Sri Sarjana
Aprilina Susandini
Zul Azmi
Kania Ratnasari
Luhgiatno
Henny Noviany
Lis Setyowati

MANAJEMEN UMKM

(Konsep dan Strategi di Era Digital)

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

MANAJEMEN UMKM

(Konsep dan Strategi di Era Digital)

UMKM merupakan suatu usaha yang memiliki jumlah personel karyawan dalam ukuran tertentu. UMKM memainkan konsep penting dalam pengembangan perekonomian modern yang memiliki sistem inovatif dan menarik. Jumlah karyawan dalam pengembangan UMKM memiliki jumlah yang bervariasi dari suatu jenis industri ke jenis industri lainnya. Selain itu, UMKM menciptakan kondisi pasar yang kompetitif yang mengarah pada tingkat kepuasan konsumen yang lebih baik. UMKM berkontribusi dalam memasok kegiatan tertentu untuk membantu perusahaan besar dengan cara memproduksi barang dan jasa secara efisien. Fitur lainnya dalam pengembangan UMKM adalah pentingnya fokus pada proses yang inovatif, teknologi maupun manajemen. Dengan demikian, UMKM mampu membantu dalam mendorong peningkatan PDB dan meningkatkan ekspor nasional serta dapat berperan dalam menjaga stabilitas sosial politik di suatu negara.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

Bab 1 Konsep dasar manajemen dan UMKM
Bab 2 Bentuk Badan Usaha UMKM
Bab 3 Implementasi Fungsi Manajemen di UMKM
Bab 4 Perkembangan UMKM di Indonesia
Bab 5 Perencanaan dan keputusan strategis UMKM
Bab 6 Mengelola sumber daya manusia
Bab 7 Mengelola aspek produksi UMKM
Bab 8 Mengelola aspek keuangan UMKM
Bab 9 Mengelola aspek pemasaran UMKM
Bab 10 Strategi pemasaran UMKM
Bab 11 Manajemen Inovasi UMKM
Bab 12 Keunggulan kompetitif UMKM
Bab 13 Teknologi Informasi UMKM
Bab 14 Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM

eureka media aksara
Anggota IKAPI No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

EC002022108343

ISBN 978-623-487-442-6
9 786234 874426

MANAJEMEN UMKM
(Konsep dan Strategi di Era Digital)

Sri Sarjana
Aprilina Susandini
Zul Azmi
Kania Ratnasari
Luhgiatno
Henny Noviany
Lis Setyowati

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

MANAJEMEN UMKM
(Konsep dan Strategi di Era Digital)

Penulis : **Sri Sarjana**
Aprilina Susandini
Zul Azmi
Kania Ratnasari
Luhgiatno
Henny Noviany
Lis Setyowati

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

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-487-442-6
No. HKI : EC002022108343

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Manajemen UMKM (Konsep dan Strategi di Era Digital).

Pembahasan dalam buku ini meliputi Konsep dasar manajemen dan UMKM, Bentuk Badan Usaha UMKM, Implementasi Fungsi Manajemen di UMKM, Perkembangan UMKM di Indonesia, Perencanaan dan keputusan strategis UMKM, Mengelola sumber daya manusia, Mengelola aspek produksi UMKM, Mengelola aspek keuangan UMKM, Mengelola aspek pemasaran UMKM, Strategi pemasaran UMKM, Manajemen Inovasi UMKM, Keunggulan kompetitif UMKM, Teknologi Informasi UMKM, dan Pemanfaatan *digital marketing* bagi UMKM.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami konsep serta strategi Manajemen UMKM, sehingga mereka dapat mengaplikasikan ilmunya. Penulis merasa bahwa Buku Manajemen UMKM (Konsep dan Strategi di Era Digital) ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Penulis, Nopember 2022

“Saya tidak mempunyai bakat khusus, saya hanya sangat ingin tahu”_**Albert Einstein**

"Kesetaraan adalah faktor kunci kemajuan ekonomi nasional suatu bangsa. Saya adalah orang yang tidak suka mendikotomikan pengusaha besar dan kecil. Oleh karena itu, harus ada kesetaraan, dimana akan terjadi linkage antara perusahaan besar dan UMKM"_**Sandiaga Uno**

“Memulai perlu keberanian, Membesarkan perlu ilmu, itulah kuncinya dalam Bisnis”_**Ippho Santosa**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **x**
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN DAN UMKM **1**
A. Pendahuluan 1
B. Arah Pengembangan UMKM 5
C. Kontribusi UMKM Dalam Pembangunan Ekonomi 6
D. Kelebihan Dan Kekurangan UMKM 8
E. Peran Penting UMKM Dalam Perekonomian 13
F. Peran UMKM Di Negara Berkembang 16
BAB 2 BENTUK BADAN USAHA UMKM **20**
A. Pendahuluan 20
B. Definisi UMKM 21
C. Bentuk Badan Usaha UMKM 21
BAB 3 IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN DI UMKM **37**
A. Pendahuluan 37
B. Proses Perencanaan di UMKM 38
C. Pengorganisasian di UMKM 41
D. Fungsi *Leading* di UMKM 43
E. Fungsi *Controlling* di UMKM 45
BAB 4 PERKEMBANGAN UMKM DI INDONESIA **49**
A. Perjalanan UMKM 49
B. Kontribusi UMKM pada Ekonomi Nasional 51
C. Pembangunan UMKM 53
D. UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 58
BAB 5 PERENCANAAN DAN KEPUTUSAN STRATEGIS UMKM **62**
A. Perencanaan 62
B. Perencanaan Strategis dan Manajemen Strategis 63

C. Perencanaan Strategis 64
D. Pendekatan Perencanaan Strategis 67
E. Tahapan Proses Perencanaan Strategis 68
F. Keputusan Strategis 75
G. Karakteristik Keputusan Strategis 79
BAB 6 MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA DI UMKM 82
A. Pendahuluan 82
B. Keunikan Pengelolaan SDM di UMKM 84
C. Mengelola Sistem Administrasi SDM 94
BAB 7 MENGELOLA ASPEK PRODUKSI UMKM 95
A. Pendahuluan 95
B. Definisi UMKM dan Ruang Lingkupnya 96
C. Pentingnya Proses Produksi 98
D. Pengertian Pemetaan Proses Produksi 99
E. Penyusunan Pemetaan Proses Produksi 101
F. Pentingnya Perencanaan Produksi 103
G. Perencanaan Produksi 104
H. Penyusunan Jadwal Rencana Produksi 105
BAB 8 MENGELOLA ASPEK KEUANGAN UMKM 106
A. Pendahuluan 106
B. Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan 107
C. Aspek Keuangan 109
D. Perilaku Manajemen Keuangan 110
E. Mengelola Aspek Keuangan Dalam UMKM 111
F. Mengatur Keuangan UMKM 113
BAB 9 MENGELOLA ASPEK PEMASARAN UMKM 115
A. Pendahuluan 115
B. Aspek Pemasaran 115
C. Tujuan Analisis Pemasaran 116

