



Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil



Zandra Dwanita Widodo, Hesti Umiyati, T. M. Adriansyah,
Helin Garlinia Yudawisastra, Acai Sudirman, Lis Sintha,
Marisi Butarbutar, Amrin Mulia Utama Nst, Lucky Nugroho,
Triana Gita Dewi, Ririt Dwiputri Permatasari, R. Suryanti Ismail,
Anggita Tresliyana Suryana, Tommy Saputra, Lina Aryani, Nahriana.

Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil

Zandra Dwanita Widodo, Hesti Umiyati, T. M. Adriansyah,
Helin Garlinia Yudawisastra, Acai Sudirman, Lis Sintha,
Marisi Butarbutar, Amrin Mulia Utama Nst, Lucky Nugroho,
Triana Gita Dewi, Ririt Dwiputri Permatasari, R. Suryanti Ismail,
Anggita Tresliyana Suryana, Tommy Saputra, Lina Aryani, Nahriana.



KEWIRAUSAHAAN & MANAJEMEN USAHA KECIL

Tim Penulis:

Zandra Dwanita Widodo, Hesti Umiyati, T. M. Adriansyah, Helin Garlinia Yudawisastra,
Acai Sudirman, Lis Sintha, Marisi Butarbutar, Amrin Mulia Utama Nst, Lucky Nugroho,
Triana Gita Dewi, Ririt Dwiputri Permatasari, R. Suryanti Ismail,
Anggita Tresliyana Suryana, Tommy Saputra, Lina Aryani, Nahriana.

Desain Cover:

Usman Taufik

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-459-214-6

Cetakan Pertama:

November, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

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

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

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

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain rasa syukur, karena berkat rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil ini telah dapat di terbitkan untuk dapat dikonsumsi oleh khalayak banyak. Pengetahuan berwirausaha kiranya perlu dikuasai oleh seluruh kalangan yang ingin maju dan berkembang agar wawasan dalam menggali kemampuan diri dapat terkelola dengan baik. Prinsip-prinsip umum dalam berwirausaha perlu diketahui agar mereka siap setiap saat memberdayakan kesempatan mereka untuk melangkah maju.

Peran berwirausaha menjadi hal yang diapresiasi oleh Pemerintah sebagai bagian dalam mendukung kemajuan ekonomi di sektor riil, yang tentunya akan berperan dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Dalam beberapa tahun terakhir ini, timbul kesadaran bahwa pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat tidak terlepas dari tangan dingin para wirausahawan orang-orang yang dinamis dan yang berkomitmen untuk meraih kesuksesan dengan menciptakan serta memasarkan berbagai produk dan jasa baru yang inovatif dan yang berfokus pada pelanggan.

Wirausahawan telah menjadi penggerak utama dalam perekonomian global dan berjuang keras untuk membuat dunia ini menjadi tempat tinggal yang baik. Buku kewirausahaan dan manajemen usaha kecil ini menjelaskan secara praktis dan langsung bagaimana merintis usaha baru dan menjadi wirausahawan yang sukses. Topik-topik aktual yang berkaitan dengan dunia wirausahawan yang sukses. Topik-topik aktual yang berkaitan dengan dunia wirausaha dan usaha kecil menengah (UKM) dibahas secara lengkap dalam buku ini, seperti analisis kelayakan dan rencana bisnis, waralaba, perdagangan elektronik (*e-commerce*), serta etika.

Di samping itu, buku ini juga kaya dengan berbagai contoh dan kasus aktual yang akan memperlihatkan pentingnya pengambilan keputusan dalam dunia kewirausahaan. kiranya dapat memberi masukan bagi para pengambil keputusan, apa saja fasilitas yang diberikan kepada para pelaku UKM dalam mendukung perekonomian nasional mereka, sekaligus sebagai wacana jika fasilitas yang sama dapat diberikan kepada para pelaku bisnis kecil di dalam negeri.

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

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

November, 2022

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA KECIL	1
A. Pendahuluan.....	2
B. Pengertian Kewirausahaan	3
C. Pengertian Usaha Kecil	3
D. Ciri-Ciri Usaha Kecil	4
E. Kelebihan Usaha Kecil	5
F. Kelemahan Usaha Kecil	6
G. Rangkuman Materi	9
BAB 2 PENGANTAR MANAJEMEN USAHA KECIL	13
A. Pendahuluan.....	14
B. Pengertian Manajemen Usaha Kecil.....	16
C. Visi Usaha Kecil	17
D. Mengelola Pemasaran pada Usaha Kecil.....	20
E. Karakteristik Mengembangkan Kemitraan Usaha	22
F. Jaringan Usaha dan Rantai Pasokan	25
G. Rangkuman Materi	28
BAB 3 PELUANG MASUK KE DUNIA USAHA KECIL	33
A. Pendahuluan.....	34
B. Karakteristik dan Sumber Peluang Usaha Kecil yang Baik.....	36
C. Menilai Peluang Usaha Kecil.....	37
D. Cara Menganalisis Peluang Usaha Kecil	40
E. Strategi Peluang Usaha.....	41
F. Segmentasi dan Target Pasar Untuk Usaha Kecil	42
G. Penyebab Peluang Usaha Kecil Tidak dapat Dicapai Secara Maksimal.....	44
H. Beberapa Peluang Usaha Kecil yang Memiliki Prospek.....	45
I. Pengembangan Ide dan Peluang Usaha Kecil.....	47
J. Cara Mengembangkan Usaha Kecil Menjadi Besar, Mudah & Murah	48
K. Rangkuman Materi	51

BAB 4 PERSIAPAN BERWIRAUSAHA	55
A. Pendahuluan.....	56
B. Ide Usaha	57
C. Peluang Usaha	60
D. Rencana Usaha	61
E. Persiapkan Modal	64
F. Strategi Bisnis & Promosi.....	65
G. Kesiapan dalam Sikap Mental.....	65
H. Menganalisis Situasi Pasar.....	68
I. Merintis Usaha	68
J. Rangkuman Materi	74
BAB 5 MENGELOLA PEMASARAN USAHA KECIL	77
A. Pendahuluan.....	78
B. Proses Perencanaan dan Strategi Pemasaran Usaha Kecil.....	80
C. Menyusun Rencana dan Ide Bisnis Usaha Kecil.....	83
D. Model Bisnis dan Digitalisasi Usaha Kecil	85
E. Strategi Inovasi Usaha Kecil Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0.....	88
F. Strategi <i>Branding</i> dan <i>Marketing</i> UMKM.....	89
G. Rangkuman Materi	93
BAB 6 MENGELOLA PEMODALAN USAHA KECIL	99
A. Pendahuluan.....	100
B. Mengelola Keuangan Perusahaan	102
C. Pengelolaan Modal Perusahaan	103
D. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	109
E. Mengelola Risiko Bisnis	111
F. Rangkuman Materi	113
BAB 7 MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA USAHA KECIL	117
A. Pendahuluan.....	118
B. Perencanaan SDM	119
C. Pengadaan SDM.....	120
D. Pelatihan SDM	122
E. Kompensasi.....	124
F. Penilaian Kinerja	125
G. Pemeliharaan SDM	127

H. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)	129
I. Rangkuman Materi	130
BAB 8 MENGELOLA PRODUKSI PADA USAHA KECIL	135
A. Pendahuluan	136
B. Pembelian atau Penyediaan Bahan Baku	137
C. Menjaga Kualitas Produksi	138
D. Penyimpanan Produk yang Sudah Jadi	143
E. Pemeliharaan Barang Produksi	145
F. Proses Pengiriman Barang	146
G. Tahapan dalam Proses Pengiriman Barang	148
H. Pengembangan Produksi Usaha Kecil	150
I. Rangkuman Materi	152
BAB 9 UMKM VERSUS ADMINISTRASI, LAPORAN KEUANGAN DAN TEKNOLOGI	155
A. Pendahuluan	156
B. Laporan Keuangan Bagi UMKM	159
C. Digitalisasi dan UMKM	161
D. Rangkuman Materi	164
BAB 10 PENGELOLAAN MODAL KERJA DAN RISIKO	171
A. Pendahuluan	172
B. Pengelolaan Modal	173
C. Analisis Risiko	180
D. Rangkuman Materi	184
BAB 11 REGULASI DAN ETIKA BISNIS	187
A. Pendahuluan	188
B. Pengertian Regulasi Bisnis	190
C. Definisi Etika Bisnis	193
D. Rangkuman Materi	202
E. Saran	202
BAB 12 RAGAM REGULASI DAN ETIKA DALAM BISNIS	207
A. Pendahuluan	208
B. Ragam Regulasi dalam Bisnis	210
C. Ragam Etika dalam Bisnis	220
D. Rangkuman Materi	225

BAB 13 KOMPETENSI UTAMA UNTUK KESUKSESAN USAHA KECIL DAN MENENGAH	229
A. Pendahuluan.....	230
B. Kompetensi Kewirausahaan	231
C. Hubungan Kompetensi dengan Kinerja Usaha	235
D. Teknik Membangun Model Kompetensi pada Sebuah Usaha	236
E. Kompetensi Utama yang Diperlukan Usaha Kecil dan Menengah	238
F. Kompetensi pada Usaha Kecil dan Menengah Indonesia	239
G. Rangkuman Materi	243
BAB 14 BEKERJA MANDIRI	247
A. Pendahuluan.....	248
B. Bekerja Mandiri	254
C. Rangkuman Materi	258
BAB 15 STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH	261
A. Pendahuluan.....	263
B. Pengertian Strategi Pemasaran	265
C. Pengertian UMKM	265
D. Peran UMKM	267
E. Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah	268
F. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran Bagi UKM.....	269
G. Menyusun Strategi Pemasaran Usaha Kecil	270
H. Memanfaatkan Dunia Digital Untuk Strategi Pemasaran.....	273
I. Rangkuman Materi	277
BAB 16 KARAKTERISTIK WIRAUSAHA YANG BERORIENTASI KE MASA DEPAN	279
A. Pendahuluan.....	280
B. Pengertian Orientasi Masa Depan.....	281
C. Ciri-Ciri Pemimpin yang Ideal	286
D. Orientasi Masa Depan dalam Analisis Kepemimpinan Berdasarkan Ciri-Ciri	288
E. Rangkuman Materi	291
GLOSARIUM	294
PROFIL PENULIS	301



BAB 1: KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA KECIL

Zandra Dwanita Widodo, S.Pd., S.E., M.M

Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

BAB 1

KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peranan penting sehingga banyak diminati oleh masyarakat saat ini. Maka kewirausahaan menurut Kasmir (2014:19) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan. Maka timbul pertanyaan mengapa seorang wirausahawan (*entrepreneur*) memiliki cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi serta emosi yang sangat terkait dengan nilai-nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

