hasanuddin. Kegiatan mengajar di mulai tahun 1997 dan bergabung di Universitas Nasional tahun 2003 sampai sekarang, beberapa perguruan tinggi tempat mengajar lainnya, ISTN, STEI, STIE IPWI, UPN Veteran Jakarta, STIE BP, STMA Trisakti, STMI Kementerian Perindustrian, Untuk beberapa Mata Kuliah Akuntansi dan Manajemen Industri, Anggota IAI dan PII.

Suharyati, S.E., M.M

Jabatan akademik: Lektor, adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis-UPN Veteran Jakarta. Mengampu berbagai mata kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, diantaranya Manajemen, Manajemen Pemasaran, Pemasaran Digital (e-Marketing), Pemasaran Jasa, Kewirausahaan, Manajemen Koperasi dan UMKM. Penulis telah melakukan sejumlah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang di publish pada berbagai jurnal terakreditasi Sinta dan Internasional. Hasil pengabdian kepada masyarakat diantaranya adalah pendirian Koperasi Bunda Sejahtera di Kota Depok, pada tahun 2012 yang telah berbadan hukum dan aktif hingga saat ini. Telah menulis beberapa book chapter dan monograf. Penulis juga memiliki sertifikasi profesi sebagai dosen dan beberapa sertifikasi lainnya diantaranya sertifikasi profesi General Banking, sertifikasi Manajemen Resiko dan sertifikasi CMiP (*Certification of Mitigation in Procurement*). Serta memiliki beberapa HAKI atas hak cipta karya tulis.

Ni Luh Nurkariani, S.E., M.M

Penulis merupakan dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, khususnya di Program Studi Manajemen lahir di Desa Petandakan pada tanggal 15 Juni 1968. Gelar Sarjana Ekonomi diperoleh dari STIE Satya Dharma Singaraja pada tahun 2002, sementara gelar S-2 Magister Manajemen diselesaikan di Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) pada tahun 2011. Kepakaran Ni Luh Nurkariani terfokus pada manajemen, telah membangun karir profesional sebagai seorang dosen yang berdedikasi. Selain menjadi pengajar, aktif sebagai penulis dan peneliti, terutama dalam bidang manajemen . Penelitiannya telah didukung oleh dana internal dari perguruan tinggi serta dari Kemenristek DIKTI. Dengan dedikasi dan komitmennya terhadap pendidikan dan penelitian, Ni Luh Nurkariani telah berhasil menggabungkan peran sebagai pendidik dan peneliti untuk terus meningkatkan pemahaman dan kontribusinya dalam bidang manajemen.

Dr. Hasanudin, S.E., M.M

Penulis seorang akademisi dan praktisi yang telah mendalami bidang manajemen keuangan serta pengelolaan dana pensiun selama bertahun-tahun. Dengan latar belakang pendidikan yang kuat, termasuk gelar doktoralnya dari Universitas Diponegoro, beliau telah menorehkan jejak yang signifikan dalam dunia akademis dan profesional. Pengalaman sebagai Direktur Keuangan di berbagai perusahaan dan posisi sebagai Direktur Dana Pensiun di LIA menegaskan keahliannya dalam mengelola aspek keuangan yang kompleks. Sebagai seorang staf pengajar di Universitas Nasional selama 18 tahun, Dr. Hasanudin tidak hanya menjadi pakar dalam bidangnya tetapi juga menjadi mentor bagi generasi muda yang berminat dalam dunia manajemen keuangan. Dengan komitmen tinggi terhadap pengembangan diri dan ilmu pengetahuan, serta orientasi pada pendidikan dan

pengembangan masyarakat, Dr. Hasanudin menjadi sosok yang inspiratif dan berdampak dalam komunitas akademis dan profesionalnya.