BAB 10 STRATEGI PEMASARAN UMKM 122
A. Pendahuluan 122
B. Strategi Pemasaran..... 124
C. Strategi Pemasaran Dan Bauran Pemasaran 127
D. Tujuan Strategi Pemasaran 129
E. Klasifikasi Strategi Pemasaran Berdasarkan Tipenya 131
F. Penerapan Strategi Pemasaran 131
G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran 132
H. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM 133
I. Langkah-Langkah Efektif Strategi Pemasaran Bagi UMKM 134
J. Faktor-Faktor Yang Menghambat Strategi Pemasaran Pada UMKM 138
K. Upaya Mengatasi Faktor-Faktor Penghambat Strategi Pemasaran UMKM 139
BAB 11 MANAJEMEN INOVASI DI UMKM 141
A. Pendahuluan 141
B. Konsep Manajemen Inovasi..... 144
C. Dimensi Penilaian Inovasi di UMKM 145
D. Manfaat dan Tujuan Manajemen Inovasi di UMKM..... 148
E. Proses Manajemen Inovasi di UMKM 151
BAB 12 KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM 153
A. Pendahuluan 153
B. Keunggulan Kompetitif UMKM..... 156
C. Kewirausahaan dan Pembelajaran UMKM..... 159
D. Produktivitas dan Keunggulan Kompetitif 162
E. Agen Perubahan Pengembangan UMKM 164
F. Keberlanjutan Keunggulan Kompetitif UMKM..... 167

BAB 13 TEKNOLOGI INFORMASI UMKM 175
A. Pendahuluan 175
B. Pengertian Teknologi Informasi 175
C. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi ...179
D. Peran Teknologi Informasi Bagi UMKM 181
BAB 14 KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM 186
A. Pendahuluan 186
B. Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia 189
C. Digital Marketing.....190
D. Peran Digital Marketing Dalam UMKM 197
DAFTAR PUSTAKA..... 201
TENTANG PENULIS 216
TENTANG EDITOR..... 222

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kriteria UMKM 3
Gambar 3. 1 Hubungan Perencanaan – Controlling.....46
Gambar 4. 1 Penetrasi Internet UMKM Menurut Sektor 60
Gambar 7. 1 Perkembangan Jumlah UMKM Di Indonesia.....97
Gambar 14. 1 Perkembangan Jumlah UMKM di Dunia.....186
Gambar 14. 2 Konsep *Digital Marketing* 191
Gambar 14. 3 Aktivitas Belanja Online 193
Gambar 14. 4 Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 195

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Perusahaan Besar dan Kecil 10

Tabel 4. 1 Perkembangan data UMKM & Usaha Besar 2016-2019..... 50

Tabel 4. 2 Perkembangan Kenaikan Jumlah Tenaga Kerja UMKM dan Usaha Besar tahun 2016-2019 52

Tabel 4. 3 Total PDB dari UMKM dan Usaha Besar..... 56

Tabel 4. 4 Bantuan Pemerintah Indonesia Kepada UMKM Sebagai Respon Terhadap Pandemi 59

Tabel 7. 1 Kriteria UMKM Berdasarkan Modal Usaha di luar Tanah dan Bangunan Tempat Usaha 98

BAB 1

KONSEP DASAR MANAJEMEN DAN UMKM

A. Pendahuluan

Konsep dasar manajemen sudah banyak dijelaskan oleh para ahli diantaranya yang dikembangkan oleh Griffin (2006) dimana manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Manajemen adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan pekerjaan secara bersama-sama atau melibatkan orang lain guna mencapai tujuan bersama (Ismail et al., 2022). Manajemen adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mengarahkan dan mengawasi berbagai aktivitas pekerjaan guna mencapai hasil yang diinginkan (Niar et al., 2022). Proses manajemen dapat dilakukan dengan mengkoordinasikan berbagai sumber daya menggunakan proses *planning, organizing, implementing, controlling, evaluating* dan *developing* dalam mencapai tujuan yang ditetapkan (Hasan et al., 2022).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan upaya penerapan konsep manajemen pada perusahaan kecil dengan tenaga kerja dan perputaran keuangan yang terbatas. UMKM dapat didefinisikan secara berbeda berdasarkan jumlah karyawan dan berdasarkan nilai investasi. Jika usaha mikro kecil dan menengah terlibat

BAB 2

BENTUK BADAN USAHA UMKM

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah yang kemudian disingkat UMKM bukan menjadi suatu hal yang asing dalam masyarakat. Di setiap daerah sudah pasti tersebar unit usaha yang tergolong pada UMKM. Aktivitas-aktivitas UMKM merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari karena menyangkut pemenuhan kebutuhan masyarakat yakni aktivitas perekonomian dan perdagangan.

Keberadaan UMKM dalam suatu negara memiliki peranan yang sangat penting. Adanya UMKM dapat menambah ketersediaan lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan dalam bidang perekonomian secara lebih luas kepada masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mewujudkan stabilitas nasional. Sebagai pilar utama dalam ekonomi nasional, UMKM perlu mendapatkan perlindungan dan dukungan yang sebesar-besarnya agar mampu untuk terus berkembang.

Upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuh kembangkan UMKM dapat dilakukan melalui kerjasama antara pihak pemerintah pusat, pemerintah daerah, masyarakat, dan dunia usaha. Dalam upaya mendukung

BAB 3

IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN DI UMKM

A. Pendahuluan

Apa yang dilakukan seorang manajer untuk memastikan segala sesuatu dapat berjalan baik mencapai tujuan dan sasaran organisasi? Manajer tentunya melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yaitu merencanakan, mengorganisir, mengkordinasikan, dan mengendalikan. Merencanakan yaitu menetapkan tujuan dan memutuskan bagaimana mencapainya. Sedangkan mengorganisir maksudnya mengatur tugas, orang, dan sumber daya lain untuk menyelesaikan pekerjaan. Mengkordinasikan maksudnya memotivasi, mengarahkan, dan sebaliknya mempengaruhi orang untuk bekerja keras untuk mencapai tujuan organisasi. Dan mengendalikan berarti sebagai pemantauan kinerja, membandingkannya dengan tujuan, dan mengambil tindakan korektif sesuai kebutuhan (Kinicki & Soignet, 2022).