Pentingnya wirausaha di dalam masyarakat tersebut tidak sekedar menjadi 'alat' untuk melakukan perbaikan dan perubahan di dalam kualitas hidup diri dan masyarakat, tetapi juga wirausaha juga dibuktikan dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa. Dalam mendirikan wirausaha para masyarakat memulainya dengan usaha kecil dimana dengan modal yang rendah dapat mempunyai wirausaha sendiri dengan hasil yang memuaskan sehingga dapat mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Usaha kecil memiliki potensi untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, dengan ide-

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar et al. (2021). Asy-Syarikah PERILAKU KEWIRAUSAHAAN MUSLIM TERHADAP. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 25–39.
- Aufar, Arizali. 2013. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM di Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung. Skripsi. Bandung : Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama
- Alia Akhmad, K. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Untuk Mengatasi Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(6), 175.
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/419>
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Systems For Competitive Advantages And Innovations In. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, Vol.1(No.2), Hal 8-18.
- Hendarwan, D. (2019). Menumbuhkan Jiwa, Perilaku dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis. *Mbia*, 17(2), 59–68. <https://doi.org/10.33557/mbia.v17i2.345>
- Hussain, J., Ismail, K. & Shah, F. A. (2015). The effect of market and entrepreneurial orientation on organizational performance : study on Malaysian SMEs. *City University Research Journal*, 5(2), 203-218.
- Huda, I. U., Karsudjono, A., & Maharani, P. N. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(3), 392–407. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i3.359>
- Kasmir. 2014. Kewirausahaan. Edisi Revisi. Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelangngan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.998>

- Maulana, S. (2019). *Sinergitas Pemerintah , Masyarakat dan Dunia Usaha dalam Pemberdayaan Usaha Kecil untuk Mewujudkan Pembangunan Nasional*. November.
- Mahzura, T. A. S. (2018). The Analysis of The Influence of Financial Performance, Company Size, Ownership Structure, Leverage and Company Growth on Company Values in Food and Beverage Industry Companies Listed in IDX 2012-2016 Period. *International Journal of Public Budgeting, Accounting and Finance*, 1(4), 1-12
- Petinggen, M., Rejo, T., Yogyakarta, K., Widiyanti, N., & Susanti, F. E. (2022). *Peningkatan Ekonomi Keluarga Dengan Pelatihan Kewirausahaan Bagi. 1*.
- Rahma, A. (2018). Analisis faktor faktor pendorong wanita mengambil keputusan berwirausaha pada sentra usaha mikro kecil batik jambi Kota Seberang. ... *Sentra Usaha Mikro Kecil Batik Jambi Kota ...*, 1–19.
<https://repository.unja.ac.id/3504/%0Ahttps://repository.unja.ac.id/3504/1/Artikel.pdf>
- Rohmania, M. (2019). Peran Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 17–49.
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 2(2), 77-84.



BAB 2: PENGANTAR MANAJEMEN USAHA KECIL

Hesti Umiyati, S.E., M.M

Akademi Sekretari Dan Manajemen – ASM Lepisi Tangerang

BAB 2

PENGANTAR MANAJEMEN USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Manajemen Usaha kecil, di Indonesia merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian nasional, karena mempunyai peran mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan ikut berperan dalam perolehan devisa negara serta memperkuat struktur usaha nasional.

Saat ini, pemberdayaan Usaha Kecil akan menjadi kunci bagi kelangsungan hidup sebagian besar rakyat Indonesia. Pengembangannya sejalan dengan proses pembangunan, yang diprioritaskan untuk diarahkan pada upaya membina pola pengelolaan ekonomi nasional, yang mengandalkan kekuatan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi. Demikian pula dengan tuntutan pembangunan pada era otonomi saat ini ialah semakin mendesak untuk dapat memperkuat struktur perekonomian nasional. Untuk dapat berperan secara optimal, maka tantangan bagi pelaku usaha ialah bagaimana mewujudkan pelaku usaha yang sesuai dengan kepentingan ekonomi (Ali, Suryadharma, 2005). Indonesia saat ini tersebar di berbagai sektor komoditi usaha, dan pada saat krisis moneter termasuk ke dalam sektor yang paling tahan banting dalam menghadapi perubahan yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Suryadharma. 2005. Kebijakan dan Regulasi Pemerintah Sektor UKM, makalah dalam seminar tentang "Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UMKM" di Jakarta tahun. *aplikasi*; Raja Grafindo Persada; Jakarta.
- British John A. Pearce dan Richard B Robinson Jr. 2013. *Strategic Management: Formulation, Implementation and Control*, 12th ed. Copyright@2013 by McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat (an Import of Penerbit Salemba).
- Bryson, John M. 2004. *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A guide to strengthening and sustaining Organizational Achievement*. 4th Ed. United States of America: Jossey-Bass
- David. 2011. *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition*. New Jersey: Pearson
- Dinas Koperasi dan UKM Propinsi Jawa Barat, 2005. Program Pengembangan Koperasi dan UKM, makalah dalam seminar "Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UKM di Jawa Barat" tanggal 22 Agustus 2005
- Duncan. 2018. *Strategic Management: A competitive Advantage Approach Fifteenth Edition*. Pearson Education:
- John A. Pearce and Richard B Robinson Jr. Strategic Management: Formulation, Implementation and Control, 12th ed. Copyright@2013 by McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat (an Import of Penerbit Salemba)
- Komari, Hudaya. 2014. *Peran Kemitraan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Perusahaan Waralaba dalam Pemasaran Produk Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Usaha Kecil Menengah di Bandung Timur (study di Toserba Grya Grand Cinunuk Cileunyi Bandung)*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung.

- Kotler, P. et al. 2010. *The Quintessence of Strategic Management: What You Really Need to Know to survive in Bussiness*. Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg
- Lestari, Gita. 2013. *Kewajiban Pembatasan Jumlah Outlet/Gerai Waralaba Oleh KFC (Kentucky Fried Chicken) Dihubungkan Dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-DAG/PER/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman*, Skripsi FE UNPAD.
- Maulana, Fadli. 2012. *Pola Kemitraan Waralaba Restoran dengan Usaha Mikro, Kecildan Menengah* Skripsi FE UNPAD.
- Robbins, Stephen P. 2002. *Perilaku Organisasi: edisi kedelapan jilid 2; Indeks*; Jakarta;
- Ruslan, Rosady. 2000. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: konsepsi &*
- Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*; PT Gramedia Pustaka; Jakarta.
- Yusup, Deni K. 2004. *Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Melalui Kemitraan Usaha BMT dan UKM*, makalah Diskusi Reguler BEMJ Muamalah KBM IAIN SGD Bandung.



BAB 3: PELUANG MASUK KE DUNIA USAHA KECIL

T. M. Adriansyah, S.E., M.M

Universitas Amir Hamzah

BAB 3

PELUANG MASUK KE DUNIA USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Jika diartikan menurut asal katanya, peluang usaha terdiri dari dua kata, yaitu ‘peluang’ dan ‘usaha’. Menurut s Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peluang artinya adalah kesempatan, ruang gerak, baik yang konkret maupun abstrak yang memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkannya dalam usaha mencapai tujuan. Sedangkan, usaha artinya adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan, perbuatan, ikhtiar, upaya untuk mencapai sesuatu. Beberapa ahli yang mengeluarkan pendapat mereka mengenai apa yang dimaksud dengan peluang usaha.

Menurut **Thomas W. Zimmerer** peluang usaha adalah sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari.

Menurut **Arif F. Hadipranata** Peluang usaha adalah sebuah risiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial

Secara sederhana, peluang usaha dapat didefinisikan sebagai peluang untuk mencapai tujuan usaha. Setiap wirausaha memang memiliki tujuan usahanya masing-masing, namun dapat digarisbawahi bahwa tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Mengenali peluang usaha kecil adalah langkah pertama dan penting untuk mengembangkan usaha. Hal terpenting dalam menjalankan usaha adalah kemampuan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Kewirausahaan*, Edisi I, Cetakan Delapan Belas. Bandung: Alfabeta.
- Herefa, Andrias, dkk. 2007. *The Ciputra's Way : Praktik Terbaik Menjadi Entrepreneur Sejati*. Jakarta : Gramedia.
- <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/06/08/cara-mengembangkan-usaha>
- Jamal Ma'amur Asmani. (2011). *Sekolah Entrepreneur*. Cetakan Pertama. Penerbit Harmoni: Jogjakarta.
- Lambing, Peggy & Charles R. Kvehi. 2000. *Entrepreneurship* . New Jersey: Prentice Hall.Inc.
- Leonardus Saiman. (2009). *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Edisi II. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Martoyo, Susilo. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan-II, Edisi Kedua. Penerbit BPFE : Yogyakarta.
- Mc Grath, R.G. & Mac Millan, I.C.2000. *The entrepreneurial mindset : Strategies for Continuosly Creating Oppurtunity in an age of uncertainty*. Boston, Mass : Harvard.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi keempat. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Yuyus Suryana dan Katib Bayu. (2013). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Cetakan I, Edisi pertama. Penerbit Kencana Prenada Media Group : Jakarta.



BAB 4: PERSIAPAN BERWIRAUSAHA

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

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 4

PERSIAPAN BERWIRAUSAHA

'Success is where preparation and opportunity meet'

- Bobby Unser

A. PENDAHULUAN

Dalam memulai suatu usaha diperlukan aksi karena mimpi dan keinginan saja tidak cukup. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum memulai usaha. Ketika salah untuk mengambil langkah untuk memulai usaha, maka calon pelaku dapat terancam untuk mengalami kegagalan. Wirausaha dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi dengan kompetensi diri seorang wirausaha yang produktif sehingga memiliki produk dan jasa unggulan yang dihasilkan.

Proses Kewirausahaan adalah upaya menciptakan sesuatu yang berbeda, yang memiliki nilai tambah melalui pengorbanan waktu dan tenaga dengan berbagai risiko finansial, psikis, dan sosial serta mendapat penghargaan berupa keuntungan dan kepuasan pribadi atas hasil yang diperoleh (Hisrich *et al*, 2005). Inovasi merupakan awal proses kewirausahaan dimana inovasi merupakan suatu kegiatan kreatif yang menciptakan konsep baru yang diperlukan untuk mewujudkan bisnis yang sukses. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, inovatif, implementasi dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & health*, 26(9), 1113-1127.
- Hisrich, R. D., & Kearney, C. (2013). *Managing innovation and entrepreneurship*. Sage Publications.
- Porter, R. H. (1983). A study of cartel stability: the Joint Executive Committee, 1880-1886. *The Bell Journal of Economics*, 301-314.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 3 (Cetakan keempat). Jakarta, Indonesia : Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Edisi 5, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.