Tati Haryati, S.Sos., M.AB

Penulis merupakan Dosen Sistem Informasi Bisnis dan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Amal Ilmiah (UNA'IM) Yapis Wamena sejak Tahun 2016. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu. Email: mawarprimuz26@gmail.com

Dr. Lisa Sarinah, S.P., M.Si.M

Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 30 April 1965, dibesarkan di kota kelahiran sang ayah di Singkawang Kalimantan Barat dan menamatkan SD, SMP dan SMA di Jakarta. Setelah lulus dari SMAN 39 Cijantung Jakarta Timur pada tahun 1983 melanjutkan pendidikan di Diploma III Agronomi IPB Bogor yang selesai pada tahun 1986, dan kemudian mengajar di SMT Pertanian Mempawah Kalimantan Barat selama 2 tahun. Lalu tahun 1991 melanjutkan pendidikan S1 Agronomi di Universitas Nusa Bangsa Bogor, dan selanjutnya bekerja di bidang pertanian selama beberapa tahun. Pada tahun 2000 beralih pekerjaan sebagai Broker Property di ERA Indonesia dengan wilayah kerja Jakarta Selatan, sampai akhirnya melanjutkan pendidikan S2 MSDM di Pascasarjana UNAS Jakarta tahun 2010 dan selesai pada tahun 2012, kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2012 meneruskan pendidikan ke jenjang S3 MSDM di Universitas Negeri Jakarta dan selesai pada awal tahun 2016. Selanjutnya

memutuskan mengajar di Pasca Sarjana FEB Prodi Manajemen Universitas Islam Assyafi'iyah Jatiwaringin Bekasi pada tahun 2017, sebelum akhirnya bergabung di FEB Prodi Manajemen Universitas Nasional Jakarta pada awal tahun ajaran 2021 – 2022 sampai saat ini.

Maria Atik Sunarto Ekowati, ST., M. kom

S1 Manajement Informatika dan Teknik Komputer Institut Sains dan Teknologi AKPRIND Yogyakarta dan S2 Magister Ilmu Komputer Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Maria Atik Sunarti Ekowati, ST.,M.Kom. Dosen Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Kristen Teknologi Solo. Matakuliah yang pernah di ampu antara lain : Data Werehouse, Web Servies, Sistem Informasi Geografi, AI, Big Data, Jaringan Komputer, Rekayasa Perangkat Lunak, Jaringan Komputer dan Keamanan Jaringan, Grafika Komputer, Arsitektur Komputer, Jaringan Syarat Tiruan, Interaksi Manusia dan Komputer, Sistem Pendukung Keputusan, Pengantar Kecerdasan Buatan, ECommerce, E-Bussinness, Etika Profesi, Data Analis, Sisem Terdistribusi, Teknik Pengolahan Data Terdistribusi, Perancangan Sistem, Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Umum, Manajemen Proyek dan Sistem Operasi.

Raden Isma Anggraini, S.P., M.M., CHRMP

Penulis dilahirkan di Bogor sebagai anak kedua dari pasangan Bapak H.R. Didin Fahrudin (alm) dan Ibu Hj. Herry Haryati. Penulis menikah dengan Andreis Prilesmana Sukanda, SE dan dikaruniai seorang putra yang bernama Muhammad Galvin Putra Lesmana. Saat ini penulis berdomisili di Perumahan Taman Soka, Tanah Baru, Kota Bogor. Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri Babakan 1 Kota Bogor (1988-1994), pendidikan menengah di SMP Negeri 1 Kota Bogor (1994-1997) dan di SMA Negeri 1 Kota Bogor (1997-2000). Gelar Sarjana Pertanian jurusan Manajemen Agribisnis diperolehnya di Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2004 dan gelar Magister Manajemen