Dari perspektif manajemen, dalam rangka mengidentifikasi pekerjaan yang cocok dengan peran seorang pemimpin dan seorang manajer maka manajer akan melakukan hal-hal dengan benar, sedangkan seorang pemimpin melakukan hal yang benar. Seorang manajer akan melakukan fungsi manajemen umum yaitu merencanakan, mengorganisir, mengarahkan dan

BAB 4

PERKEMBANGAN UMKM DI INDONESIA

A. Perjalanan UMKM

Dokumentasi keberadaan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) barangkali belum terdokumentasi rapi, namun karakteristik usaha kecil dan menengah tentu saja telah ada sejak lama. Urgensi peran usaha kecil ini tampak pada Keppres Nomor 58 Tahun 1993, yang menjelasakan adanya perubahan nama Departemen Koperasi menjadi Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil. Pada departemen ini terdapat tugas tambahan baru yaitu membina Pengusaha Kecil, selain tentu saja perkoperasian. Pada tahun 2000, melalui keppres nomor 175 mengenai susunan organisasi Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, tampak upaya pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah untuk tumbuh dan berkembang semakin jelas. Fokus pemerintah dalam rangka mengembangkan usaha kecil dan menengah diperkuat setelah adanya perpress nomor 62 tahun 2015 mengenai Kementerian koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008, peran pemerintah dan pemerintah daerah adalah menumbuhkan iklim usaha dengan mengatur regulasi yang mencakup pendanaan, sarana-dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan.

BAB 5

PERENCANAAN DAN KEPUTUSAN STRATEGIS UMKM

A. Perencanaan

Perencanaan adalah salah satu fungsi dari manajemen yang mana harus dilaksanakan oleh sebuah organisasi, perusahaan ataupun UMKM, disambung dengan fungsi - fungsi lainnya yaitu pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Perencanaan dianggap sebagai salah satu fungsi manajemen yang krusial dan memiliki hubungan yang kuat dengan fungsi - fungsi manajemen lainnya. Hal tersebut terjadi karena perencanaan memiliki sifat yang menyeluruh baik itu sebagai petunjuk maupun sebagai pedoman untuk dapat melakukan berbagai kegiatan organisasi, perusahaan ataupun UMKM (Rusniati and Haq, 2014). Adapun dalam manajemen, sebuah perencanaan adalah proses menggambarkan tujuan dari UMKM atau perusahaan, lalu menyusun berbagai strategi guna meraih tujuan tersebut kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengembangan terhadap rencana kegiatan kerja. Sebelum melakukan kegiatan kerja, di awal harus diputuskan apa saja yang akan dilakukan, lalu bagaimana cara melakukannya, dilanjutkan kapan dan dengan siapa akan dilakukannya. Adapun dari semua hasil pertanyaan-pertanyaan tersebut akan berakhir kepada penetapan target sasaran yang akan

BAB 6

MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA DI UMKM

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang berkontribusi besar dalam sistem ekonomi. Peran UMKM sangat penting sebagai salah satu pilar penopang perekonomian bangsa. Pengelolaan UMKM harus berkualitas, baik dari segi produknya maupun sumber daya manusianya. UMKM tidak boleh mengesampingkan peran sumber daya manusia (SDM) baik secara kualitas maupun kuantitas. Kontribusi SDM yang baik akan berdampak bagi kesuksesan usaha perusahaan untuk lebih mampu bersaing. Jika UMKM mampu bersaing maka keberlangsungan usahanya akan lebih terjamin. Mengingat pentingnya peran SDM dalam pengelolaan UMKM maka usaha membangun SDM yang berkualitas perlu dilakukan. Sangat dibutuhkan langkah yang tepat dan terencana dalam memanajemen SDM.

Cara pengelolaan SDM dapat berbeda antara UMKM satu dengan UMKM yang lain atau antara entitas yang satu dengan entitas yang lainnya. Pengelolaan yang berbeda ini dipengaruhi oleh adanya perbedaan visi, misi, tujuan perusahaan, bentuk perusahaan, budaya perusahaan, ukuran perusahaan, jenis usaha, peraturan pemerintah/daerah, dan sarana/prasarana perusahaan.

BAB 7

MENGELOLA ASPEK PRODUKSI UMKM

A. Pendahuluan

Instrumen kunci dari suatu pembangunan terletak pada perencanaan. Perencanaan merupakan pilar utama bagi implementasi kegiatan dan perencanaan yang baik adalah elemen berbagai indikator yang akan dikontrol, sebuah rencana yang baik harus mengakomodasi keseluruhan komponen yang saling terkait sehingga tercipta integrasi seluruh kekuatan dan peluang. Perencanaan pembangunan ekonomi di daerah menjadi sebuah kebutuhan yang absolut karena terkait dengan pengalokasian faktor-faktor produksi diantara daerah dan sektor-sektor ekonomi.

Faktor-faktor produksi akan bergerak antar daerah berdasarkan mekanisme pasar dan mendorong sektor-sektor ekonomi untuk tumbuh dengan cepat. Problem dari pembangunan ekonomi daerah adalah berkenaan dengan ketersediaan sumber daya atau faktor produksi beserta alokasi distribusi dalam kaitannya dengan daerah lain, hal ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi daerah difokuskan pada rencana pengembangan sumber daya lokal untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya dan permintaan daerah-daerah lain yang berkaitan dengannya oleh karenanya perlu dilakukan terobosan yang fundamental salah satunya adalah memberdayakan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

BAB 8

MENGELOLA ASPEK KEUANGAN UMKM

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia bersama dengan koperasi. Hal ini terlihat dari bukti yang jelas bahwa di tengah krisis global 2008, sebagian besar UMKM di Indonesia tidak mengalami krisis. Perkembangan usaha kecil dan menengah semakin meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan UMKM hanya bisa dilihat dari angka. Secara umum, sangat sedikit UMKM yang berkembang dalam hal kinerja keuangan, khususnya keuangan. Hal ini tidak lepas dari ketidaktahuan *stakeholders* UMKM akan pentingnya pengelolaan keuangan perusahaan. Manajemen keuangan merupakan aspek penting bagi kemajuan perusahaan. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui akuntansi. Akuntansi adalah proses sistematis yang menghasilkan informasi data keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengguna.