BAB 5: MENGELOLA PEMASARAN USAHA KECIL

Acai Sudirman, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

BAB 5

MENGELOLA PEMASARAN USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Di zaman digital saat ini, atau yang sering disebut sebagai era Revolusi 4.0 kita melihat perubahan pola perilaku individu dalam memenuhi kebutuhannya. Revolusi 4.0 tidak hanya mengubah cara seseorang bekerja, berkomunikasi tetapi juga cara berbelanja, bertransaksi dan gaya hidup. Perubahan yang sangat signifikan dapat dilihat dari menjamurnya internet, teknologi digital, dan berkembangnya IoT (*Internet of Things*). Banyak hal yang tidak terpikirkan atau dirasa tidak mungkin, tiba-tiba hadir menjadi industri baru. Berada di era disrupsi ini, kewaspadaan dan kepekaan terhadap perubahan-perubahan tertentu akan menjadi hal yang harus dimiliki para pelaku usaha. Kewirausahaan dan praktik bisnis telah menunjukkan bahwa untuk sebagian besar kewirausahaan perusahaan bukan hanya kegiatan individu tetapi mencakup kompleksitas sistem yang dinamis dengan partisipasi banyak orang, yang akan menghasilkan diferensial efek yang berbeda pada kegiatan strategis kewirausahaan (Yang and Wang, 2014).

Manajemen jika dipelajari secara sistemik, komprehensif dan dilaksanakan secara konsisten akan lebih menjamin untuk mencapai keberhasilan karena arah tujuan dan sasarannya sudah jelas. Dan jikalau terjadi kegagalan maka melalui manajemen dapat dilakukan evaluasi kembali untuk dapat dijadikan bahan pembelajaran (*lesson learned*) bagi pengembangan organisasi atau praktik bisnis melalui perbaikan

DAFTAR PUSTAKA

- Afwa, A. *et al.* (2021) 'Raising the Tourism Industry as an Economic Driver', in *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Raising*, pp. 118–123.
- 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.
- Bhattacharyya, S. (2006) 'Entrepreneurship and innovation: How leadership style makes the difference?', *Vikalpa*, 31(1), pp. 107–115. doi: 10.1177/0256090920060109.
- Cass, J. (2018) *No Title8 Benefit of Branding: Why You Need Strong Brand*. Available at: <https://justcreative.com/2018/09/27/benefits-of-branding/> (Accessed: 18 November 2020).
- Fajrillah *et al.* (2020) *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Flikkema, M. *et al.* (2019) 'Trademarks' relatedness to product and service innovation: A branding strategy approach', *Research Policy*. Elsevier, 48(6), pp. 1340–1353. doi: 10.1016/j.respol.2019.01.018.
- Fotiadis, A., Mombeuil, C. and Valek, N. S. (2018) 'Designing and Implementing a Marketing Plan', *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, pp. 297–311. doi: 10.1108/978-1-78743-529-220181023.
- Halim, F., Sherly and Sudirman, A. (2020) *Marketing dan Media Sosial, e-conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hasan, A. (2013) *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Edisi 1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasan, M. *et al.* (2021) *Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- 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.
- Kusuma, A. H. P. *et al.* (2020) *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Manikas, A. S., Patel, P. C. and Oghazi, P. (2019) 'Dynamic capital asset accumulation and value of intangible assets: An operations management perspective', *Journal of Business Research*. Elsevier, 103(March), pp. 119–129. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.06.014.
- Mopangga, H. (2014) 'Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo', *Trikonomika*, 12(1), pp. 78–90.
- Mumcu, Y. and Kimzan, H. S. (2015) 'The Effect of Visual Product Aesthetics on Consumers' Price Sensitivity', *Procedia Economics and Finance*. Elsevier B.V., 26(15), pp. 528–534. doi: 10.1016/s2212-5671(15)00883-7.
- Muniarty, P. *et al.* (2021) *Kewirausahaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Musthai, V. . (2019) 'Planning Marketing Activities of The Enterprise', *Journal SWorld*, (March).
- Pekkanen, P. *et al.* (2020) 'Building integration skills in supply chain and operations management study programs', *International Journal of Production Economics*. Elsevier B.V., 225, p. 107593. doi: 10.1016/j.ijpe.2019.107593.
- Purba, R. A. *et al.* (2020) *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purnomo, A. *et al.* (2020) *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purwanto, N. (2020) 'Pembekalan Wirausaha Baru Menggunakan Model Bisnis Canvas Pada Kelompok Usaha Desa Mlaras', *Jurnal Karya Abdi*, 1(2), pp. 115–126.
- Riansyah, R. (2017) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreatifitas dan Inovasi serta Implikasinya', *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1).

- Romindo *et al.* (2019) *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Rumondang, A. *et al.* (2020) *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sherly, Halim, F. and Sudirman, A. (2020) 'The Role Of Social Media In Increasing Market Share Of Msme Products In Pematangsiantar City', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), pp. 61–72.
- Sudirman, A. *et al.* (2020) 'Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek Ditinjau Dari Aspek Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen', *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), pp. 63–73.
- Sudirman, A., Halim, F. and Pinem, R. J. (2020) 'Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), pp. 66–76.
- Yang, L. and Wang, D. (2014) 'The impacts of top management team characteristics on entrepreneurial strategic orientation: The moderating effects of industrial environment and corporate ownership', *Management Decision*, 52(2), pp. 378–409. doi: 10.1108/MD-03-2013-0140.



BAB 6: MENGELOLA PEMODALAN USAHA KECIL

Dr. Lis Sintha, M.M

Universitas Kristen Indonesia

BAB 6

MENGELOLA PEMODALAN USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Terdiri dari: Pengantar singkat yang berisi penjelasan umum terkait materi yang akan dibahas, penjelasan instruksi khusus terkait materi yang akan dibahas dan dilengkapi sajian data terkini yang relevan dengan topik pembahasan.

Usaha mikro berperan penting dalam mendorong perekonomian Indonesia. Pentingnya peran usaha mikro mendorong pemerintah untuk melakukan upaya pengembangan usaha mikro. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memperluas kesempatan kerja, memberikan pelayanan ekonomi yang komprehensif kepada masyarakat, berperan dalam proses keadilan, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berkontribusi pada perekonomian nasional dapat mencapai stabilitas. Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab setiap pelaku ekonomi atau pengusaha dan membutuhkan kejelian, motivasi dan kreativitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (Sanawiri & Iqbal, 2018). Untuk mengembangkan usaha ke arah yang lebih baik, para pelaku ekonomi harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha itu sendiri. Faktor-faktor tersebut meliputi modal, produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah modal usaha dan strategi pemasaran. Artinya modal usaha menjadi pertimbangan penting dalam mengembangkan usaha. Modal

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Rahmana, (2016), "Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Informasi Terdepan Tentang Usaha Kecil Menengah" Dalam Sudaryanto Dkk, Strategi Pemberdayaan Umkm Menghadapi Pasar Bebas Asean, Pusat Kebijakan Ekonomi Makro Bkf, 08 Desember 2014
- Arkani, A., & Muhibbin, M. (2021). The Effect Of Service Quality And Results On Customer Satisfaction Mudharabah Savings In Pt. Bank Syariah Mandiri Gorontalo Branch Office, Indonesia. Alaa: Journal Of Islamic Finance, 1(1), 17-25.
- Hidayati, E. P., & Yoyok, S. (2016). Pengaruh Modal Kerja Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Kerajinan Manik-Manik Kaca Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe), 4(3).
- Istinganah, N. F., & Widiyanto, W. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Umk. Economic Education Analysis Journal, 9(2), 438-455.
- Pamungkas, L. M. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Perikanan Di Kabupaten Tulungagung. Tulungagung: Iain Tulungagung.
- Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro.... <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/finansha> Doi : 10.15575/fjsfm.v2i2.13923 | 59
- Purwati, D., Purwa, G. E., & Paramita, D. P. (2021). Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). . Journal Of Management, 7(1).

- Putri, K., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4).
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Modal Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 792-800.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). Kewirausahaan. Malang: Universitas Brawijaya Press. Arniati Iasoma, Sofhian, Yusran Zainuddin 60 | <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/finansha> Doi : 10.15575/fjsfm.v2i2.13923
- Savitri, F. W. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Umkm Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. Tulungagung: Iain Tulungagung.
- The Effect Of Marketing Mix Towards Decision Of Muslim Consumers In Travelug. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 246-250.



BAB 7: MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA USAHA KECIL

Dr. Marisi Butarbutar, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar

BAB 7

MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Setiap usaha baik skala mikro sampai besar pasti membutuhkan sumber daya manusia dalam merencanakan, menjalankan, dan mengawasi aktivitas usahanya. Keberhasilan suatu usaha juga tidak terlepas dari aspek manusia yang mengelola usaha tersebut. Untuk itu perencanaan dan pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha secara optimal sangat dibutuhkan. Dengan demikian pencapaian tujuan dari usaha dapat dicapai dengan baik, secara khusus jika dilakukan sumber daya manusia yang memiliki keunggulan dalam memenangkan persaingan. Sumber daya manusia yang bergelut dibidang UMKM juga memegang peranan penting dalam keberhasilan usahanya, sehingga perlu dikelola dengan baik.

Jumlah pelaku UMKM setiap tahun khususnya akhir-akhir ini meningkat dan memberikan kontribusi bagi pendapatan nasional. Dari sisi aspek sumber daya manusia terkait populasi generasi milenial berjumlah 64% dari jumlah seluruh penduduk Indonesia. Jumlah anak muda sebanyak 73% dari populasi itu termotivasi menjadi wirausaha. Jumlah pelaku UMKM menjadi tulang punggung paling besar terhadap perekonomian nasional (Kristianus, 2022). Jika diakumulasikan kepada jumlah UMKM yang teridentifikasi maka jumlah tenaga kerja pada sektor UMKM menunjukkan jumlah yang cukup signifikan dengan total daya serap tenaga kerja pada bidang UMKM sekitar 96,92% dari seluruh tenaga

DAFTAR PUSTAKA

- Butarbutar, M. (2022) **Handout Manajemen Sumber Daya Manusia**. Pematangsiantar.
- Gomes, F. C. (2003) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta: Andi.
- Indonesia, P. R. (2013) **Undang-Undang Ketenagakerjaan No.13 Tahun 2003**. Indonesia.
- Indonesia, P. R. (2020) **Undang-undang No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Karya**. Indonesia.
- Inspiera (2018) **Pahami Prinsip Pelatihan Sebelum Melakukan Pelatihan**. Available at: <https://pelatihandsdm.co.id/prinsip-pelatihan/>.
- Kemenkopukm (2019) **96,92% Tenaga Kerja Berasal dari UMKM**, <https://databoks.katadata.co.id/>. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/9692-tenaga-kerja-berasal-dari-umkm>.
- Kristianus, A. (2022) **2022, Jadi Momentum Kebangkitan UMKM**. Available at: <https://investor.id/business/284621/2022-jadi-momentum-kebangkitan-umkm>.
- Mondy, R. W. (2008) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. 10th edn. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, S. P. (2007) **Perilaku Organisasi**. 10th edn. Edited by B. Sarwiji. Jakarta: Indeks.
- Sedarmayanti (2017) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. ke 9. Bandung: Refika aditama.
- Simanjuntak, M. et al. (2021) **Manajemen UMKM dan Koperasi**. Medan: Kita Menulis.
- Sisca et al. (2020) **Teori-teori Manajemen sumber Daya Manusia**. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sondang, P. siagian (2008) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sunyoto, D. (2015) **Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Pulishing Service).