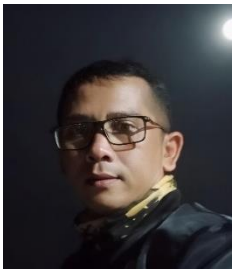
diperoleh Sekolah Bisnis IPB (SB-IPB) pada tahun 2016. Setelah malang melintang di dunia korporasi sejak tahun 2004, pada akhir tahun 2018 penulis bergabung dengan Sekolah Bisnis IPB dan mengabdikan dirinya di almamaternya tersebut sebagai dosen. Mata kuliah yang kini diasuh oleh penulis antara lain Dinamika Transformasi Bio Bisnis, Analisis Risiko Bisnis, dan Perencanaan Kinerja dan Pengambilan Keputusan, Etika dan Hukum Bisnis, Riset Bisnis, Makroekonomi Bisnis, Dinamika Operasi dan Rantai Pasok, dan Analisis Dampak Sosial. Saat ini penulis sedang melanjutkan jenjang pendidikan doktoral pada Program Doktor Manajemen Bisnis, Sekolah Bisnis IPB dengan konsentrasi pada bidang Manajemen Pengetahuan dan Inovasi. Penulis berhasil meraih sertifikasi kompetensi dalam bidang SDM "*Certified Human Resource Management Professional (CHRMP)*" pada tahun 2021 dan sertifikasi internasional dalam bidang *Entrepreneurship and Small Business* (ESB) pada tahun 2023 dari Certiport (https://certiport.pearsonvue.com/). Sejumlah buku yang telah terbit diantaranya: IPB 4.0: Pemikiran, Gagasan dan Implementasi (2019), Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank (2021), Manajemen Sumber Daya Manusia: Data, Analisis dan Pengembangan SDM (2021), Etika dan Komunikasi Organisasi (2021), Dasar Manajemen dan Bisnis (2022), Perilaku Organisasi (2022), Pemasaran dan Tata Niaga Pertanian (2023), Kewirausahaan Syariah (2023), Manajemen Talenta (2023), Manajemen Sumber Daya Manusia Internasional (2023), Manajemen Sumber Daya Aparatur Sipil Negara, dan Manajemen Kualitas (2023). Penulis dapat dihubungi melalui alamat email: **isma.anggraini@apps.ipb.ac.id**

Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.

Penulis dilahirkan di Jember pada 5 Juni 1989. Ia memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 2011 dalam program S1 Manajemen di Universitas Jember dan gelar Magister Manajemen pada tahun 2013 dalam program S2 Magister Manajemen di Universitas Jember. Penulis merupakan Staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UPN Veteran Jakarta sejak 2015 hingga saat ini, dan berfokus pada bidang Pemasaran sebagai spesialiasi kepakarannya. Saat ini penulis

mengembangkan penelitian dalam bidang persepsi dan keputusan pembelian konsumen dalam industri fashion dan koperasi, juga beberapa bidang jasa, serta berbagai penelitian lainnya yang terkait dengan perilaku konsumen. Penulis mengasuh beberapa Mata Kuliah, antara lain: Manajemen Pemasaran Internasional, Bisnis Internasional, Perilaku Konsumen, Perencanaan Pemasaran, Pemasaran Jasa, dan Seminar Manajemen Pemasaran.

H. Memet Slamet, M.M



Penulis merupakan praktisi manajemen dan ekonomi Islam. Dosen Institut Miftahul Huda Al Azhar Kota Banjar Jawa Barat ini selain sibuk mengajar, juga aktif di dunia pemerintahan, pendidikan, dan kemasyarakatan. Riset tentang ekonomi syariah, pernah kami laksanakan tahun 2021, dan di publish pada jurnal ilmiah Internasional bereputasi terindeks Scopus, pada Q1 berjudul " *Building the Values of Rahmatan Lil 'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law*". Penelitian lainnya tentang manajemen ekonomi syariah antara lain dalam bentuk buku meliputi, manajemen UMKM (2024), Pemasaran Industri (2022), Pengantar Bisnis Islam (2021), Ekonomi Islam (2022), Dalam bentuk jurnal ilmiah meliputi : Etika Bisnis Islami (2022), gaya hidup halal (life style) (2020), *Allocation and Distribution of Income in The Islamic Economic Perspective in Indonesia (2023), The Contribution of the Western World to the Islamic Economy in Indonesia* (2021), Implementation of Islamic Business Ethics in Conventional Bank (2023), Respon Dunia Barat terhadap Ekonomi Syariah di Era Revolusi Industri 4.0 (2021), Relevansi Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengalokasian dan Pendistribusian Pendapatan Negara di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam (2022), Potensi Desa Wisata Halal (2021). Selain aktif menulis ia juga aktif dalam ADESy (Asosiasi Dosen Ekonomi Syariah), selain itu ia aktif menjadi Reviewer Jurnal Internasional bereputasi terindeks Scopus, di Jurnal Heliyon. Dosen berpangkat Calon Lektor Kepala ini memiliki cita-cita tinggi yakni “Menjadi manusia yang bermanfaat bagi semua”.