Akuntansi sangat diperlukan bagi UMKM selama masih menggunakan uang sebagai alat tukar. Akuntansi harus memberikan informasi kepada pemangku kepentingan UMKM sebagai berikut: (1) UMKM dapat mengetahui kinerja keuangan perusahaan; (2) UMKM

BAB 9

MENGELOLA ASPEK PEMASARAN UMKM

A. Pendahuluan

Pemasaran adalah kunci keberhasilan bisnis apa pun, jadi memimpin organisasi atau tim pemasaran yang hebat sangat penting. Apalagi dunia pemasaran juga sangat dinamis, membutuhkan inovasi dan terobosan baru. Selain kebutuhan pasar, strategi pemasaran pesaing juga mempengaruhi dunia pemasaran. Oleh karena itu, pengelolaan tim pemasaran harus selalu dilakukan, mulai dari prosedur yang dilakukan hingga uraian tugas setiap orang dan detail lainnya. Kata kunci dalam mengelola organisasi pemasaran adalah etos kerja dalam organisasi yang selalu didorong oleh kebutuhan akan perubahan. Menanggapi lingkungan pasar yang selalu berubah. Suka atau tidak, tim pemasaran harus siap menangani perubahan ini (Sulastri, 2016).

B. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana baik individu maupun kelompok bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan atau butuhkan dengan cara mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Beberapa hal yang paling penting untuk dianalisis dari sisi pemasaran (Yanuar, 2016), adalah:

BAB 10

STRATEGI PEMASARAN UMKM

A. Pendahuluan

Perubahan yang terjadi pada masa industri 4.0 membawa dampak yang signifikan bagi kebutuhan masyarakat yang mana juga semakin tinggi. Perubahan yang signifikan tersebut adalah bidang teknologi dan bidang ekonomi. Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan diIndonesia yang memiliki kontribusi cukup tinggi untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan salah satu tempat untuk masyarakat bisa memenuhi kebutuhannya tersebut. Adanya pandemi Covid 19 yang melanda Indonesia membuat beberapa sektor usaha menurun. Adapun masyarakat yang pada akhirnya banyak yang berpindah tujuan ke arah sektor UMKM dimana sektor tersebut melalui daya kreativitas dan inovasi yang tinggi dianggap cukup menjanjikan secara finansial. Masyarakat yang berpindah pekerjaan mulai melakukan penjualan produk – produk UMKM seperti misalnya makanan dan minuman, pakaian, juga hasil-hasil pertanian yang mana selanjutnya membuat munculnya persaingan yang cukup ketat di sektor UMKM.

BAB 11

MANAJEMEN INOVASI DI UMKM

A. Pendahuluan

Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/ atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Manajemen Inovasi adalah serangkaian aktivitas dalam mendorong dan mengelola inovasi (Kemenristekdikti, 2019). Inovasi merupakan konsep yang terus berkembang dari waktu ke waktu, tren dari keberhasilan pada masa sekarang merupakan indikasi dari terwujudnya dampak inovasi. Inovasi memberikan dampak terhadap organisasi maupun kreativitas dimana inovasi berasal, baik perorangan maupun organisasi, sehingga banyak organisasi atau perusahaan menciptakan situasi agar inovasi dalam organisasi selalu tercipta (Luhgiatno, 2020). Inovasi didefinisikan sebagai suatu gagasan baru (*novelty*) yang diterapkan untuk memperbaiki suatu produk/jasa dan proses (Robbins and Judge, 2015). Inovasi penting bagi organisasi/perusahaan agar mampu terus bersaing dan sukses dalam mencapai tujuan (Smith and Tushman, 2005), karena persaingan yang dihadapi saat ini atau masa yang akan datang semakin ketat di pasar, dan ancaman yang terjadi terus menerus bertambah dengan adanya pesaing-pesaing baru.

BAB 12

KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM

A. Pendahuluan

Konsep yang dikembangkan dalam kajian ini berkaitan dengan cara bagaimana usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mampu menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Berbagai pihak perlu memanfaatkan pengetahuan untuk membantu memberikan pemahaman yang lebih baik mengapa keunggulan kompetitif penting bagi UMKM serta penting untuk meningkatkan pemahaman terkait mekanisme dimana pemilik atau manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kajian yang dikembangkan merupakan upaya untuk mengkonseptualisasikan beberapa faktor kunci dalam pengembangan UMKM seperti manajemen sumber daya manusia dan manajemen inovasi yang berkontribusi pada penguatan daya saing organisasi. Teori yang mendasari kajian ini dimana banyak konsep yang diterapkan seperti manajemen sumber daya manusia, manajemen strategis dan manajemen rantai pasokan relevan dengan pemilik atau manajemen yang berusaha meningkatkan daya saing perusahaan. Meskipun sifat manajemen strategis atau manajemen rantai pasokan memiliki peran berbeda dalam pengembangan UMKM dibandingkan dengan apabila diterapkan pada perusahaan besar karena memiliki sumber daya yang relatif lengkap.

BAB 13

TEKNOLOGI INFORMASI UMKM

A. Pendahuluan

Teknologi informasi merupakan suatu hal yang memiliki posisi *urgent* pada era ini. Hampir sebagian besar kebutuhan atau kegiatan sehari-hari memerlukan peran teknologi informasi. Dengan adanya teknologi informasi, banyak manfaat yang bisa diperoleh seperti kemudahan akses dalam proses komunikasi, kemudahan mengakses informasi, perdagangan secara elektronik, kemudahan bekerja secara daring, meminimalisir penggunaan kertas dan tinta, dan masih banyak manfaat lainnya.

Selain karena manfaat yang telah disebutkan sebelumnya, penggunaan teknologi informasi juga menjadi sangat penting karena tekanan dari persaingan bisnis dan tugas manajemen yang semakin kompleks. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang memadai terkait teknologi informasi supaya manusia bisa lebih memahami dan memanfaatkan fungsi dari teknologi informasi secara efektif dan efisien dalam kehidupan seharI-harinya.

B. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi merupakan metode ilmiah yang digunakan guna mencapai tujuan praktis ilmu pengetahuan terapan (Lubis and Safii, 2018). Teknologi juga dapat

BAB 14

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM

A. Pendahuluan

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih mengganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM juga memanfatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensial di suatu daerah `yang belum diolah secara komersial.

Gambar 14. 1 Perkembangan Jumlah UMKM di Dunia

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2020.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, R. *et al.* (2021) 'Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa Ditengah Pandemic Covid-19', *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp. 76–80. Available at: https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455.

Ahmad, G. N. 2018. Manajemen Operasi. Jakarta: Bumi Aksara.

Al-Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, *9*(1), 73–84.

Alford, P., & P., S. J., 2015, Marketing Technology for Adoption by Small Business, The Service Industries Journal, vol 35, vol 11–12.

Anggraeni, D. B. (2015) 'Pengaruh Tingkat Literasi keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan', *Jurnal Vokasi Indonesia*, 3(1), pp. 22–30.