BAB 8: MENGELOLA PRODUKSI PADA USAHA KECIL

Amrin Mulia Utama, Nst., S.E., M.M

Universitas Medan Area

BAB 8

MENGELOLA PRODUKSI PADA USAHA KECIL

A. PENDAHULUAN

Mengelola produksi adalah suatu proses yang berkesinambungan dan efektif dengan menggunakan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien guna mencapai tujuan perusahaan. Proses produksi tidak berhubungan langsung dengan konsumen, namun kendala di bagian produksi dapat mengakibatkan keterlambatan produk sampai ke tangan konsumen yang pada akhirnya menimbulkan kekecewaan atau citra buruk. Proses produksi dalam suatu kegiatan usaha meliputi proses perubahan dari bahan mentah menjadi barang jadi. Proses peningkatan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan. Unsur-unsur yang terlibat dalam proses produksi adalah bahan baku, bahan setengah jadi, barang jadi, mesin, peralatan, metode dan lain-lain. Proses produksi yang umumnya dilakukan oleh usaha kecil adalah mengubah bentuk bahan baku menjadi bentuk baru dengan cara menenun, penyamakan, pemintalan, pemotongan dan lain-lain. Misalnya industri tekstil, kerajinan tangan, kulit, mebel dan lain-lain. Proses produksi lainnya adalah menggabungkan beberapa bahan baku menjadi barang baru, seperti industri katering, obat tradisional, kosmetik dan lain-lain. Agar proses produksi usaha kecil ini tetap berjalan, maka perlu memperhatikan masalah produksi seperti: Pembelian atau Penyediaan Bahan Baku, Pembelian atau Penyediaan Bahan Baku, Penyimpanan Produk Jadi,

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus, 2003 *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Assauri S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi. LPFE-UI. Jakarta.
- Fahmi, Irham, 2012. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Bandung: Alfabeta .
- Garvin, David, "Managing Quality", Di Dalam Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Mlutu Terpadu (Fotal Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Gasperz, V, (1997), *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*, Jakarta Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Jay Heizer, Barry Render, and Chuck Munson. 2009. *Principles of Operations Management*,
- Prasetya, Hery, Fitri Lukiastuti ,2012 *Manajemen Operasi*, Jakarta: NeedPress,
- S. Anil Kumar, N. Suresh . 2018 *Production and Operations Management*. Second Edition. New Age International Publishers.
- Sumayang, Lalu, 2003. *Dasar – dasar manajemen produksi dan operasi*, Jakarta: Salemba empat



BAB 9: UMKM VERSUS ADMINISTRASI, LAPORAN KEUANGAN DAN TEKNOLOGI

Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.Sc

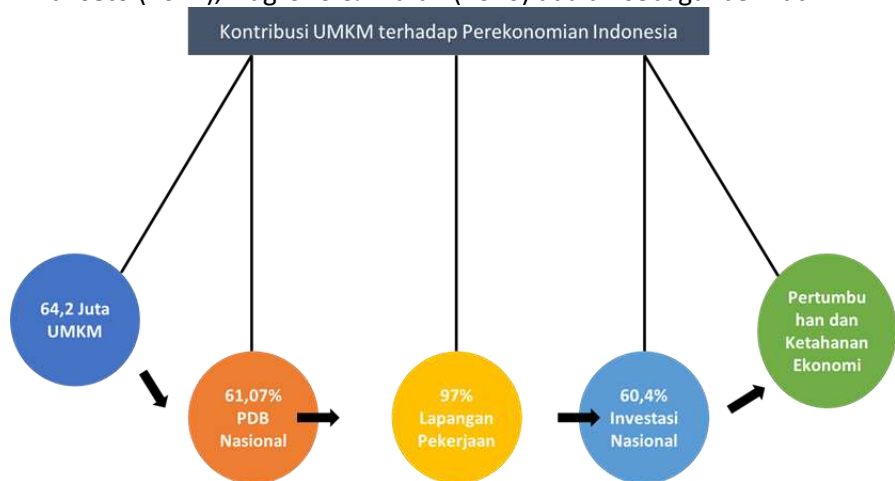
Universitas Mercu Buana-Bank Syariah Indonesia (BSI)

BAB 9

UMKM VERSUS ADMINISTRASI, LAPORAN KEUANGAN DAN TEKNOLOGI

A. PENDAHULUAN

Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah atau lazim disebut dengan UMKM telah banyak berkontribusi besar terhadap ketahanan dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Adapun beberapa peran maupun kontribusi dari UMKM menurut Kiranti & Nugroho (2022), Limanseto (2021), Nugroho & Arafah (2020) adalah sebagai berikut:



Sumber: Kiranti & Nugroho (2022), Limanseto (2021), Nugroho & Arafah (2020)

Gambar 9.1 Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Afoukane, M., Utami, W., & Nugroho, L. (2021). Assessing The Adaptability of Islamic Microfinance Loans to The Needs of Small Enterprises in Indonesia. *Journal of Islamic Economics & Social Science (JIESS)*, 2(1), 9–23.
- Anshary, M., Labetubun, H., Kembauw, E., Hasan, M., Arifudin, O., Yulistiyono, A., Maulina, D., Tanjung, R., Noprailia, S., Siti, H. & Mustamin, W., Rachmarwi, W., Hartoto, M., Azizi, R. T., Siregar, A., & Solikin, L. N. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia* (first). Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com
- Arafah, W., & Nugroho, L. (2016). Maqhashid Sharia in Clean Water Financing Business Model at Islamic Bank. In *International Journal of Business and Management Invention ISSN* (Vol. 5). Online. www.ijbmi.org
- Ardila, I., Sembiring, M., & Azhar, E. (2020). Analisis literasi keuangan pelaku umkm. *Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora*, 216–222.
- Herliansyah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. M. (2020). The Determinants of Micro , Small and Medium Entrepreneur (MSME) Become Customer of Islamic Banks (Religion, Religiosity and Location of Islamic Banks). *The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences*, 1–10. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290775>
- Hermes, N., & Hudon, M. (2018). Determinants of the Performance of Microfinance Institutions: a Systematic Review. *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1483–1513. <https://doi.org/10.1111/joes.12290>
- Insight-Center. (2020). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/umkm>
- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Triwardhani, D., Marwan, D., Febrianty, F., Sudarmanto, E., BS, D. A., Sudirman, A., & Manggabarani, A. S. (2021). Marketing Digital Usaha Mikro. In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.

- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: the latest insights into the 'state of digital' - We Are Social*. Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Kiranti, D. E., & Nugroho, L. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pengangguran serta Jabatan Kerja Kritis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 335–341. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1145>
- Labetubun, M. A. H., Maulida, A. Z., Triwardhani, D., Husain, H., Bagenda, C., Nugroho, L., Hargyatni, T., Santi, S., Mubarroq, U. S., Purnomo, A., Tomahuw, R., Komarudin, P., Murdiyanto, E., & Sudirman, A. (2021). Lembaga Keuangan Bank & Non Bank (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In N. S. Wahyuni (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Labie, M., Méon, P. G., Mersland, R., & Szafarz, A. (2015). Discrimination by microcredit officers: Theory and evidence on disability in Uganda. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 58, 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2015.05.002>
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Biro Komunikasi, Layanan Informasi, Dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- M., N., & O.H., B. (2017). An Analysis of Bookkeeping Practises of Micro-Entrepreneurs in the Retail Clothing Industry in Cape Town, South Africa. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 06(02), 1–8. <https://doi.org/10.4172/2169-026x.1000216>
- Matoenji, E. Y., Nugroho, L., & Soeharjoto. (2021). Determinasi Pertumbuhan Laba Bank Syariah Berdasarkan Aspek Pembiayaan UMKM, Jumlah Outlet dan Kualitas Pembiayaan. *Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan (SIKAP)*, 6(1), 125–140.

- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, Anista, J. S. A., Elistia, Satriawan, D. G., Putro, S. E., Suyatno, A., Setyorini, R., Putra, S., Nugroho, L., Nurfadilah, D., Samidi, S., Arfah, & Fitriana. (2021). Kewirausahaan. In *Widina Bhakti Persada Bandung* (first). <https://repository.penerbitwidina.com/media/343827-kewirausahaan-09bb1a47.pdf>
- Nugroho, L. (2014). Challenges Sharia Microfinance Institutions: Evidence from Indonesia. *European Journal of Islamic Finance*, 1, 1–6. <http://www.ojs.unito.it/index.php/EJIF>
- Nugroho, L. (2020a). Kemandirian UMKM dan Kemandirian Ekonomi Bangsa. In *Indonesia Maju dan Bangkit* (1st ed.). Qiara Media. https://books.google.co.id/books/about/INDONESIA_MAJU_DAN_BANGKIT.html?id=Iz4DEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Nugroho, L. (2020b). Pandemi Covid-19 dan Keberlangsungan Industri Perbankan. In *Gotong Royong Menghadapi Covid-19 Ide dan Solusi* (pp. 8–16). CV. Penerbit Qiara Media.
- Nugroho, L., & Arafah, W. (2020). Eksistensi Dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Globalisasi. In Sumitro, A. Suroso, & S. Nurhayati (Eds.), *Manajemen Hasil Pemikiran dari Para Dosen Perguruan Tinggi di Indonesia: Vol. First* (pp. 172–187). Sihsawit Labuhan Batu. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nugroho, L., Badawi, A., & Hidayah, N. (2022). How Indonesian Women Micro and Small Entrepreneurs Can Survive in Covid-19 Pandemic? *Amalee: Indonesian Journal of Community Research & Engagement*, 3(1), 215–222.
- Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. K. (2015). Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh). *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 9(1), 83–100.
- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A. J., & Badawi, A. (2020). E-commerce to improve homemaker productivity (women entrepreneur empowerment at Meruya Utara, Kembangan district, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research & Engagement*, 1(01), 13–24.