Dr. Hisam Ahyani

Penulis lahir di Ciamis, 22 Februari 1991, merupakan putra pertama pasangan Hamid dan Huryatun. Sekarang berdomisili di Dusun Cijurey Rt 003/003 Desa Kujangsari Kec. Langensari Kota Banjar Jawa Barat. Penulis merupakan Dosen di salah satu Perguruan Tinggi terkemuka di Kota Banjar yakni di STAI Miftahul Huda Al Azhar Banjar atau STAIMA Banjar sejak 2016. STAIMA Banjar adalah perguruan tinggi di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Miftahul Huda Al Azhar Citangkolo (YaMAC) Kota Banjar Provinsi Jawa Barat. Pesantren ini pernah dijadikan sebagai lokasi Munas Alim Ulama Konbes Nahdlatul Ulama Tahun 2019, tepatnya pada tanggal 27 Februari s.d 1 Maret 2019. Salah satu cita-cita penulis adalah memiliki jabatan akademik tertinggi yakni *Profesor (Guru Besar),* yang kini masih dalam Proses perjuangan. Salah satu Jargon beliau adalah "*Dengan menulis dapat melatih berfikir secara sistematis, penuh kreatifitas dan menjadikan penyebab keseimbangan dunia akhirat*", "Kuliah yang baik adalah kuliah yang selesai, tepat waktu, dan Cumlaude", "*berwudhulah terlebih dahulu sebelum memulai belajar".* Riwayat pendidikan formalnya dimulai dari tanah kelahirannya yakni di Ciamis (1996), berlanjut ke Cilacap (2005), Purwokerto (2015), dan Bandung (2023). Diawali bersekolah di MIS Tambakreja, Lakbok, Ciamis Lulus Tahun 2002. Selanjutnya MTS N 8 Lakbok, Ciamis Lulus Tahun 2005, SMKS Tamtama 2 Sidareja, Cilacap Lulus Tahun 2008 dengan mengambil jurusan Teknik Mekanik Otomotif (TMO). Jenjang Sarjana ia tempuh di UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Lulus Tahun 2015, kemudian melanjutkan ke jenjang Magister dan Doktor di UIN Sunan Gunung Djati Bandung Lulus Tahun 2018 dan 2023. Di UIN Bandung ia menyelesaikan program Doktoralnya tepat waktu (tiga tahun) dan meraih predikat Pujian dengan IPK 3.89, dengan judul disertasi tentang "Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islami dalam Optimalisasi Potensi Pariwisata Halal dan Prospek Penerapannya di Kabupaten Pangandaran". Disertasi tersebut diuji dan di promosikan pada tanggal 16 Agustus 2023 di Gedung L.4 Ruang Aula Selatan Pacasarjana Kampus 2 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pendidikan Non Formal antara lain meliputi MDT Ar-