Ariani & Utomo, M.N. (2017). Kajian Strategis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. Jurnal Organisasi dan Manajemen, 13 (2), 99-118.

Arianto, B., (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19, ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis, no 2, vol 6.

Arifen, S.R. *et al.* (2019) 'Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), pp. 1–7.

Ari Maya Sari, N. and Dwirandra, A. (2015) 'Pengaruh Kepribadian Wirausaha Dan Pengetahuan Akuntansi Pada Penggunaan Informasi Akuntansi Dalam Pembuatan Keputusan Investasi', *E-Jurnal Akuntansi*,

11(1), pp. 303–319.

Arman, Y. (2008). Perencanaan dan Pengendalian Produksi, Edisi Pertama Cetakan Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Astiti, S. O., & Rahardjo, B. (2022). Analisis Keunggulan Kompetitif UMKM Dimasa Pandemi Covid-19. *Management and Sustainable Development Journal*, *4*(1), 46–59. https://doi.org/10.46229/msdj.v4i1.295

Ayyun, Q. (2011) 'Penilaian Kinerja (Performance Appraisal) pada Karyawan di Perusahaan', *Majalah Ilmiah Informatika*, 2(3), pp. 74–88.

Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM sebagai Katalis Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal:* Economics and Development Analysis, 1(1), 75–86.

Canavan, O., Henchion, M., & O'Reilly, S. (2007). The use of the internet as a marketing channel for Irish speciality food. International Journal of Retail and Distribution Management. https://doi.org/10.1108/09590550710728110.

Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. United States: Prentice Hall.

Crovini, C. (2019) *Risk Management in Small and Medium Enterpises*. Routledge Taylor & Francis Group.

Dalle, J., Akrim, A. and Baharuddin (2020) *Pengantar Teknologi Informasi*. Depok: Rajawali Pers.

David, F.R. (2009). Manajemen Strategis. Jakarta: Salemba Empat.

Desi, D. E. (2022) 'Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Di Kota Sungai Penuh Dona', *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), p. 244. doi: 10.53363buss.v2i2.52.

Dima, E. T. Y., & Waja, M. A. S. (2022). Peran UMKM Dalam Menjaga Stabilitas Perekonomian Masyarakat Akibat Pandemi Covid-19 Di Kota Atambua Kabupaten Belu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan Dan Pendidikan*, *5*(1), 9–13.

Dumbu, E., & Chadamoyo, P. (2012). Managerial Deficiencies in the Small and Medium Enterprises (SMEs) in craft industry: An Empirical Evidence of SMEs at Great Zimbabwe in Chief Mugabe's area. *European Journal of Business and Management*, 4(10), 79–85. https://doi.org/10.4038/suslj.v6i1.1692

Falih, M. S. A, Rizqi, R. M. and Ananda, N. A. (2019) 'Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa)', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). doi: 10.37673/jmb.v2i1.302.

Fatwitawati, R. (2018) 'Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru', *Sembadha*, p. 32.

Fitriani, I., & Luthfi, M. (2022). Sosialisasi Kemajuan Usaha Pada (UMKM) Untuk Memperkuat Keinginan Pembeli dan Kepuasan Pelanggan Agar Menjadi Pelanggan Tetap. *KONTAN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 13–21.

Griffin, R. (2006). *Business, 8th Edition*. NJ: Prentice Hall.

Juniariani, N. M. R., Sanjaya, I. K. P. W. and Mariyatni, N. P. S. (2020) 'Pengelolaan Keuangan, Strategi Pemasaran, Dan

Jiwa Kewirausahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing', *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(2), p. 125. doi: 10.19184/bisma.v14i2.17706.

Hafni, R. and Rozali, A. (2017) 'Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia', *Ilmu Ekonomi dan Studin Pembangunan*, 15(2), pp. 77–96. Available at: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58.

Haming, M. & Nurnajamuddin, M. (2017). Manajemen Produksi Modern (Operasi Manufaktur dan Jasa). Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Handini, S., Suksesi and Kanty, H. (2019) *Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Surabaya.

Hanim, L. and Noorman, M. (2018) *UMKM & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA PRESS.

Hasan, S., Diwyarthi, N. D. M. S., Nugroho, H., Muniarty, P., Amruddin, Santoso, A., Sarjana, S., Afandi, A., Sari, Y. P., Tarigan, B. A., & Solehudin, N. (2022). *Pengantar Manajemen*. Padang: Get Press.

Hindun, H. (Hindun) (2015) 'Perencanaan Strategiss Dan Prilaku Manajerial Lembaga-lembaga Pendidikan', *Al-Fikrah: Jurnal Kependidikan Islam IAIN Sulthan Thaha Saifuddin*, 6(1), p. 56645. Available at: https://media.neliti.com/media/publications/56645-ID-perencanaan-strategiss-dan-prilaku-manaje.pdf.

https://www.freepng.es/

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan

Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, *7*(1), 73–85. https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729

Ismail, J. K., Nugroho, H., Indriana, I. H., Hendrayady, A., Sarjana, S., Purnamasari, M. S., Syamsiyah, N., Yahya, Supriatna, A., Sudirman, A., Riati, Lestari, D. S., Yuzalmi, N., & Kraugusteeliana. (2022). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Julyanthry, Putri, D. E. and Sudirman, A. (2021) *Kewirausahaan Masa Kini*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Kasmir and Jakfar (2020) *Studi kelayakan bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Kasmir (2017) *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Kemenristekdikti (2019) 'Peraturan menteri riset, teknologi, dan pendidikan tinggi Republik Indonesia nomor 24 tahun 2019 tentang manajemen inovasi perguruan tinggi', *2019*, pp. 1–11.

Kinicki, A., & Soignet, D. B. (2022). *Management: A Practical Introduction, Tenth Edition* (10th ed.). Mc GrawHill Education.

Kominfo. (2013). Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Retrieved from

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker

Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Harold Koontz - Essentials of Management (10e)-Tata McGraw-Hill Education (2012).pdf.*

Layyinaturrobaniyah & Muizu, W.O.Z. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro di Desa Purwadadi Barat dan Pasirbungur Kabupaten Subang. Pekbis Jurnal, 9 (2), 91-103.

Lestari, H. (2021) *Pentingnya Peran Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) dalam meningkatkan Pemasaran Produk-Produk UMKM di suatu Daerah*. Available at: https://bkpsdmd.babelprov.go.id/content/pentingnya-peran-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-meningkatkan-pemasaran-produk (Accessed: 9 October 2022).