- Nugroho, L., Hidayah, N., Badawi, A., & Ali, A. J. (2019). Socialization of mobile banking and internet banking for mikro and small entrepreneur (gender and business sector perspective- Kemayoran night market community). *ICCD*, 2(1), 419–426.
- Nugroho, L., Lubis, C., Fitrijanti, T., Sukmadilaga, C., Akuntansi, M., & Padjajaran, U. (2020). Peluang Pengusaha Mikro dan Kecil (UMK) Menggunakan Layanan Digital Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *JURNAL AL-QARDH*, 5(1), 56–68.
- Nugroho, L., & Nugraha, E. (2020). The Role of Islamic Banking and E-Commerce for The Development of Micro, Small, and Medium Entrepreneur Businesses. *Business, Economics and Management Research Journal - BEMAREJ*, 3(1), 11–24.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi pengusaha umkm terhadap peran bank syariah. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 3(1), 49–62.
- Nugroho, L., Utami, W., Akbar, T., & Arafah, W. (2017). The Challenges of Microfinance Institutions in Empowering Micro and Small Entrepreneur to Implementating Green Activity. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 7(3), 66–73. <http://www.econjournals.com>
- Nugroho, L., Utami, W., & Nemoto, M. (2020). The Conception and Practices of Social Enterprise Between Indonesia and South Korea. *AL-FARABI International Journal on Social Sciences*, 5(4), 41–48. <https://doi.org/10.46291/Al-Farabi.050404>
- Ojong, N., & Simba, A. (2019). Fostering micro-entrepreneurs' structural and relational social capital through microfinance. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 31(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1423161>
- Safitri, Y., Nugroho, L., Permana, S. D. H., Zonyfar, C., Purnia, D. S., Napitulu, D., Septiani, R., Sari, D. P., Utama, A. A. G. S., Kennedy, P. S. J., Kuncara, T., Fikri, Z., Siregar, E., Maulana, A. E., Kristina Lika, A. P., & Tallo, A. J. (2020). Gotong Royong Menghadapi Pandemi Covid-19 "Ide dan Solusi." In T. Q. Media (Ed.), *CV Penerbit Qiara Media* (First). Penerbit Qiara Media.

- Sahara, N. (2021). *Sepanjang 2020, BI Catat Transaksi Digital Banking Capai Rp 2.774,5 Triliun*. Investor.Id. <https://investor.id/finance/sepanjang-2020-bi-catat-transaksi-digital-banking-capai-rp-27745-triliun>
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Wwww.Djkn.Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sihombing, S. O., & Meilani, Y. F. C. P. (2019). Identifying Micro-Entrepreneurs' Perception toward Financial Training: a Support for Economic Empowerment. *1st International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*, 101(Iconies 2018), 215–219. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.41>
- Sudarsono, H. (2009). Dampak Krisis Keuangan Global terhadap Perbankan di Indonesia: Perbandingan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah. *La_Riba*, 3(1), 12–23. <https://doi.org/10.20885/lariba.vol3.iss1.art2>
- Suryo, M., Nugraha, E., & Nugroho, L. (2019). Pentingnya Opini Audit Going Concern dan Determinasinya. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 123–130.
- Utami, W., & Nugroho, L. (2019). Going Concern Studies of Government Social Enterprise in Indonesia (Village Government Enterprises Case/Bumdes-Lebak Region, West Java). *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries (Journal EMI)*, 3(5), 191–206.
- Zamzami, A. H., Mahliza, F., Ali, A. J., & Nugroho, L. (2021). Pandemic Covid-19, Revolution Industry 4.0 and Digital Entrepreneur Trending. *Journal of Islamic Economics & Social Science*, 2(2), 133–140.



BAB 10: PENGELOLAAN MODAL KERJA DAN RISIKO

Triana Gita Dewi, S.E., M.Sc., M.Si

Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB

BAB 10

PENGELOLAAN MODAL KERJA DAN RISIKO

A. PENDAHULUAN

Modal kerja merupakan keseluruhan dana yang diperlukan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya sehingga usaha tersebut dapat berjalan sesuai rencana. Modal kerja menjadi bagian yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha kecil. Sebuah perusahaan yang telah berjalan selama 10 tahun bisa saja tiba-tiba mengalami pailit pada tahun kesebelas dan tidak mampu membiayai biaya operasional perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena kurang tepatnya pengelolaan keuangan perusahaan. Saat ini, usaha kecil menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan semakin terbukanya akses informasi dan digitalisasi. Untuk dapat terus bertahan dan berkembang, perusahaan harus dapat mengelola modal kerjanya dengan baik karena kondisi keuangan menjadi salah satu yang menunjukkan daya saing suatu perusahaan.

Di sisi lain, usaha kecil merupakan jenis usaha yang tinggi risiko. Pada awal perencanaan permodalan, sering kali usaha kecil mengasumsikan penggunaan sejumlah dana, memperoleh uang dari penjualan, dan menghasilkan keuntungan. Namun pada kenyataannya, jumlah itu tidak selalu sesuai dengan apa yang telah diasumsikan. Misalnya ketika terjadi inflasi, harga barang dan jasa menjadi lebih mahal, hal ini akan memicu peningkatan biaya produksi, di sisi lain daya beli masyarakat menurun sehingga penjualan perusahaan menurun dan pada akhirnya, keuntungan

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J. (2008). Menyusun Laporan Keuangan untuk UKM. ID: PT. Elex Media Komputindo
- Asmarantaka, R. W. (2021). Manajemen Agribisnis. ID: Penerbit Universitas Terbuka
- Hirschey, M. (2009). Managerial Economics. US: Cengage Learning
- Jenita, Hersipon. (2022). Manajemen Keuangan Perusahaan. ID: CV Azka pustaka
- P Periasamy.(2009). Financial Management. Second Edition. IN: Tata McGraw-Hill Education Private Limited
- Pindyck, R.S., Rubinfeld, D. L. (2018). Microeconomics 9th edition. UK: Pearson Education Limited
- Quiry, P., Dallochio, M., Fur, Y. L., Salvi, A. 2005. Corporate Finance, Theory and Practice. UK: John Wiley and Sons, Ltd



BAB 11: REGULASI DAN ETIKA BISNIS

Dr. Ir. Ririt Dwiputri Permatasari, S.T., M.SI

Institut Teknologi Batam

BAB 11

REGULASI DAN ETIKA BISNIS

A. PENDAHULUAN

Regulasi merupakan suatu peraturan yang dirancang, dirumuskan, disusun atau dibuat sedemikian rupa untuk membantu serta mengendalikan suatu kelompok masyarakat, lembaga, organisasi, dan perusahaan dengan tujuan tertentu.

Istilah regulasi banyak digunakan dalam berbagai bidang, sehingga definisinya memang cukup luas. Namun secara umum kata regulasi digunakan untuk menggambarkan suatu peraturan yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat.

Regulasi diberlakukan pada berbagai macam elemen masyarakat dan lembaga masyarakat, baik itu untuk keperluan umum maupun untuk kepentingan bisnis. Namun secara umum, istilah regulasi digunakan untuk menggambarkan suatu bentuk peraturan yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat.

Fungsi Regulasi

Enam fungsi regulasi yang secara umum dapat dirasakan oleh pihak yang mengimplementasikannya.

1. Memberikan batasan dan kendali yang lebih besar
2. Menciptakan lingkungan yang berasa damai dan tenteram
3. Melindungi hak dan kewajiban dari pihak yang merasakannya.
4. Memberikan arahan dalam bertingkah laku
5. Dapat membantu untuk mencapai tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimas. (2015, Oktober 9). *Pengertian Etika Bisnis dan Penerapannya dalam Perusahaan*. Diambil dari Dimasaja: <https://dimasaja68.wordpress.com/2015/10/09/pengertian-etika-bisnis-dan-penerapannya-dalam-perusahaan/>
- Permatasari, I. (2013, November 18). *Penerapan Etika Bisnis dalam Perusahaan*. Diambil dari Intapermatasarii: <http://intanermatasarii.blogspot.co.id/2013/1/penerapan-etika-bisnis-dalam-perusahaan.html>
- Pradadista, F. (2012, Oktober 09). *Pengertian Etika Etika Bisnis dan Penerapan Etika dalam Kehidupan Sehari-hari*. Diambil dari Fajripradadista: <http://fajripradadista.wordpress.com/2012/10/09/pengertian-etika-etika-bisnis-dan-penerapan-etika-dalam-kehidupan-sehari-hari/>
- Rahmah, L. Z. (2013, Oktober 2). *Etika dalam Bisnis*. Diambil dari Lailasoftskill: <http://lailasoftskill.blogspot.co.id/2013/10/2-etika-dalam-bisnis.html>
- Salim, M. (2013, Mei). *Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam*. Diambil dari Serba Makalah: http://serbamakalah.blogspot.co.id/2013/05/etika-bisnis-dalam-ekonomi-islam_2527.html