Rohman Desa Tambakreja tahun 2002-2006, Pondok Pesantren (PP) Nurul Hikmah Al Hidayah Sidareja Cilacap tahun 2006-2008, PP Al Aman Cimanggu, Cilacap tahun 2008-2009, PP Darul Abror Watumas, Purwokerto Tahun 2009, Asrama Mahasiswa STAIN Purwokerto *Bilingual* (Arab-Inggris) Tahun 2009, PP Raudhotul Ulum (Balong) Kedungbanteng Purwokerto, Banyumas tahun 2009-2014. Pengalaman pertama bekerja adalah di Kota Satria (Purwokerto) menjadi pramusaji, marbot masjid, mengajar di TPQ tahun 2010 hingga 2015, sembari kuliah di STAIN Purwokerto (Sekarang UIN Saizu). Setelah lulus sarjana tahun 2015, ia pulang ke kampung halaman dan mengabdikan diri di lembaga pendidikan yakni di Yayasan Miftahul Huda Al Azhar Citangkolo Kota Banjar menjabat sebagai Staf Administrasi Umum Yayasan. Di tahun yang sama (2015) ia juga mengajar di Madrasah Tsanawiyah Al Falah Puloerang, Lakbok, Ciamis sebagai Guru Bahasa Arab. Selain di sekolah formal ia juga menjadi staf kampus STAIMA Banjar (2015) sebagai Sekretaris Jurusan Syariah, kemudian tahun berikutnya (2016) menjabat sebagai Kasubag Kepegawaian. Masih di instansi yang sama di tahun 2017 ia menjabat sebagai Kasubag Tata Usaha. Selanjutnya tahun 2018 penulis diangkat menjadi Dosen Tetap di STAIMA Banjar hingga sekarang. Mata Kuliah yang pernah diampu antara lain: Hukum Adat, Hukum Bisnis Islam, Kapita Selekta Ekonomi Islam, Ekonomi Keuangan Islam, Pengantar Ilmu Hukum, Hukum Pidana, Bahasa Arab, Ushul Fiqh, Fiqih Ibadah, Muamalah, Munakahat, Manajemen Wakaf di Indonesia, Sistem Informasi Manajemen Wakaf, Sistem Informasi Ziswaf, Akutansi Ziswaf, Contract Drafting, Aplikasi Komputer, Bahasa Indonesia. Berbagai karya buku yang pernah diterbitkan berjumlah 20 Buku, meliputi 16 buku ber-ISBN dan ber-HKI), 4 buku ber-ISBN dan non HKI, dengan rincian sebagai berikut : 1) **Hukum Adat**, ISBN : 978-623-459-489-8, Nomor HKI : 000478103; 2) **Bahasa Korea**, ISBN 978-623-459-726-4, Nomor HKI : 000531170; 3) **Teknologi PJJ**, ISBN : 978-623-459-517-8, Nomor HKI : 000482013; 4) **Analisis dan Visualisasi Data**, ISBN : 978-623-459-452-2, Nomor HKI : 000477036; 5) **Ekonomi Islam**, ISBN : 978-623-459-054-8, Nomor HKI : 000343342; 6) **Pemasaran Industri**, ISBN : 978-623-459-234-4, Nomor HKI : 000412386; 7) **Manajemen Pendidikan**, ISBN : 978-623-459-081-4; Nomor HKI : 000358284; 8) **Pengantar Bisnis Islam,** ISBN : 978-623-6457-03-0,