Lestari, F. A. P., Putri, K. R., Muliyati, Sari, Y. P., Syamsiyah, N., Sarjana, S., Sulistiono, Mulyana, M., Sudirman, A., Ratnasari, K., Ristiyana, R., & Siska, A. (2022). *Kewirausahaan*. Padang: Get Press.

LPPI and BI (2015) *Profil bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (umkm)*. LPPI.

Lubis, I. and Safii, M. (2018) *SMART ECONOMY Kota Tangerang Selatan*. Tangerang Selatan: Karya Abadi Mitra Indo.

Luhgiatno (2020) *Inovasi Terbuka Dengan Kekhasan Yang Optimal Sebagai Katalisator Peningkatan Perilaku Kerja Inovatif*. 1st edn. Salatiga: FEB UKSW.

Luhgiatno, Widaryanti and Santoso, A. (2021) 'The Effect of ODOI On Innovative Work Behavior and Employee Performance', *Jurnal Manajemen*, 25(2), p. 240. doi: 10.24912/jm.v25i2.738.

Machado, J., & Bogdány, E. (2013). The relationship between organizational culture and the transfer of management , functions and roles in the SMES succession : A case study between Hungary and North of Portugal. *Tourism & Management Studies*, *9*(1), 121–128.

Maheswari, H., Nugroho, H., Amir, I. A., Febrina, R., Triyonowati, Suwarsi, S., Suwitho, Sudirman, A., Sarjana, S., & Badrianto, Y. (2022). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Mardianto, A. (2014) *Management Recruitmen*. Jakarta: Pinasthika Publisher.

Maya Setiawardani (2022) 'Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pasca Disrupsi Akibat Pandemi Covid 19 di Kota Bandung', 8(1), pp. 25–38.

Mien, N. T. N. and Thao, T. P. (2015) 'Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam Nguyen', in *Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15Vietnam Conference) ISBN: 978-1-63415-833-6 Danang-Vietnam, 10-12 July, 2015 Paper ID: VL532 Factors*, pp. 327–328. doi: 10.1161/01.HYP.0000200705.61571.95.

Minarso, B. and Machmuddah, Z. (2020) 'Pentingnya Strategis Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Forum Uppks Kota Semarang', *Abdimas Unwahas*, 5(2), pp. 134–138.

Mujanah, S. (2019) *Perpustakaan Nasional Republik Indonesia Katalog Dalam Terbitan (Kdt) , Manajemen Kompensasi*.

Mulyani, P.A. and Indiani, N.L. (2021) 'Analisis Strategi Pemasaran UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Denpasar', *Forum Manajemen*, 19(1), pp. 62–69. Available at: https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14152.

Nada, et. al. (2012) 'The assessment of Innovation Practice in Turkish SMEs, International SME Congress', *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, II(1).

Naimah, R. J. Wardhana, M. W. Haryanto, R. and Pebrianto, A. "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," J. IMPACT Implement. Action, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020.

Niar, H., Sudirman, A., Yuniningsih, T., Febrianti, E., Saluy, A. B., Nobelson, Pohan, V. Y., Mardiatmi, A. B. D., Rochaendi, E., Pramono, S., Sumarsih, Sarjana, S., Roekminiati, S., Asnah, Ali, S., Herawati, A. R., Keke, Y., Lestari, D. S., Jufri, M. T., & Handayani, H. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen: Suatu Pengantar*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Nugraha, Q. (2016) 'Manajemen Strategiss', in *Manajemen Strategiss Pemerintahan*, p. 51. Available at: http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf.

Nurmansyah (2011) *Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pengantar*. Pekanbaru: Unilak Press.

OECD (2019) *OECD SME and Entrepreneurship Outlook*. Paris: OECD Publishing. doi: https://doi.org/10.1787/34907e9c-en.

OJK-BCG Joint Research (2020) 'How MSME & Banking Can Be Successful in Economic & Digital Disruption's Era (Bagaimana UMKM & Perbankan Dapat Sukses di Era Disrupsi Ekonomi dan Digital)', pp. 1–108.

Otoritas Jasa Keuangan, goto, F. (2021) 'Buku Pintar Finansial: Pengelolaan Keuangan Untuk Umkm'. Jakarta: Tirta Segara. Available at: http://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DetailMateri/546.

Padmo, D. *et al.* (2015) *Universitas Terbuka di Era Informasi*. 1st edn. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Pemerintah Indonesia (2007) *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Indonesia.

Pemerintah Indonesia (2018) *Peraturan Menteri Hukum dan Hak*

Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata. Jakarta.

Permatasari, A. (2017) 'Analisa Konsep Perencanaan Strategiss', *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 9(2), pp. 13–17. Available at: http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/jimia/article/view/27.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jurnal Jibeka, 11(2), 46–53.

Pranita, D., Sarjana, S., & Musthofa, B. M. (2022). Mediating Role of Sustainable Tourism and Creative Economy to Improve Community Wellbeing. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, *11*(2), 781–794. https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.257

Praptono, E. and Idayanti, S. (2020) *Hukum Perusahaan*, *Tanah Air Beta*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.

Purwana, D. Rahmi, R. and Aditya, S. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," J. Pemberdaya. Masy. Madani, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017, doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.

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

Rahman, M. R. and Oktavianto, M. R. (2013) 'Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia', pp. 377–386.

Ramadhani, F., & Arifin, y. (2013). Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis ECommerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi

masyarakat Ekonomi Asean 2015. Economics Development Analisys Journal, 2(2), 135-139.

Ramlan and Kartika, D. (2020) *Pendirian persekutuan komanditer*. Medan: Pustaka Prima.

Robbins, S. P. and Judge, T. A. (2015) *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Jakarta: Salemba Empat.

Robbins, S. P. Decenzo, D. A. & Coulter, M. (2013). *Fundamentals of Management: Essentials Concepts and Applications (8th Edition)*. www.mymanagementlab.com

Rosmayani (2016) 'Customer Relationship Management', 2(1), pp. 83–98.

Rostwentivaivi, V. and Fizriani, A. (2019) 'Kelayakan Bisnis dan Pemasaran Tahu Jojoh di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut', *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(1), pp. 59–67.

Rusdiana, H. A. (2014). Manajemen Operasi. Cet. I, Bandung: Penerbit CV Pustaka Setia.

Rusniati and Haq, A. (2014) 'Perencanaan Strategiss Dalam Perspektif Organisasi', *Intekna*, 14(2), pp. 102–209. Available at: https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/178.

Sanjaya, P. krisna A., & Nuratama, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* (M. Yunus (ed.)). CV Cahaya Bintang Cemerlang.

Sari, R.J. (2021) 'Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital', *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), pp. 188–194. Available at: https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834.