BAB 12: RAGAM REGULASI DAN ETIKA DALAM BISNIS

R. Suryanti Ismail, S.E., M.M

Universitas Krisen Indonesia Maluku

BAB 12

RAGAM REGULASI DAN ETIKA DALAM BISNIS

A. PENDAHULUAN

Membangun sebuah usaha dan menjadi seorang *entrepreneur* merupakan pilihan yang menarik dalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta menciptakan lapangan pekerjaan ditengah himpitan ekonomi dan pasar kerja yang terbatas. Selain itu berkembangnya ragam kebutuhan masyarakat dan juga kemajuan teknologi dan informasi serta fleksibilitas jam kerja menjadi faktor pendukung dalam memotivasi seseorang membangun usaha. Faktor penting lainnya adalah peluang usaha dan mentalitas dalam berwirausaha. Peluang usaha merupakan situasi dimana orang memiliki kemungkinan menciptakan pola pikir baru dalam rangka mengkreasikan suatu hal dan mengkombinasikan sumber daya yang dimilikinya dengan keyakinan bahwa ia akan memperoleh keuntungan terhadap apa yang diupayakan pada situasi tersebut. Peluang usaha juga merupakan salah satu kreativitas ataupun inovasi untuk dapat memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang ada (Zimmerer, 2008). Peluang usaha dapat bersumber dari perubahan yang terjadi dilingkungan sekitar, termasuk yang berkaitan dengan perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah. Berbagai regulasi menjadi sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha dikarenakan hal ini menyangkut legalitas serta keberlangsungan suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, W. (2021). *Hukum Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Arissetyanto N, d. A. (2015). *Etika Bisnis (Business Ethics) : Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor, Indonesia: IPB Press.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penrbit Kanisius.
- Griffin, R. W. (2007). *Business* (Vol. Jilid 1). Jkarta: Erlangga.
- JDIH, B. R. (2000, April 20). *Data Base Peraturan*. Dipetik Juni 2022, 2022, dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen: LN. 1999/ No. 22, TLN NO. 3821, LL SETNEG : 35 HLM
- JDIH, B. R. (2016, November 25). *Data Base Peraturan*. Dipetik Juni 14, 2022, dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016: LN. 1999/ No. 22, TLN NO. 3821, LL SETNEG : 35 HLM
- JDIH, B. R. (2018, Desember 13). *Database Peraturan*. Dipetik Juni 18, 2022, dari Peraturan Kemenko Perekonomian Nomor 11 Tahun 2017: BN.2017/NO.1794, peraturan.go.id : 35 hlm
- JDIH, B. R. (2021, Februari 2). *Data Base Peraturan*. Dipetik Juni 18, 2022, dari Peratuan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021: LN.2021/No.17, TLN No.6619, jdih.setkab.go.id : 92 hlm
- Keraf, A. S. (1998). *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius Pustaka Fillasfat.
- Kotler, P. a. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (14 ed.). New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- MEDIAKEUANGAN. (2018, Mei). Mengerek Kemudahan Bisnis. *Media Keuangan : Transparansi informasi Kebijakan Fiskal, Volume XIII, No. 128*, 5.
- Prihatminingtiyas, B. (2019). *Etika Bisnis : Suatu Pendekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. Malang, Indonesia: CV. IRDH.
- Simamora, B. (2011). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugeng, S, E. S. (2021). *Hukum Bisnis Dan Regulasi* (I ed.). (A. P. Septiani, Penyunt.) Banten: Unpam Press.

Winarso, S. d. (2020). *Pengantar Bisnis*. Serang Banten: CV. A. A. Rizki.

Zimmerer, T. W. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Edisi 5, Buku 1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.



BAB 13: KOMPETENSI UTAMA UNTUK KESUKSESAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

Anggita Tresliyana Suryana, S.P., M.Si

Badan Riset dan Inovasi Nasional

BAB 13

KOMPETENSI UTAMA UNTUK KESUKSESAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan struktur ekonomi negara Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki fungsi strategis pada pembangunan ekonomi nasional. Populasi UMKM di Indonesia merupakan pelaku usaha terbesar, berperan tinggi dalam pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja, serta dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Pada tahun 2019 jumlah UMKM sebesar 65,5 juta unit, meningkat 1,98 persen dari tahun sebelumnya.

Sayangnya walau jumlah UMKM adalah 99 persen dari total usaha di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia masih relatif rendah. Untuk keberhasilan UMKM, berbagai faktor seperti karakteristik individu dan demografis, kemampuan manajerial dan teknis, kepemimpinan wirausaha merupakan beberapa faktor penting bagi keberhasilan usaha. Atribut individu bersamaan dengan perilaku wirausaha yang dipengaruhi oleh lingkungan yang dapat memenuhi kriteria kinerja yang dirancang secara sosial, merupakan kompetensi wirausaha. Maka kompetensi seorang wirausaha sering kali dikaitkan dengan kinerja usahanya. Dengan demikian, faktor-faktor apa saja yang diperlukan agar dapat membentuk seorang wirausaha kecil dan menengah yang kompeten, sehingga dapat mendukung kinerja usaha kecil dan menengah? Pada Bab ini, akan dibahas mengenai definisi kompetensi kewirausahaan, hubungan kompetensi

DAFTAR PUSTAKA

- APFC. (2018). *Survey of Entrepreneurs and MSMEs in Indonesia: Buiding the capacity of MSMEs through human capital*. Asia Pacific Foundation of Canada.
- Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2, 51–72.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. Wiley.
- Carroll, A., & McCrackin, J. (1997). The competent use of competency-based strategies for selection and development. *Performance Improvement Quarterly*, 11, 45–63.
- Cheetham, G., & Chivers, G. (1998). The reflective (and competent) practitioner: a model of professional competence which seeks to harmonise the reflective practitioner and competence-based approaches. *Journal of European Industrial Training*, 22(7), 267–276.
- Ellstrom, P. (1997). The many meanings of occupational competence and qualification. *Journal of European Industrial Training*, 21(6/7), 266–274.
- Fauziyah, D., Nurmalina, R., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Karakteristik Peternak Melalui Kompetensi Peternak terhadap Kinerja Usaha Ternak Sapi Potong di Kabupaten Bandung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(2), 83. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.2.83-96>
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.
- Isa, M. (2011). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 159–168.
- Katz, D., & Kahn, R. (1966). *The social psychology of organizations*. John Wiley & Sons.

- Kuijpers, M. (2003). *Career development. Research regarding 'competencies'*. University of Twente.
- Le Deist, F. D., & Winterton, J. (2005). *What is competence? Human Resource Development International*. 8(1), 27–46.
- Man, T., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises. A conceptualisation with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, Vol. 17 No. 2, Pp. 123–42., 17(2), 123–142.
- Parry, S. B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(t), 48–56.
- Prakasa, Y., & Putri, Y. R. (2020). Iklim Kewirausahaan Dan Kompetensi Kewirausahaan: Upaya Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Pada Umkm Batik Tulis Bayat, Klaten). *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(2), 104. <https://doi.org/10.20961/jkb.v25i2.45166>
- Sarwoko, E., Surachman, Armanu, & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(3), 31–38. <https://doi.org/10.9790/487x-0733138>
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- Suryana, A. T., & Burhanuddin. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Agrisep*, 20(1), 117–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.1.117-128>
- Wulani, F., Lindawati, T., Putro, A. J. W. T., & Suhartatik, A. (2019). Scale Development of Entrepreneurial Competency of SME Owner in Indonesia. In *Academy of Entrepreneurship Journal* (Vol. 25, Issue 4, pp. 1–12).
- Yosa, E. (2009). *Hubungan Kompetensi Pengrajin dengan Kinerja Industri Tempe: Kasus Usaha Kecil Anggota KOPTI Kabupaten Cianjur*. Institut Pertanian Bogor.



BAB 14: BEKERJA MANDIRI

Tommy Saputra, S.E., M.M

Universitas Ibnu Sina

BAB 14

BEKERJA MANDIRI

A. PENDAHULUAN

1. Pengertian Kemandirian

Pengertian mengenai kemandirian ini mempunyai banyak penafsiran berbeda dari para ahli tetapi pada dasarnya hampir semua pendapat tersebut mempunyai persamaan. Dengan demikian dapat dikatakan tidak terdapat perbedaan yang serius karena pada hakikatnya pendapat tersebut mempunyai tujuan yang sama, hanya saja yang menyajikannya dan menginformasikan tema dari arti kemandirian itu agak berbeda.

Kemandirian adalah suatu kemampuan psikososial berupa kesanggupan untuk berani, berinisiatif dan bertanggung jawab dalam mengatasi hambatan/masalah dengan rasa percaya diri dengan tidak tergantung dengan kemampuan orang lain, serta mampu memerintah, menguasai dan menentukan dirinya sendiri tanpa pengaruh lingkungan dan bantuan orang lain.

Kemandirian adalah suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk berbuat bebas, melakukan sesuatu atas dorongan diri sendiri untuk kebutuhan sendiri, mengejar prestasi, penuh ketekunan, serta berkeinginan untuk melakukan sesuatu tanpa bantuan orang lain, mampu berpikir dan bertindak original, kreatif dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi lingkungannya, mempunyai rasa percaya diri terhadap kemampuan diri sendiri, menghargai keadaan diri sendiri, dan memperoleh kepuasan dari usahanya (Patriana, 2007).

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M dan Asrori. 2005. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chaplin, J.P. 2002. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindra Persada.
- Desmita. 2011. *Psikologi perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kartono, Kartini. 2007. *Psikologi Anak*. Bandung: Mandar Maju.
- Maryam, Siti. 2015. *Kemandirian Belajar*. Bandung: Sinar Baru.
- Nurhayati, Eti. 2011. *Bimbingan, Konseling dan Psikoterapi Inovatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Patriana, P. 2007. *Hubungan Antara Kemandirian dengan Motivasi Bekerja Sebagai Pengajar Les Privat pada Mahasiswa di Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Widayati, Vivie. 2015. *Hubungan Antara Kemandirian Diri dengan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Anggota UKM Kopma UNY*. Yogyakarta: UNY.



BAB 15: STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

Lina Aryani, S.E., M.M

UPN Veteran Jakarta, Indonesia

BAB 15

STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia. UMKM memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat karena bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan situasi ekonomi nasional. Akan tetapi, sebagian besar UMKM belum memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Padahal saat ini teknologi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan mampu menghilangkan batas-batas geografis dan batasan waktu. Selain itu UMKM juga harus mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan target pasar. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM dalam menyusun strategi pemasaran seperti konsistensi, perencanaan, strategi, target pasar, anggaran, bauran pemasaran, *branding*, promosi dan iklan, manajemen hubungan pelanggan, lokasi usaha, dan promo. Media digital yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk adalah internet, media sosial, *e-commerce*, *affiliate marketing*, *influencer/KOL*, dan *email marketing*

Kata Kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Teknologi Digital.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Sebutkan pengertian UMKM dan jelaskan pembagian kategori UMKM menurut UU no.20 Tahun 2008!
2. Apa saja peran dari UMKM yang anda ketahui? Sebutkan dan jelaskan!
3. Jelaskan tujuan dan fungsi dari strategi pemasaran pada UMKM!
4. Bagaimana langkah-langkah yang diperlukan oleh UMKM untuk menyusun strategi pemasaran yang baik?
5. Menurut anda, seberapa penting peran dari teknologi digital dalam membantu strategi pemasaran UMKM? Jelaskan!
6. Sebutkan *platform-platform* digital yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk pemasaran produk!

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Kremes Ubi" di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Gary, P. K. (2013). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 13(1). doi:10.19184/jpe.v13i1.10432
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi HUMAS*, 3(1), 1-20.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.