Nomor HKI : 000274661; 9) **Maqashid Syariah Pariwisata Halal,** ISBN : 978-623-459-833-9; 10) **Hukum Perkawinan Islam,** ISBN 978-623-459-846-9; 11) **Ulumul Qur'an** ISBN : 978-623-459-854-4. Sedangkan buku yang sedang proses penerbitan ISBN dan HKI tahun 2023 antara lain : 12) **Hukum dan Etika Profesi Arsitek** ; 13) **Sistem Hukum Pidana Anak di Indonesia;** 14) **Digitalisasi Tourism;** 15) **Manajemen UMKM;** 16) **Bisnis dan Masyarakat.** Keenam belas buku ber-ISBN dan ber-HKI tersebut diterbitkan di penerbit Widina Media Utama Bandung, sehingga tanggal 27 September 2023 ia meraih penghargaan sebagai Penulis Terbaik & Terproduktif oleh penerbit Widina Media Utama Bandung. Selanjutnya buku ber ISBN (non HKI) antara lain : 17) **Pena History di Masa Pandemi Covid-19**, ISBN : 978-623-6051-03-0; 18) **Buku Ulumul Qur'an**, ISBN : 978-623-7767-37-4; 19) **Implementasi MBKM**, ISBN : 978-623-99999-9-5; 20) Buku Antologi Da'i: **Menjadi Dosen Profesional dan Fun.** Selain menulis buku, penulis juga menulis di berbagai Jurnal nasional dan Internasional. Jurnal Internasional sebanyak 11 artikel, yang salah satunya 4 artikel jurnal internasional bereputasi (SCOPUS) seperti: **(1)** "*Building the Values of Rahmatan Lil 'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law*" penerbit Jurnal al-Ihkam IAIN Madura. Vol. 16 No. 1 (2021), Jurnal ini terakreditasi Sinta 1, Q1, Scimago; **(2)** "*Reconstruction of the Practice of Siyasa Syar'iyyah During the Islamic Empire's Relevance to the Practice of Sharia Financing CWLS Retail in Indonesia*" penerbit Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam IAIN Curup Bengkulu (2023), jurnal ini terindeks Scopus dan Sinta 1; **(3)** "*Study on Sharia Compliance Principles in Halal Tourism Business in Bandung Regency: An Implementation of Islamic Business Ethics Principles (Professional Ethics)*" penerbit Millah: Journal of Religious Studies, Universitas Islam Indonesia (Proses Terbit 2024), jurnal ini terindeks Scopus dan Sinta 1; **(4)** *Prohibition of Social Commerce Transactions on the TikTok Shop Application Reviewed from a Fiqh Perspective Based on Shariah Compliance and Economic Justice*, Jurnal Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam Fakultas Syariah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto (Proses Terbit 2024) Terindeks Sinta 1 dan SCOPUS. Sedangkan artikel yang terindeks DOAJ sebanyak 7 artikel. Jurnal Internasional ber-ISSN sebanyak 3 artikel. Jurnal Nasional Terakreditasi

Sinta sebanyak 46 artikel meliputi Sinta 1 berjumlah 2 artikel, Sinta 2 berjumlah 2 artikel, Sinta 3 berjumlah 8 artikel, Sinta 4 berjumlah 24 artikel, Sinta 5 berjumlah 10 artikel. Artikel yang terbit di Jurnal Nasional Ber-ISSN berjumlah 45 artikel meliputi bidang hukum dan ekonomi sebanyak 31 artikel, dan bidang pendidikan sebanyak 14 artikel. Beberapa penghargaan seperti menjadi Reviewer jurnal nasional dan internasional, dan pemateri sebanyak 33 penghargaan meliputi 29 penghargaan menjadi reviewer jurnal, dan 4 kali menjadi pemateri. Berpengalaman menjadi reviewer pada Jurnal Internasional meliputi : 1) penerbit ***International Law Research*** **(ILR)** Canada (ISSN. 1927-5242); 2) Reviewer /Dewan Ilmiah untuk **Konferensi Esitech** 2021 Bucharest, Rumania TechHub (ISSN. 2810-2800); 3) Reviewer pada **JHMT** (*Journal of Hospitality Management and Tourism*) Nigeria (ISSN. 2141-6575); 4) Reviewer di Jurnal Nasional terindeks Scopus dan Sinta 1 dan 2, seperti menjadi Reviewer di penerbit *Journal of Indonesian Economy and Business* (JIEB) Faculty of Economics and Business Universitas Gadjah Mada (SSN 2338-5847), di jurnal ini tanggal 26 September 2023 penulis meraih penghargaan sebagai *Pemenang Best Reviewer JIEB UGM,* Terindeks Sinta 1 dan Scopus; 5) Reviewer pada jurnal Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam IAIN Curup Bengkulu, Terindeks Sinta 1 dan Scopus. 6) Reviewer pada jurnal Ilmiah Al-Syir'ah IAIN Manado (ISSN. 25280368), Terindeks Sinta 2; 7) Reviewer Jurnal Legality : Jurnal Ilmiah Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) (ISSN. 2549-4600); 8) Reviewer Jurnal **Millah**, Universitas Islam Indonesia, Terindeks Sinta 1 dan Scopus; 9) Reviewer di **Heliyon** Journal, Terindeks Scopus; 10) Reviewer di Malaysian Journal of Syariah and Law (MJSL), Terindeks Scopus; 11) dan masih banyak yang lainnya. Keahlian yang dimiliki antara lain: Instal Laptop dan Komputer, mengoperasikan office : Ms. Word, Exel, Ms. Power Point, Penyusunan Borang Akreditasi Program Studi (APS) 9 Standar, Penyusunan Borang Akreditasi Institusi (AIPT) 9 Standar, Penyusunan Proposal Pendirian Perguruan Tinggi Baru, Perekrutan Mahasiswa Baru, Perekrutan Tenaga Pendidik atau Tenaga Kependidikan, dan Motivator. Selanjutnya penulis menikah pada usia muda (2022) dengan Naeli Mutmainah dan dikaruniai 1 anak Azha Rumaisha Putri Ahyani (2023). Profil lengkap Hisam