Sarjana, Sri. (2015). Dynamic capabilities in manufacturing: the

main role of manufacturing capability, knowledge resources and environmental turbulence to improve enterprise performance. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, *3*(2), 41–64.

Sarjana, Sri, Kennedy, P. S. P., Silalahi, M., Prameswari, Y., Sayekti, A., Sitaniapessy, R. H., Hamid, D. M. Al, Sugiarto, M., Hasan, M., Silitonga, D., Wardhani, R. S., Martiwi, R., & Setyawan, H. (2022). *Jalan Menuju Organisasi Berkelanjutan*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Sarjana, Sri, & Khayati, N. (2018). Industrial Estate Development : Challenges And Opportunities In Strengthening Competitiveness Of Manufacturing Industries Industrial Estate Development : Challenges and Opportunities in Strengthening Competitiveness of Manufacturing Industries. *The Indonesian Journal of Development Planning*, *II*(2), 152–169.

Sarjana, Sri, Najib, M. A. A., Dewi, I. K., & Khayati, N. (2022). Knowledge transformation on the economic recovery in post-pandemic. *Journal of Innovation in Business and Economics*, *5*(02), 93–102. https://doi.org/10.22219/jibe.v5i02.20043

Sarjana, S, Khayati, N., Warini, L., & Praswiyati. (2020). Business Sustainability: Efforts To Strengthen Sustainability Corporate In Industrial Estate. *E-MABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *21*(1), 48–64. https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.451

Sarjana, S., Widiana, I. N. W., Verawaty, Mashadi, Umar, M., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., & Fauzan, R. (2022). *Manajemen pemasaran*. Padang: Get Press.

Sasongko, N., Trisnawati, R. and Setiawati, E. (2019) 'Tata Kelola Keuangan yang Baik Bagi UMKM', *Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019) "Membangun Ekonomi Kreatif yang Berdaya Saing"*, pp. 287–291.

Sasono, E. and Rahmi, Y. (2014) 'Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah', *Jurnal Stie Semarang*, 6(3), pp. 74–90.

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(2), p. 151. doi: 10.35314/inovbiz.v8i2.1447.

Situmorang, S. H. Mulyono, H. and Berampu, L. T., "Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil," AJEFB - Asian J. Entrep. Fam. Bus., vol. 1, no. 2, pp. 77–84, 2018.

Smith, W. K. and Tushman, M. L. (2005) 'Managing Strategic Contradictions: A Top Management Model For Managing Innovation Streams', *Organization Science*, 16(5), pp. 522–536.

Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*, *11*(1), 33–63. http://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/blc#

Sudjendro, H. (2013) *Teknik Dasar Telekomunikasi*. Malang: BBPPMPV BOE.

Sufyati, Kusumadewi, Y., Rimawan, Syaiful, M., Kurniawan,

D., Barlian, B., Cahyono, B., Wahyani, W., Prasetyandari, C. W., Seto, A. A., Ashriana, A. N., Wahyuningsih, P., Julyanthry, & Sarjana, S. (2022). *Pengantar Bisnis*. Padang: Get Press.

Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM-Bandung: LaGood's Publishing.

Sulistiyani, S., Pratama, A. and Setiyanto, S. (2020) 'Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), pp. 31–39.

Sumaryati, S. A. (2012). Strategi Manajemen Operasi dalam Meningkatkan Produktivitas dan Keunggulan Bersaing.

Sunariani, N.N, Suryadinatha, A.O, & Mahaputra, I. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 2 (1), 1-20

Sunarta (2010) 'PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA (Kunci Keberhasilan Organisasi)', *Informasi*, 36(2), pp. 1–13.

Susanti, E., 2020, Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor, Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa, Dan Masyarakat, no 2, vol 1. Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H., 2019, Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital, Jurnal Ikraith Ekonomika, no 2, vol 2.

Sutrisno, D., Suryono, A. and Said, A. (2016) 'Perencanaan Strategiss Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi Permasalahan Pemasaran (Studi di Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu)', *Wacana, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 19(02), pp. 101–112. Available at:

https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2016.019.02.5.

Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development. https://doi.org/10.1108/JSBED-05- 2013-0073

Usman, M.H.R., Syahrani, S. and Artiningsih, D.W. (2020) 'Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Solo Baru Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Di Banjarbaru', pp. 1–5.

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.

We are social. (2017). Digital in 2017: Global Overview. Retrieved from:

https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview

Widiana, M.E. and Enny, M. (2019) *Teoritik & Empirik Strategi Pemasaran (Beserta Studi Kasus Permasalahan Perusahaan Swasta di Jawa Timur)*. Pertama. Edited by M.J. Sembiring. Jawa Timur: Ubhara Press.

Wilantara, R. F. and Indrawan, R. (2016) *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung.

Wirawan (2009) *Evaluasi Kinerja Sumber Daya manusia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Wiwoho, J. (2007) *Pengantar Hukum Bisnis*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Wulansari, N. A., Ranihusna, D. and Maftukhah, I. (2015) 'Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi_U) Kajian Multi Disiplin

Ilmu untuk Mewujudkan Poros Maritim dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat Strategi Perencanaan SDM Untuk Peningkatan Daya Saing UMK', *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi_U)*, p. 9.

Yanuar, D. (2016) 'Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang', *Jurnal E-KOMBIS*|, II(1), p. 41.

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K., 2015, Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study, International Journal of Management Science and Business Administration, no 5, vol 1, hal 69- 80.

Yulianti, F., Lamsah, L. and Periyadi, P. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Pertama. Yogyakarta: Deepublish.

Yusup, A. and Ramdani, D. (2022) 'Strategi Pemasaran UMKM Tahu Rejeki Barokah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pada Masa Pandemi MSME Marketing Strategy Know Fortune Barokah to Increase Product Sales During the Pandemic', 1(2), pp. 95–102.

TENTANG PENULIS

Dr. Sri Sarjana

Dr. Sri Sarjana adalah dosen di Politeknik Transportasi Darat Indonesia - STTD. Awal pendidikan tinggi penulis dimulai sejak berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Mesin Universitas Muhammadiyah Surakarta dan prodi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Sebelas Maret. Selanjutnya, penulis menyelesaikan studi magister di prodi Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Jakarta, dan menyelesaikan studi program doktoral di prodi Manajemen Strategik Universitas Padjadjaran. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Strategik dan Metodologi Penelitian guna menunjang karir sebagai dosen, penulis, dan peneliti. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh penulis dan telah dipublikasikan di berbagai jurnal nasional maupun jurnal internasional yang bereputasi. Selain sebagai peneliti, penulis juga telah menulis beberapa buku yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

Aprilina Susandini, S.E., M.SM.