BAB 16: KARAKTERISTIK WIRAUSAHA YANG BERORIENTASI KE MASA DEPAN

Dr. Nahriana, M.Pd

Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

BAB 16

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA YANG BERORIENTASI KE MASA DEPAN

A. PENDAHULUAN

Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi atau memberi contoh oleh pemimpin kepada pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan organisasi (Bennis & Thomas, 2020). Cara alami untuk mempelajari kepemimpinan adalah melakukannya dalam kerja dengan praktik. Kebanyakan orang masih cenderung mengatakan bahwa pemimpin yang efektif mempunyai sifat atau ciri-ciri tertentu yang sangat penting misalnya, kharisma, pandangan ke depan, daya persuasi, dan intensitas. Dan memang, apabila kita berpikir tentang pemimpin yang heroik seperti Napoleon, Washington, Lincoln, Churchill, Sukarno, Jenderal Sudirman, dan sebagainya kita harus mengakui bahwa sifat-sifat seperti itu melekat pada diri mereka dan telah mereka manfaatkan untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

Salah satu konsekuensi logis dari pernyataan demikian ialah bahwa ciri-ciri kepemimpinan digunakan atau ditonjolkan dengan bobot dan intensitas yang berbeda. Artinya, berbagai ciri yang dimiliki oleh seorang pemimpin tidak seluruhnya digunakan secara serentak dengan tingkat penggunaan yang sama. Misalnya, seorang pimpinan yang pada dasarnya merupakan seorang pemimpin yang demokratik, dalam menghadapi situasi tertentu mungkin terpaksa menggunakan gaya yang otokratik untuk sementara. Dalam hal demikian ciri-ciri yang sesuai dengan gaya

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwilaga, R. (2018). *Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia: Teori dan Prakteknya*. Deepublish.
- Bennis, W. G., & Thomas, R. J. (2020). *Crucibles of leadership*. *Harvard business review*, 80.
- Darmadi. (2019). *Pengantar pendidikan era globalisasi: Konsep dasar, teori, strategi dan implementasi dalam pendidikan globalisasi*. An1mage.
- Fauzan, F. (2019). Kepemimpinan Kharismatik Versus Kepemimpinan Visioner. *Al'Adalah*, 22(1), 68-79.
- Hidayat, M. C., & Syam, A. R. (2019). Urgensitas perencanaan strategis dan pengelolaan sumber daya manusia madrasah era revolusi industri 4.0. *AL-ASASIYYA: Journal Of Basic Education*, 4(1), 1-13.
- Islamiati, T. S., Sofah, R., & Harlina, H. (2019). Pengembangan Media Audio Visual Layanan Klasikal Bidang Karir Pada Materi Orientasi Masa Depan Di Sma Srijaya Negara Palembang. *Jurnal Konseling Komprehensif: Kajian Teori dan Praktik Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 30-39.
- Kumara, A. R., & Lutfiyani, V. (2017). Strategi Bimbingan Dan Konseling Komprehensif Dalam Perencanaan Karir Siswa SMP. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(2).
- Luo, Y. J., Li, Y. P., Choi, J. N., & Du, J. (2020). Visionary leadership effectiveness: Moderating roles of power distance and middle-way thinking. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 48(12), 1-12.
- Mirdanda, A. (2018). *Motivasi Berprestasi & Disiplin Peserta Didik serta hubungannya dengan hasil belajar*. Yudha English Gallery.
- Nalurita, W. (2015). *Program Bimbingan Karir Berdasarkan Profil Kematangan Karir Peserta Didik: Studi deskriptif tentang program bimbingan karir di kelas VIII SMP Negeri 2 Lembang Tahun Ajaran 2014/2015* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Reivich, K. & Shatte (2002). *The resilience factor: 7 essential skills for overcoming life's inevitable obstacles*. New York: Broadway Book.

- Salamor, J. M. (2017). Hubungan antara pemberian reward dari guru dengan motivasi berprestasi siswa di SMA Kristen Halmahera Utara. *Hibualamo: Seri Ilmu-Ilmu Sosial dan Kependidikan*, 1(1), 21-29.
- Sukadji, S & Evita E. Singgih-Salim. (2001). Sukses di Perguruan Tinggi (Edisi Khusus). Depok: Psikologi Pendidikan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Susanti, R. (2016). Gambaran orientasi masa depan remaja dalam bidang pekerjaan ditinjau dari religiusitas dan motivasi berprestasi pada remaja Desa Sei Banyak Ikan Kelayang. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 109-116.
- Syahrina, I. A., & Sari, W. M. (2017). Orientasi masa depan bidang pekerjaan dengan motivasi berprestasi remaja atlet sepakbola. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 6(2), 157-168.
- Tampubolon, P. (2018). Pengorganisasian dan Kepemimpinan Kajian terhadap Fungsi-fungsi Manajemen Organisasi dalam Upaya untuk Mencapai Tujuan Organisasi. *Jurnal STINDO Profesional*, 4(3).
- Vilathuvahna, A. A., & Nugroho, T. R. (2015). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (Entrepreneurial Intentions of Trunojoyo University of Madura Students). *Agriekonomika*, 4(1), 107-119.

PROFIL PENULIS

Zandra Dwanita Widodo, S.Pd., S.E., M.M



Penulis adalah dosen tetap di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis mengajar di mata kuliah pengantar manajemen, kewirausahaan, aspek hukum dalam bisnis, manajemen perubahan perilaku organisasi, perekonomian Indonesia. Alumni S2 MM Universitas Sebelas Maret, S1 Manajemen Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, S1 Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Universitas Sebelas Maret ini selain akademisi juga merupakan praktisi sekaligus pelaku usaha industri kreatif konveksi *Zee.Screenprinting*. Ketertarikan dan tridharma penulis berfokus pada Sumber Daya Manusia, Manajemen Olahraga, UMKM, Kewirausahaan, Ekonomi Kreatif.

Hesti Umiyati, S.E., M.M



Penulis adalah Dosen Tetap di Akademi Sekretari dan Manajemen-ASM LEPI SI Tangerang Program Studi Sekretari. Magister Manajemen (S2) di bidang Manajemen Pemasaran tahun 2005, Sarjana (S1) di bidang Manajemen tahun 2003. Saat ini menjabat sebagai Ketua LPPM ASM LEPI SI (2019-2023). Pernah menjabat sebagai Direktur ASM LEPI SI (2011-2019), Sebagai Wakil Direktur 1 Bidang Akademik (2000-2011). Berbagai pelatihan dan kursus yang berkaitan dengan Sekretaris dan Manajemen telah diikuti, menjadi pengawas dan penguji kompetensi SMK di Kota dan Kabupaten Provinsi Banten dari tahun 2002 s.d. sekarang. Tahun 2010 lulus mendapatkan Sertifikat Pendidik dari Kementerian Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada bidang Studi Manajemen dan lulus sertifikasi BNSP Kompetensi Manajemen Perkantoran.

T. M. Adriansyah, S.E., M.M



Penulis saat ini adalah Dosen Tetap Yayasan pada Fakultas Bisnis Universitas Amir Hamzah di Medan sejak tahun 2003 sampai dengan sekarang dalam jabatan fungsional Lektor. Lahir di Medan, 19 Juli 1975, menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen FE-USU Medan pada tahun 1999, dan Magister Manajemen pada PPS UTIRA Jakarta pada tahun 2012. Pernah menjabat Pimpinan Cabang Medan dan Regional Sumatera pada perusahaan yang bergerak dalam bidang “*marketing event organizer*” berpusat di Jakarta pada kurun waktu tahun 2002-2005, dan saat ini menjabat sebagai Dekan Fakultas Bisnis Universitas Amir Hamzah Periode 2018-2022. Beberapa karya ilmiah buku/diktat yang pernah disusun yang bersangkutan antara lain **Dasar-dasar Bisnis dan Manajemen** (2006-Subdis Dikti Disdik Provsu), **Pasar Modal & Investasi Portofolio** (2010-Subdis Dikti Disdik Provsu), dan **Pengantar Manajemen Sumberdaya Manusia** (2019-Penulis Kedua, Perdana *Publishing*, ISBN 978-623-7160-80-9).

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



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

Acai Sudirman, S.E., M.M



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

Dr. Lis Sintha, M.M



Penulis lahir di Jakarta, pada tanggal 23 September 1964 menyelesaikan pendidikan S1 dari Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta pada tahun 1996. Dan melanjutkan Pendidikan S2 Magister Management di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “IPWIIA” di Jakarta, lulus pada tahun 2001. Program Pendidikan Doktor Ilmu Ekonomi diselesaikan pada tahun 2017 dari Universitas Padjadjaran Bandung. Saat ini sebagai dosen tetap di Fakultas Vokasi pada program studi Analisis Keuangan Universitas Kristen Indonesia di Jakarta dan aktif mengajar di beberapa perguruan tinggi di Jakarta dengan Jenjang Jabatan Akademik saat ini adalah Lektor Kepala. Mata kuliah yang diampu adalah Matematika Bisnis, Statistika Bisnis, Corporate Finance, Pengantar Akuntansi. Pelatihan-pelatihan yang diikuti yang berkaitan dengan latar belakang Pendidikan dan sesuai dengan bahan ajar tersertifikasi. Aktif melakukan penelitian dan menulis karya ilmiah yang di publikasikan pada jurnal nasional, nasional terakreditasi dan jurnal-jurnal internasional. Bersama rekan sekerja dan mahasiswa melakukan pengabdian kepada masyarakat (PKM)

yang berfokus pada bidang perbankan dan analisis keuangan. Aktif sebagai Pengurus Asosiasi Perkumpulan Dosen Vokasi Indonesia (APDOVI) dan Perkumpulan Program Diploma Keuangan dan Perbankan Indonesia (PRODIKPI). Selain itu juga menjadi anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Jawa Barat.

Dr. Marisi Butarbutar, S.E., M.M



Penulis dosen tetap pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar, sekaligus praktisi riset dibidang manajemen dan bisnis, juga sebagai Dewan Redaksi dan *Reviewer* di Jurnal Ilmiah Perguruan Tinggi dan Pemerintah Kota Pematangsiantar-Sumatera Utara. Berkolaborasi dalam menulis beberapa buku yang berhubungan dengan Manajemen. Salah Satu Pengajar di Indonesia Digital Institut. Pendidikan terakhir dari Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pasundan Bandung.