Ahyani dapat mengunjungi link berikut: https://sites.google.com/view/hisamahyani;
email : hisamahyani@gmail.com

Fitriana Sidikah Rachman, S.Sos., M.Si

Penulis merupakan dosen Kewirausahaan Universitas Langlangbuana, Bandung. Saat ini aktif sebagai Pendamping UKM dan juga sebagai asesor dan instruktur bersertifikasi BNSP di LPK/LKP dan LSP Unla. Selain aktif di kampus, penulis juga aktif dalam edukasi perencanaan keuangan melalui program pelatihan dan sertifikasi perencanaan keuangan AWP (*Associate Wealth Planner*) dan AWP Syariah untuk masyarakat. Penulis juga merupakan anggota Perisai (Penggerak Jaminan Sosial) BPJS Ketenagakerjaan guna menggalang kepesertaan BPJSTK sektor BPU (Bukan Penerima Upah) seperti UMKM dan pekerja informal.

manajemen umkm

(Menciptakan Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan)

Manajemen UMKM: Menciptakan Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan" menghadirkan pandangan komprehensif tentang dunia UMKM yang dinamis. Dengan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek, buku ini tidak hanya menjadi panduan praktis bagi pemilik bisnis kecil, tetapi juga menjadi sumber inspirasi bagi calon wirausahawan. Mulai dari tinjauan umum tentang bisnis UMKM hingga strategi pemasaran yang inovatif, setiap bab disusun dengan cermat untuk memberikan wawasan yang mendalam.Penekanan pada nilai-nilai sosial dan etika bisnis menjadi salah satu keunggulan buku ini. Pembahasan tentang wirausahawan sosial tidak hanya merangsang pembaca untuk mengembangkan bisnis yang berdampak positif secara sosial, tetapi juga menginspirasi mereka untuk melihat bisnis sebagai sarana untuk membawa perubahan yang lebih besar dalam masyarakat. Selain itu, aspek perencanaan strategis dan manajemen keuangan memberikan landasan yang kokoh bagi pembaca dalam mengelola bisnis mereka dengan cerdas.Dengan bahasan yang jelas dan terperinci tentang pengambilalihan bisnis, pembiayaan, dan aspek hukum UMKM, buku ini memberikan panduan yang praktis dan relevan bagi siapa pun yang ingin memulai atau mengembangkan bisnis kecil mereka. Ditambah dengan tips pemasaran yang cerdas dan strategi profesional dalam manajemen usaha kecil, buku ini menawarkan pandangan holistik yang diperlukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam dunia UMKM.

Penerbit widina
www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-500-062-6
9 786235 000626