Aprilina Susandini, S.E., M.SM. lahir di Sumenep tanggal 16 April 1987. Penulis adalah dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2009. Lulus Program Magister Program Studi Ilmu Manajemen di Universitas Airlangga pada tahun 2012. Sekarang menjadi Koordinator Program Studi S1 Manajemen di Jurusan Manajemen FEB Universitas Trunojoyo Madura. Memiliki ketertarikan pada bidang manajemen, keuangan, dan *entreprenurship*, serta ilmu sosial lainnya.

Zul Azmi, S.E. M.Si., Ak. CA. CSRA.

Zul Azmi, S.E. M.Si., Ak. CA. CSRA. lahir di Duri Kabupaten Bengkalis Riau. Saat ini penulis menjadi dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau. Pernah belajar di bangku kuliah pada Universitas Riau, Universitas Gadjah Mada, dan Universitas Sumatera Utara. Penulis menekuni bidang studi akuntansi. Selain sebagai dosen, ia juga tergabung pada organisasi seperti ADAI, MES dan IAI dan lainnya.

Kania Ratnasari, S.T., MIB.

Kania Ratnasari, S.T., MIB. lahir di Jakarta, 14 Januari 1983. Telah menyelesaikan S1 Teknik Industri di Universitas Pasundan, Bandung pada tahun 2005 dan Master of International Business di Wollongong University, NSW, Asutralia pada tahun 2007. Saat ini bekerja sebagai Dosen di Universitas Sahid sejak tahun 2013 dan dipercaya sebagai Ketua Program Studi (Ka. Prodi) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid (2022-2025), sekaligus sebagai Chief Editor di Jurnal Industri Pariwisata. Pernah menjadi Kepala Pusat Publikasi Ilmiah, LPPM Universitas Sahid pada tahun 2017-2020 dan saat ini aktif sebagai pengurus Forum Manajemen Indonesia (FMI) korwil DKI Jakarta.

Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si.

Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si. lahir di Grobogan (1972). Studi di kampung halaman sampai tamat SMP. Selanjutnya merantau ke Semarang untuk melanjutkan studi di SMEA Pelita Nusantara Semarang. Riwayat studi di perguruan tinggi dilakukan secara bertahap. Dimulai dari studi di Jenjang Diploma III Akuntansi (1990 – 1993), Jenjang S1 Akuntansi (1997 – 1999), Jenjang S2 Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia (2003 – 2005), Jenjang S2 Magister Akuntansi UNDIP (2006 – 2008), dan Jenjang S3 (Doktor Manajemen UKSW) lulus tahun 2020. Berprofesi sebagai Dosen serta menjabat sebagai Ketua STIE Pelita Nusantara Semarang (2009 – 2017) dilanjutkan (2021 – sekarang). Aktif dalam publikasi artikel jurnal (Internasional dan Nasional terakreditasi), menulis buku, sebagai Pimpinan Redaksi Jurnal Fokus Ekonomi dan Mitra Bestari beberapa jurnal ilmiah. Aktif dalam berbagai organisasi serta menjadi Ketua Komite Sekolah. Email: luhgiatno_smg@yahoo.co.id dan HP. 08122930445.

Henny Noviany, S.E., M.M., C.DMS.

Henny Noviany, S.E., M.M., C.DMS. Lahir di Kota Cirebon pada tanggal 4 November 1976 dan telah menyelesaikan studi di Politeknik ITB Jurusan Administrasi Niaga Spesialisasi Manajemen Pemasaran Diploma 3, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung Program Studi Manajemen Strata 1 dan Magister Majemen Program Studi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung. Penulis suka akan hal-hal baru yang bersifat menantang dalam meningkatkan kinerja Perguruan Tinggi serta karir. Semasa kuliah, penulis aktif berorganisasi sebagai ketua umum. Keaktifan di organisasi ini mengasah kemampuan kepemimpinan penulis dan membangun jiwa kepedulian penulis mengenai lingkungan sekitar dengan menuangkannya dalam bentuk tulisan. Selama berproses dalam kegiatan ini terdapat banyak sekali pelajaran yang dapat penulis peroleh, di antaranya adalah manajemen waktu dan bersosialisasi dengan pihak-pihak luar kampus sebagai bentuk penerapan ilmu pengetahuan. Saat ini, penulis sedang menjalankan aktivitas penulis sebagai Dosen Pengajar dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dalam Program Studi Bisnis Digital. Menurut penulis ilmu tidaklah cukup hanya sampai dijenjang saat ini sudah penulis dapatkan yaitu jenjang magister. Penulis memiliki mimpi besar untuk menjadi seorang pendidik yang bisa membuat mahasiswanya cerdas dan beradab. Karena cerdas dan beradab itu adalah bekal bagi mereka untuk menjalani kehidupan mereka di masa mendatang.

Hj. Lis Setyowati, S.E., M.S.A.

Hj. Lis Setyowati, S.E., M.S.A. lahir di Surabaya tanggal 7 Maret 1978. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi D3 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jatim Surabaya dan S2 Jurusan Akuntansi STIESIA. Sampai saat ini menjabat sebagai Ketua Program Studi D3 Akuntansi STIE PEMUDA dan Sekretaris SPMI di STIE PEMUDA.

TENTANG EDITOR

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

Debi Eka Putri, S.E., M.M., lahir di Pematangsiantar tanggal 03 Agustus 1993, dan merupakan Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar. Disamping mengajar, juga aktif sebagai *Reviewer* dan Editor di beberapa jurnal nasional Perguruan Tinggi, serta aktif meneliti kajian dibidang keuangan dan bisnis serta berkolaborasi untuk menulis buku yang terkait dengan bidang Manajemen. Pendidikan terakhir dari Program Magister Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN
CIPTAAN

Dalam rangka pelindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	:	EC002022108343, 17 Desember 2022
Pencipta		
Nama	:	**Sri Sarjana, Aprilina Susandini dkk**
Alamat	:	Puri Cikarang Hijau F1/34, Karangasih, Cikarang Utara, Bekasi, Bekasi, JAWA BARAT, 17530
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Pemegang Hak Cipta		
Nama	:	**Sri Sarjana, Aprilina Susandini dkk**
Alamat	:	Puri Cikarang Hijau F1/34, Karangasih, Cikarang Utara, Bekasi, Bekasi, JAWA BARAT, 17530
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Jenis Ciptaan	:	**Buku**
Judul Ciptaan	:	**Manajemen UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital)**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	:	8 Desember 2022, di Purbalingga
Jangka waktu pelindungan	:	Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	:	000424087

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.