Amrin Mulia Utama, Nst., S.E., M.M



Penulis lahir di Pematang Siantar Sumatera Utara pada tanggal 1 Agustus 1974. Saat ini adalah pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area sejak tahun 2001. Dan aktif mengajarkan mata kuliah Etika Bisnis, Etika Bisnis Dan Profesi, Prilaku Keorganisasian, Kewirausahaan, Manajemen Serta Manajemen Sumber Daya Manusia. Menyelesaikan Pendidikan S1 pada tahun 2007 dan pendidikan S2 pada tahun 2000 pada STIE Tama Jagakarsa Jakarta. Selain sebagai seorang pengajar juga aktif berwirausaha

Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.Sc



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut: S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia; S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti; S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014; S2 *Advance Master Microfinance* lulus pada tahun 2015 dari *Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management*, Belgia; *Post-Graduate* dari Erasmus University Rotterdam pada tahun 2016 dengan konsentrasi *Sustainable Local Economics Development*; S3 Doktor Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi keuangan dan ekonomi syariah, lulus pada tahun 2021 dari Universitas Trisakti. Saat ini penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015. Selain itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009 s.d saat ini penulis juga masih aktif sebagai praktisi di perbankan syariah yang dirintis pada Bank Mandiri Syariah (BSM) dan sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu penulis juga aktif sebagai pengurus pada bidang kerja sama Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta.

Triana Gita Dewi, S.E., M.Sc., M.Si



Penulis lahir di Bandung-Jawa Barat pada tahun 1989. Menyelesaikan pendidikan S1 di Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor (IPB), sedangkan S2 diselesaikan melalui program *Join degree* antara Magister Sains Agribisnis, IPB dan *Sustainable International Agribusiness*, *Goettingen University* pada tahun 2014. Pada tahun 2014, Penulis menjadi staf pengajar di Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen (FEM), IPB. Beberapa mata kuliah yang diasuh

antara lain Perencanaan Bisnis, Studi Kelayakan Bisnis dan Ekonomi Manajerial. Selain mengajar, penulis aktif melakukan penelitian yang terkait dengan Agribisnis diantaranya: *Comparative Analysis of Inputs Role on Production in Smallholder Rubber and Oil Palm Plantation*, *The Financial Feasibility of Coffee Farm Technologies in Lampung Province*, *Financial Comparison of Rubber and Oil Palm Smallholders in Batanghari, Jambi, Indonesia* dan *Farm Profitability and Resource Use in Rubber and Oil Palm Smallholders of Batang Hari, Jambi, Indonesia*. Penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan seminar, menjadi narasumber dan asosiasi agribisnis Indonesia.

Dr. Ir. Ririt Dwiputri Permatasari, S.T., M.SI



Penulis kelahiran Bojonegoro, 05 Oktober 1981 ini merupakan dosen tetap Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Batam. Anak kedua dari pasangan Sudjak Adibubroto dan Tien Kartiningsih ini menyelesaikan pendidikan S-1 di Sekolah Tinggi manajemen dan Informatika-STMik BANDUNG (2004), S-2 di Sekolah Tinggi Manajemen dan Informatika-STMik Putra Batam (2012), dan S-3 di Universitas Negeri Padang (2020) serta Program Profesi Insinyur di Universitas Andalas (2021). Mata kuliah yang diampuh antara lain Perancangan Sistem Informasi, Rekayasa Perangkat Lunak, Strategi Sistem Informasi dan Teknologi Informasi, Etika dan Profesi, Sistem Pendukung Keputusan, Audit Sistem Informasi dan Proyek Sistem Informasi. Bidang penelitian yang ditekuninya diantaranya seperti: Sistem Informasi Geografis, sistem Informasi, Digital Sistem, *Enterprise* Sistem, Analisis Data dan Sistem informasi Manajemen Bisnis. Selain aktif menulis dan publikasi penelitian-penelitian sesuai bidang yang ditekuni, penulis juga aktif sebagai *reviewer* berbagai jurnal nasional dan aktif sebagai pengurus organisasi profesi diantaranya sebagai pengurus Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer (APTikOM) Wilayah Kepulauan Riau periode 2022-2026, Pengurus Wilayah Persatuan Insinyur Indonesia (Pii) Kepulauan Riau periode 2022-2025. Email Penulis: [dwiputrielsudjai@gmail.com/](mailto:dwiputrielsudjai@gmail.com)

R. Suryanti Ismail, S.E., M.M



Penulis menekuni bidang ilmu ekonomi dan bisnis sejak duduk di bangku pendidikan Sekolah Menengah Ekonomi Atas (SMEA) Negeri 2 Ambon Jurusan Akuntansi pada tahun 1993. Ketertarikan ini terus bertambah ketika melanjutkan studi jenjang sarjana pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIDAR Ambon dan berhasil lulus pada tahun 2001. Penulis kemudian melanjutkan studi Strata Dua (S2) pada Program Pascasarjana Ekonomi Manajemen pada Universitas Brawijaya Malang dan lulus pada tahun 2009. Menjalani tugas sebagai dosen *professional* pada Lembaga Layanan Dikti XII yang dipekerjakan pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku, penulis melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai tugas pokok dan juga aktif dalam kegiatan lainnya yang berkaitan dengan bidang ilmu yang digeluti. Diantaranya adalah terlibat dalam forum-forum kajian ilmiah. Selain tugas utama dan tugas tambahan yang diemban pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku, Saat ini penulis juga tergabung sebagai pengurus Ikatan Sarjana Ekonomi (ISEI) Provinsi Maluku periode 2019-2022 dan pengurus wilayah Masyarakat Ekonomi Syariah Maluku periode 1441-1444 H. Atas dedikasi dan loyalitasnya dalam bekerja, penulis telah menerima penghargaan Satyalancana Karya Satya X tahun dari Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 2017.

Anggita Tresliyana Suryana, S.P., M.Si



Penulis lahir di Bogor pada tahun 1981. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Pertanian IPB pada tahun 2003, dan langsung bekerja di Kementerian Pertanian. Kemudian penulis mendapatkan Beasiswa Badan Litbang Pertanian pada jenjang S2 Magister Sains Agribisnis IPB. Setelah lulus pada tahun 2014, setahun kemudian penulis diangkat menjadi peneliti Badan Litbang Pertanian. Pada tahun 2016 penulis diangkat menjadi pejabat struktural hingga tahun 2019. Kemudian sejak tahun 2019 penulis melanjutkan studi Program Doktorat pada program studi Ilmu Ekonomi

Pertanian IPB melalui Beasiswa Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2022 penulis menjadi peneliti pada Badan Riset dan Inovasi Nasional. Penulis aktif melakukan berbagai penelitian yang terkait dengan sosial ekonomi pertanian, dan telah menerbitkan berbagai tulisan terkait kewirausahaan, agribisnis, dan ekonomi pertanian di Jurnal Ilmiah dan *Prosiding*, maupun Buku. Artikel yang berhubungan dengan kewirausahaan diantaranya: Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris. Penulis juga merupakan salah satu kontributor pada buku Kewirausahaan Dasar, pada bab Karakteristik Wirausaha. Penulis dapat dihubungi melalui email: tresliyana@gmail.com

Tommy Saputra, S.E., M.M



Penulis kelahiran Rengat (Riau) 30 Juni 1978 ini merupakan dosen tetap Program Studi Teknik Industri Universitas Ibnu Sina. Anak ketiga dari pasangan Syafwan Rasyid (Alm) dan Hj. Salawati (Almh) ini menyelesaikan pendidikan S-1 di Universitas Teknologi Yogyakarta (2004) dan S-2 di STIE Gotong Royong (2017). Mata kuliah yang diampu antara lain

Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran, Organisasi dan Manajemen Perusahaan dan Manajemen Umum. Bidang penelitian yang ditekuninya di antaranya seperti: Manajemen Pemasaran dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

Email Penulis: tommyw4fi@gmail.com

Lina Aryani, S.E., M.M



Penulis adalah seorang akademisi dan dosen di Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Beliau lahir di Palembang, 23 November 1959. Beliau menempuh Pendidikan S-1 di Universitas Islam Jakarta dengan program studi Manajemen, dan kemudian melanjutkan Pendidikan S-2 di Universitas Tama Jagakarsa dengan program studi Manajemen. Beberapa mata kuliah yang beliau ajar diantaranya adalah

Pengantar Manajemen Pemasaran, Manajemen Pemasaran Lanjutan, Pengantar Bisnis, dan Manajemen Hubungan Pelanggan. *Workshop* yang pernah diikuti *Certified International Sales Management Associate* (2016). Selain mengajar penulis juga menyusun buku antara lain, Modul Pengantar Bisnis, ISBN 978-602-274-027-8.

Dr. Nahriana, M.Pd



Penulis lahir di Masewali Soppeng, 1 November 1961. Lulus S1 Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Konsentrasi Tata Boga pada Tahun 1985, Fakultas Teknik, IKIP U.P yang sekarang ini dikenal dengan Universitas Negeri Makassar, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Program Pascasarjana, IKIP Yogyakarta dan lulus pada Tahun 1998. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Kejuruan Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Sekretaris KPRI Universitas Negeri Makassar. Email: nahriana@unm.ac.id

Pengetahuan berwirausaha kiranya perlu dikuasai oleh seluruh kalangan yang ingin maju dan berkembang agar wawasan dalam menggali kemampuan diri dapat terkelola dengan baik. Prinsip-prinsip umum dalam berwirausaha perlu diketahui agar mereka siap setiap saat memberdayakan kesempatan mereka untuk melangkah maju. Peran berwirausaha menjadi hal yang diapresiasi oleh Pemerintah sebagai bagian dalam mendukung kemajuan ekonomi di sektor riil, yang tentunya akan berperan dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Dalam beberapa tahun terakhir ini, timbul kesadaran bahwa pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat tidak terlepas dari tangan dingin para wirausahawan orang-orang yang dinamis dan yang berkomitmen untuk meraih kesuksesan dengan menciptakan serta memasarkan berbagai produk dan jasa baru yang inovatif dan yang berfokus pada pelanggan. Wirausahawan telah menjadi penggerak utama dalam perekonomian global dan berjuang keras untuk membuat dunia ini menjadi tempat tinggal yang baik.

Buku kewirausahaan dan manajemen usaha kecil ini menjelaskan secara praktis dan langsung bagaimana merintis usaha baru dan menjadi wirausahawan yang sukses. Topik-topik aktual yang berkaitan dengan dunia wirausahawan yang sukses. Topik-topik aktual yang berkaitan dengan dunia wirausaha dan usaha kecil menengah (UKM) dibahas secara lengkap dalam buku ini, seperti analisis kelayakan dan rencana bisnis, waralaba, perdagangan elektronik (*e-commerce*), serta etika. Di samping itu, buku ini juga kaya dengan berbagai contoh dan kasus aktual yang akan memperlihatkan pentingnya pengambilan keputusan dalam dunia kewirausahaan. Kiranya dapat memberi masukan bagi para pengambil keputusan, apa saja fasilitas yang diberikan kepada para pelaku UKM dalam mendukung perekonomian nasional mereka, sekaligus sebagai wacana jika fasilitas yang sama dapat diberikan kepada para pelaku bisnis kecil di dalam negeri.

Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil