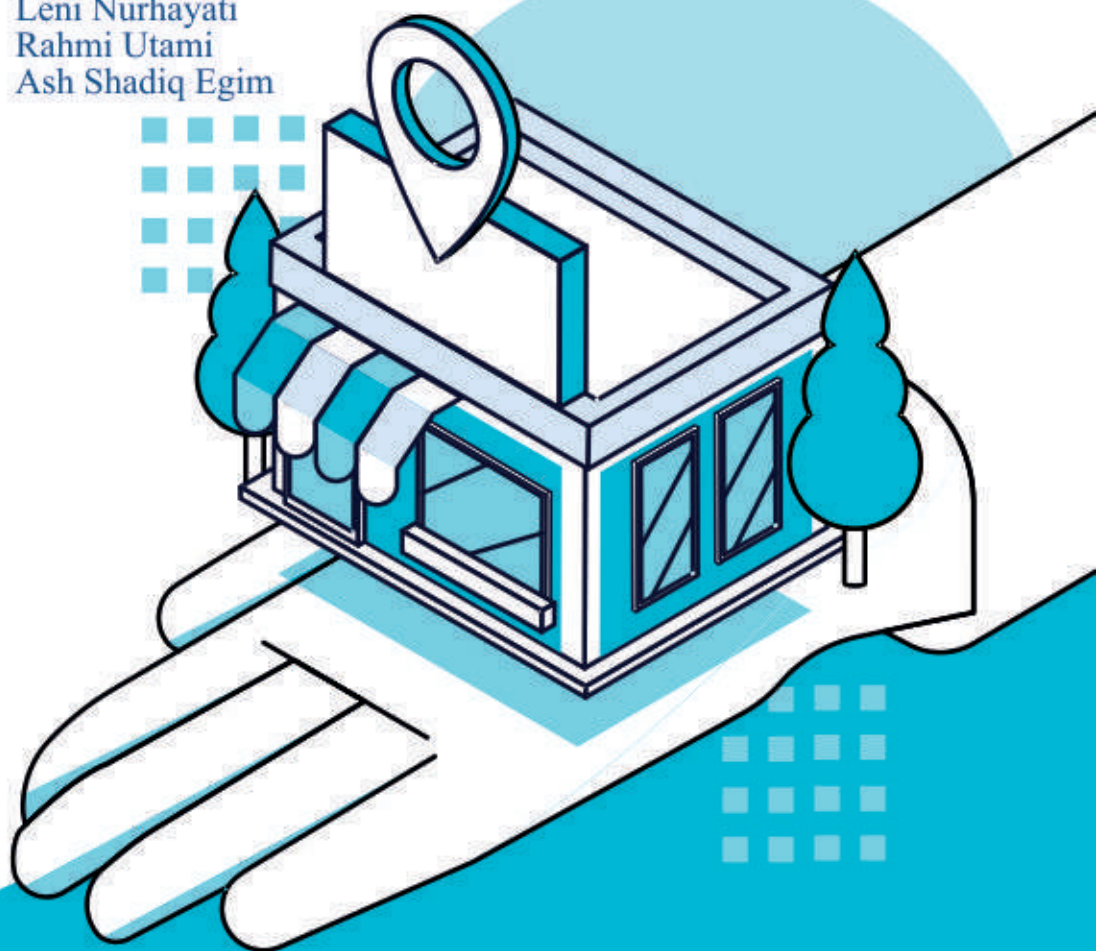


Abdurohim  
Ni Wayan Ari Sudiartini  
Ulfa Hidayati  
Leni Nurhayati  
Rahmi Utami  
Ash Shadiq Egim



# MANAJEMEN UMKM

Editor: Dr. Fachrurazi, S. Ag., M.M.

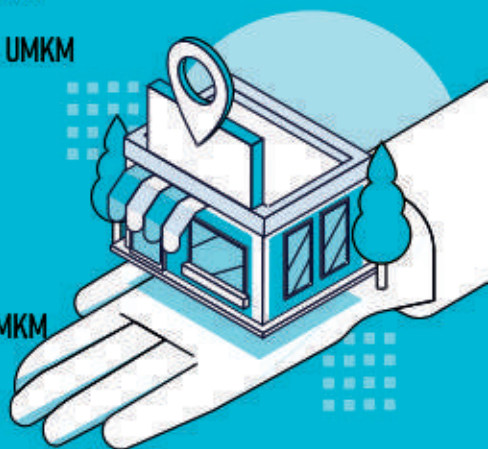
# MANAJEMEN UMKM

Pentingnya perencanaan dan keputusan strategis UMKM juga terletak pada kenyataan bahwa mereka dapat membawa kualitas ke dalam sistem UMKM. Untuk dapat menghadapi perubahan lingkungan persaingan dan eksternal perusahaan, UMKM memerlukan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi internal perusahaan, mulai dari aspek kepemimpinan, pemasaran hingga operasional. Setiap aspek bisnis membutuhkan strategi manajemen yang baik untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan sukses. Dalam hal ini peran manajer yang mengembangkan dan mempertahankan bisnis dapat merumuskan strategi tertentu dan kemudian menerapkannya, seperti perluasan pasar atau pengembangan produk. Selain membuat rencana strategis, perusahaan harus mampu membuat keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Manajemen UMKM ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dasar Manajemen UMKM.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

- Bab 1 Konsep Dasar Manajemen UMKM
- Bab 2 Implementasi Fungsi Manajemen di UMKM
- Bab 3 Perkembangan UMKM di Indonesia
- Bab 4 Perencanaan dan Keputusan Strategis UMKM
- Bab 5 Mengelola Sumber Daya Manusia
- Bab 6 Mengelola Aspek Produksi UMKM
- Bab 7 Mengelola Aspek Keuangan UMKM
- Bab 8 Mengelola Aspek Pemasaran UMKM
- Bab 9 Strategi Pemasaran UMKM
- Bab 10 Manajemen Inovasi UMKM
- Bab 11 Keunggulan Kompetitif UMKM
- Bab 12 Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM



# MANAJEMEN UMKM

**Dr. Abdurohim, S.E., M.M.**

**Ni Wayan Ari Sudiartini, S.E.,M.Si**

**Ulfa Hidayati, S.Pd., M.M.**

**Leni Nurhayati, S.Si., M.A.B.**

**Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.**

**Ash Shadiq Egim, S.E., M.M.**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

## MANAJEMEN UMKM

**Penulis** : Dr. Abdurohim, S.E., M.M.  
Ni Wayan Ari Sudiartini, S.E.,M.Si  
Ulfa Hidayati, S.Pd., M.M.  
Leni Nurhayati, S.Si., M.A.B.  
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.  
Ash Shadiq Egim, S.E., M.M.

**Editor** : Dr. Fachrurazi, S. Ag., M.M.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Rizki Rose Mardiana

**ISBN** : 978-623-487-889-9

**No. HKI** : EC00202329902

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, MARET 2023**  
**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 : 2023

**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.

## PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Manajemen UMKM.

Pembahasan dalam buku ini meliputi Konsep Dasar Manajemen 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, dan Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Manajemen UMKM ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dasar Manajemen UMKM.

Penulis merasa bahwa Buku Manajemen UMKM 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 keputakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Penulis, Maret 2023

## DAFTAR ISI

<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN UMKM</b> .....	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	1
B. Perencanaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah .....	4
C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Mancanegara .....	7
D. Suksesnya usaha Mikro, Kecil dan Menengah .....	11
<b>BAB 2 IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN DI UMKM</b> .....	<b>13</b>
A. Pendahuluan .....	13
B. Fungsi Manajemen Perencanaan pada UMKM .....	16
C. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia di UMKM.....	18
D. Fungsi Manajemen secara Umum di UMKM.....	20
E. Kemampuan dalam Mengantisipasi Risiko Usaha.....	20
<b>BAB 3 PERKEMBANGAN UMKM DI INDONESIA</b> .....	<b>24</b>
A. Pendahuluan .....	24
B. UMKM Menurut Undang - Undang .....	25
C. Tantangan dan Masalah Pengembangan Sektor UMKM .....	26
D. Perkembangan UMKM di Indonesia .....	30
E. Kondisi Eksisting UMKM di Indonesia .....	32
F. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.....	34
G. Kesimpulan.....	35
<b>BAB 4 PERENCANAAN STRATEGIS DAN KEPUTUSAN UMKM</b> .....	<b>37</b>
A. Pendahuluan .....	37
B. Perencanaan strategis UMKM .....	38

	C. Keputusan Strategis UMKM .....	45
<b>BAB 5</b>	<b>MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>57</b>
	A. Konsep Pengelolaan Sumber Daya Manusia .....	58
	B. Fungsi Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	59
	C. Tujuan Pengelolaan Sumber Daya Manusia .....	71
	D. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	73
	E. Dukungan Pemerintah pada UMKM .....	78
<b>BAB 6</b>	<b>MENGELOLA ASPEK PRODUKSI UMKM.....</b>	<b>82</b>
	A. Pendahuluan.....	82
	B. Pengertian Manajemen Produksi/Operasi .....	83
	C. Konsep Dasar Sistem Produksi/Operasi.....	84
	D. Ruang Lingkup Manajemen Produksi/ Operasi .....	88
	E. Lokasi Produksi .....	92
	F. Tipe Proses Produksi.....	95
	G. Rancangan Sistem Produksi .....	96
	H. Perencanaan dan Pengendalian Produksi.....	99
	I. Manajemen Persediaan .....	103
	J. Manajemen Rantai Pasok.....	107
	K. Kesimpulan .....	110
<b>BAB 7</b>	<b>MENGELOLA ASPEK KEUANGAN UMKM .....</b>	<b>111</b>
	A. Pendahuluan.....	111
	B. Pentingnya Manajemen Keuangan .....	112
	C. Anggaran Keuangan .....	112
	D. Pencatatan dan Laporan Keuangan.....	122
	E. Mengukur Kelayakan Usaha .....	128
	F. Manajemen Modal Kerja.....	130
	G. Manajemen Arus Kas .....	131
	H. Manajemen Piutang.....	133
	I. Manajemen Utang .....	135
	J. Sumber-Sumber Pendanaan.....	137
	K. Kesimpulan .....	138
<b>BAB 8</b>	<b>MENGELOLA ASPEK PEMASARAN UMKM.....</b>	<b>139</b>
	A. Pendahuluan.....	139
	B. Konsep Pemasaran .....	144

	C. Strategi Pemasaran .....	145
	D. Usaha Mikro Kecil Menengah .....	146
	E. Strategi Pemasaran UMKM .....	146
	F. Kesimpulan.....	155
<b>BAB 9</b>	<b>STRATEGI PEMASARAN UMKM .....</b>	<b>157</b>
	A. Pendahuluan .....	157
	B. Pengertian Strategi Pemasaran .....	158
	C. Strategi Generik Porter .....	159
	D. Strategi Pemasaran pada UMKM.....	161
	E. Kesimpulan.....	170
<b>BAB 10</b>	<b>MANAJEMEN INOVASI UMKM .....</b>	<b>171</b>
	A. Pendahuluan .....	171
	B. Pengertian Inovasi .....	173
	C. Generasi Inovasi.....	174
	D. Pentingnya Inovasi UMKM .....	176
	E. Budaya Inovasi.....	176
	F. Manfaat Manajemen Inovasi dan Teknologi untuk Bisnis .....	180
	G. Kesimpulan.....	182
<b>BAB 11</b>	<b>KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM .....</b>	<b>183</b>
	A. Pendahuluan .....	183
	B. Unsur - unsur Keunggulan Kompetitif UMKM .....	184
	C. Analisa Kompetitif UMKM.....	186
	D. Strategi Keunggulan Kompetitif UMKM.....	189
	E. Kesimpulan.....	200
<b>BAB 12</b>	<b>PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM.....</b>	<b>202</b>
	A. Pendahuluan .....	202
	B. Pengertian Digital Marketing .....	203
	C. Manfaat <i>Digital Marketing</i> untuk UMKM .....	204
	D. Jenis Digital Marketing untuk UMKM .....	205
	E. Keunggulan dan Kelemahan Digital Marketing untuk UMKM .....	206
	F. Dukungan dalam pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> bagi UMKM .....	207



G. Kesimpulan .....	212
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>214</b>
<b>TENTANG PENULIS .....</b>	<b>232</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	Perbedaan Keputusan Strategis, Manajerial dan Operasional.....	49
Tabel 6. 1	Contoh-contoh Sistem Produksi dan Operasi.....	85
Tabel 6. 2	Perbedaan Produksi Barang dan Penyedia Jasa .....	87
Tabel 6. 3	Alternatif lokasi dan Faktor-faktor yang berpengaruh.....	93
Tabel 6. 4	Nilai Masing-masing Faktor .....	94
Tabel 6. 5	Bobot Masing-masing Faktor.....	94
Tabel 6. 6	Skor Nilai Lokasi .....	94
Tabel 7. 1	Jenis-jenis Anggaran.....	113
Tabel 7. 2	Contoh Rencana penjualan .....	115
Tabel 7. 3	Contoh Rencana Produksi .....	116
Tabel 7. 4	Contoh Rencana Biaya Bahan Langsung .....	117
Tabel 7. 5	Contoh Rencana Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	117
Tabel 7. 6	Contoh Rencana Biaya Tidak Langsung.....	119
Tabel 7. 7	Contoh Rencana Total Biaya.....	120
Tabel 7. 8	Contoh Rencana Laba-Rugi .....	122
Tabel 7. 9	Contoh Laporan Neraca .....	124
Tabel 7. 10	Contoh Laporan Laba Rugi.....	125
Tabel 7. 11	Contoh Laporan Arus Kas .....	126
Tabel 7. 12	Kelebihan dan Kekurangan Pembiayaan Utang .....	136
Tabel 10. 1	Lima Generasi Model Proses Inovasi.....	175

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pengembangan SDM pada UMKM.....	2
Gambar 1. 2	Ecosystem dalam menjalankan Bisnis .....	5
Gambar 1. 3	Proses Analisis UMKM dalam menghadapi problem .....	10
Gambar 2. 1	Pengelolaan Usaha UMKM.....	16
Gambar 2. 2	Kemampuan dalam Manajemen UMKM .....	19
Gambar 2. 3	Pengelolaan Risiko Usaha UMKM.....	23
Gambar 3. 1	Perkembangan UMKM .....	30
Gambar 3. 2	Kondisi Eksisting UMKM .....	32
Gambar 3. 3	Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.....	34
Gambar 5. 1	Diagram Proses Seleksi .....	63
Gambar 5. 2	Formulasi dan Implementasi Manajemen Strategik.....	74
Gambar 5. 3	Lingkungan Sebagai Variabel Mediasi Untuk Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia .....	76
Gambar 6. 1	Sistem Produksi .....	84
Gambar 6. 2	Contoh Rancangan Produk.....	97
Gambar 6. 3	Rancangan Proses .....	98
Gambar 6. 4	Rancangan Posisi Tetap.....	98
Gambar 6. 5	Rancangan system modular.....	99
Gambar 6. 6	Hubungan EOQ dengan biaya persediaan yang dikeluarkan perusahaan .....	106
Gambar 6. 7	Rumus EOQ .....	106
Gambar 6. 8	Manajemen Rantai Pasok .....	108
Gambar 8. 1	Pondasi Perekonomian Nasional .....	141
Gambar 8. 2	Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran .....	144
Gambar 8. 3	Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran .....	150
Gambar 8. 4	Login Pengguna E-UMKM .....	151
Gambar 8. 5	Produk Digital Marketing.....	153
Gambar 9. 1	Strategi Generic Porter .....	160
Gambar 9. 2	Keripik Singkong sebagai Makanan Khas Daerah Sumatera Barat.....	168
Gambar 9. 3	Produk Kerajinan Tangan Dari Tera Craft .....	169

Gambar 10. 1	Model Linear Sederhana Inovasi .....	176
Gambar 10. 2	Pengembangan Inovasi.....	179
Gambar 11. 1	Brand Kopi Kenangan.....	192
Gambar 11. 2	Jejamu.....	193
Gambar 11. 3	Supply Chain.....	198

# BAB

# 1

# KONSEP DASAR MANAJEMEN UMKM

## A. Pendahuluan

Implementasi manajemen baik di perusahaan Korporasi, Komersial serta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sama, tidak memiliki perbedaan yang mendasar, didasari guna mencapai tujuan bersama pada organisasi dengan mempengaruhi sekelompok orang untuk bekerja pada aktivitas yang dilakukan baik pada bisnis mikro, kecil, menengah, maupun pada bisnis komersial dan korporasi, (Naeini et al., 2022), (Hidayat et al., 2020). Perbedaannya terletak pada skala pengaturan serta persyaratan aktivitas yang akan dilaksanakan untuk bisnis mikro, kecil, menengah dilihat dari omset, kekayaan serta kompleksitas permasalahan yang dihadapi (Abdurohim, 2021b).

# BAB 2

## IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN DI UMKM

### A. Pendahuluan

Manajemen merupakan kemampuan seseorang dalam mempengaruhi orang lain untuk melaksanakan aktivitas pada organisasi/unit baik untuk yang memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan, maupun untuk sosial atau non keuntungan. Sehingga usaha yang dikelola perusahaan mampu mencapai target yang telah ditetapkan (Abdurohim & Purwoko, 2022). Manajemen secara umum pada setiap kegiatan dalam mendukung kemajuan organisasi baik usaha maupun pemerintahan memiliki manfaat (Molina-Azorin et al., 2021), sebagai berikut:

#### 1. Memfasilitasi untuk mengimplementasikan strategi

Usaha atau perusahaan membutuhkan strategi untuk mengimplementasikan rencana yang telah disusun, sehingga apa yang diinginkan menjadi kenyataan. Untuk merealisasikan strategi tersebut tentunya tidak hanya melakukan pengaturan, perlu memiliki kemampuan dalam memahami fungsi manajemen yang komprehensif, seperti memahami perencanaan, penggunaan saluran dalam membagi kewenangan, menempatkan orang-orang yang tepat serta mampu mengendalikan aktivitas yang dilaksanakan (Abdurohim, 2022c).

Kemampuan yang dimiliki oleh pengelola usaha serta bisnis lainnya, semakin sempurna bila diikuti dengan kemampuan pada keterampilan manajemen yang telah dimiliki serta telah memperoleh penambahan ilmu serta

# BAB 3

## PERKEMBANGAN UMKM DI INDONESIA

### A. Pendahuluan

UMKM adalah pondasi yang sangat penting pada perputaran roda ekonomi di Indonesia. Data yang diperoleh Kementerian Koperasi dan UKM, banyaknya UMKM sekarang yaitu 64,2 juta memberikan sumbangsih kepada Produk Domestik Bruto sejumlah 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Manfaat UMKM kepada perekonomian Indonesia mampu memberikan serapan 97% dari banyaknya tenaga kerja untuk dapat mengumpulkan hingga 60,4% dari keseluruhan investasi. Sedangkan, banyaknya UMKM tidak dipungkiri akan mendapat banyak tantangan dan kendala.

Data yang diambil dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), 64 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2020 belum mempunyai peluang mendapatkan bantuan modal dari bank maupun lembaga keuangan lainnya. Kendala untuk mendapatkan biaya dirasakan UMKM menjadi dasar bagi Pihak yang Berwenang yaitu Pemerintah dalam mendorong memberikan kebutuhan mendapatkan biaya lainnya, diantaranya dengan program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), Mekaar PNM, Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Banyaknya UMKM di Indonesia harus melewati beragam tantangan dan situasi pandemi menimbulkan pola konsumsi yang berubah dalam mengkonsumsi barang dan jasa menjadi moment dalam mempercepat transformasi digital.

# BAB 4

## PERENCANAAN STRATEGIS DAN KEPUTUSAN UMKM

### A. Pendahuluan

UMKM adalah singkatan dari usaha mikro, kecil dan menengah. Bentuk kepemilikan dapat berupa individu atau bentuk perusahaan tertentu. Sekitar 30 juta UMKM bangkrut pada tahun 2020 akibat Covid-19, menurut Ikhsan Ingratubun, Presiden Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) pada tahun 2019, jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 64,7 juta. Namun jumlah tersebut menurun sejak merebaknya pandemi Covid-19 dan jumlah UMKM di Indonesia hanya tinggal 34 juta pada tahun 2020 (Nugroho, 2020).

UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Total yang mencapai 99% dari seluruh unit usaha tersebut juga memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 60,5%, dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Angka yang dicapai menunjukkan dampak UMKM di Indonesia. Situasi ekonomi yang masih dalam masa pemulihan dari pandemi membutuhkan perhatian lebih pada sektor UMKM, terutama jika menjadi penghasil PDB terbesar dan basis penyerapan tenaga kerja serta pengembangan produksi barang konsumsi atau barang setengah jadi.

Pentingnya perencanaan dan keputusan strategis UMKM juga terletak pada kenyataan bahwa mereka dapat membawa kualitas ke dalam sistem UMKM. Untuk dapat menghadapi perubahan lingkungan persaingan dan eksternal perusahaan, UMKM memerlukan strategi yang tepat dan sesuai dengan



# BAB

# 5

## MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA

Profesor Paul Almeida dari *Georgetown University* mengatakan bahwa keberadaan UMKM memiliki peran yang unik, aktif dan penting dalam proses inovasi karena kemampuannya jelas untuk menemukan teknologi baru dan mengembangkan Teknologi Informasi. Untuk memenuhi peran tersebut, UMKM di Indonesia harus terus berbenah menciptakan daya saing global, melihat UMKM saat ini yang terus menghadapi berbagai tantangan dalam perkembangannya. Sehingga banyak hal yang memerlukan perhatian dalam operasional UMKM. Oleh karena itu, pelatihan bagi UMKM harus dilakukan secara terus menerus, terutama dari sisi internal UMKM.

Sumber daya manusia dalam organisasi pada dasarnya merupakan sumber daya yang penting bagi organisasi. Sumber daya manusia merupakan faktor penentu arah organisasi dan pengambil keputusan yang terlibat dalam kelangsungan dan keberhasilan organisasi. Sementara itu, kesulitan terbesar bagi UMKM adalah terbatasnya kapasitas dan kualitas sumber daya manusia untuk membuat kebijakan dan strategi, sehingga UMKM sulit untuk beroperasi. Era globalisasi merupakan era yang harus dihadapi oleh semua negara saat ini. Saat ini merupakan zaman ketika dunia semakin terbuka dan hal tersebut membutuhkan kemauan sumber daya manusia untuk menyadari kesempatan yang terbuka lebar ini juga membutuhkan kesadaran akan hak dan kewajibannya sebagai golongan terdidik. Budaya global ini, sadar atau tidak sadar, akan tiba pada waktunya setiap bangsa di dunia akan mengalami, tanpa kecuali Bangsa Indonesia. Oleh karena itu,

# BAB

# 6

## MENGELOLA ASPEK PRODUKSI UMKM

### A. Pendahuluan

Dalam menghasilkan suatu produk dan ataupun jasa, suatu organisasi bisnis baik itu perusahaan besar maupun usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjalankan tiga fungsi manajemen yang utama secara bersamaan. Ketiga fungsi tersebut adalah pemasaran, produksi/operasi, dan keuangan. Fungsi pemasaran adalah yang membuat adanya permintaan atau mendapatkan pesanan untuk pembuatan barang dan jasa. Fungsi produksi/operasi adalah yang menghasilkan barang dan jasa. Fungsi keuangan adalah yang membayar seluruh kegiatan pembuatan barang dan jasa. Ketiga fungsi/bagian tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya dan saling beriringan sehingga berpengaruh penting terhadap pencapaian tujuan bisnis.

Aspek produksi merupakan salah satu bagian vital dalam pengelolaan bisnis. Untuk itulah manajemen produksi/operasi sangat diperlukan agar bisa berjalan efektif dan efisien. Manajemen produksi/operasi mengelola transformasi dari masukan (*inputs*) organisasi menjadi keluaran (*outputs*). Manajemen produksi/operasi berperan penting sebagai bagian dari keseluruhan strategi organisasi dalam menciptakan dan mempertahankan kepemimpinan global (Robbins & Coulter, 2016). Setiap organisasi seperti UMKM meskipun skalanya tidak seperti perusahaan besar atau korporasi tetap memerlukan manajemen produksi/operasi karena organisasi UMKM pun menghasilkan barang dan ataupun jasa.

# BAB

# 7

## MENGELOLA ASPEK KEUANGAN UMKM

### A. Pendahuluan

Keuangan (*finanace*) merupakan salah satu aspek penting bagi setiap individu maupun organisasi baik itu organisasi profit maupun organisasi non profit. Uang telah lama dipergunakan sebagai alat pembayaran yang sah. Dalam melakukan transaksi baik individu maupun kelompok ataupun organisasi dapat dilakukan dengan uang. Penggunaan uang dalam sehari-hari sudah menjadi bagian dari kehidupan baik itu individu maupun kelompok ataupun organisasi. Sebagai contoh dapat kita lihat dari sebuah kehidupan keluarga pasti mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhannya tiap bulan. Kebutuhan tersebut mulai dari untuk belanja bahan makanan sehari-hari, membayar iuran sekolah dan uang saku anak-anak, biaya pengobatan, tabungan dan investasi bahkan biaya tak terduga. Demikian pula dalam sebuah organisasi akan selalu melibatkan aspek keuangan untuk bisa menjalankan kegiatannya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti juga organisasi bisnis yang besar sangat memerlukan pengelolaan keuangan. Perencanaan, pengelolaan dan pengawasan keuangan merupakan strategi efektif untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik usaha. Pengelolaan keuangan yang efektif adalah pengelolaan keuangan yang disesuaikan dengan tujuan bisnis yang ingin dicapai oleh wirausaha sesuai dengan rencana strategis yang telah dibuat. Misalkan apabila tujuan bisnisnya untuk meningkatkan pangsa pasar sementara

# BAB

# 8

## MENGELOLA ASPEK PEMASARAN UMKM

### A. Pendahuluan

Krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1997 diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS dan krisis mata uang yang melanda perekonomian Indonesia yaitu resesi ekonomi. Ini adalah pelajaran yang sangat penting untuk memeriksa kembali suatu perkembangan keuangan yang memiliki struktur yang sangat kuat dan dapat bertahan dalam situasi apa pun. Ketika krisis global terjadi, hal ini juga memperburuk kondisi perekonomian Indonesia, hanya sektor UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) yang dapat bertahan. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau sebesar 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit adalah Usaha bersekala besar. Fenomena tersebut menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha produktif yang harus dikembangkan untuk mendukung perkembangan ekonomi makro dan ekonomi mikro di Indonesia serta mempengaruhi perkembangan sektor lainnya.”

“Pandemi Covid-19 juga berdampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Secara umum, sebagian besar UKM mengalami penurunan penjualan bahkan kebangkrutan akibat pandemi

# BAB 9

## STRATEGI PEMASARAN UMKM

### A. Pendahuluan

Kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional cukup besar. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) pada 2018, pelaku UMKM berjumlah 64,2 juta atau 99,99% dari keseluruhan pelaku usaha yang terdapat di Indonesia. Adapun serapan tenaga kerja di UMKM mencapai 117 juta orang pekerja atau 97% dari total serapan tenaga kerja di dunia usaha. Tidak hanya itu, kontribusi sektor UMKM dalam perekonomian nasional (PDB) mencapai 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% berasal dari pelaku usaha besar dengan jumlahnya sebesar 5.550 atau 0,01% dari keseluruhan pelaku usaha (Sasongko, 2020).

Berdasarkan Data tersebut, Negara Indonesia memiliki potensi dasar ekonomi yang kuat secara nasional dengan jumlah UMKM khususnya sektor usaha mikro yang banyak dengan serapan tenaga kerja yang besar. Perlu sebuah usaha dan dukungan semua pihak dalam memajukan UMKM bisa bersaing dan tetap bertahan. Salah satu aspek yang sangat penting dalam kemajuan UMKM yaitu adanya strategi pemasaran. Setiap pelaku usaha berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran produknya. Oleh karena itu mereka menyodorkan tawaran kepada konsumen, mencari pelanggan baru, mempertahankan dan mendapatkan loyalitas konsumen. Seberapa banyak UMKM atau perusahaan mendapatkan bagian di pasar (pangsa pasar) tergantung pada seberapa efektif strategi pemasarannya.

# BAB 10

# MANAJEMEN INOVASI UMKM

## A. Pendahuluan

Manajemen inovasi memainkan peran penting dalam mengelola pertumbuhan dan persaingan perusahaan. Contoh perusahaan yang mengelola inovasi dengan baik adalah Apple dan Google. Sejak didirikan pada tahun 1970-an, Apple terus berinovasi untuk memproduksi perangkat iPad, iPhone, dan iPod yang telah mendapatkan penerimaan pasar. Bahkan setelah kematian pendiri Steve Job, Apple diperkirakan akan meluncurkan mobil I. Selain itu, Google juga menawarkan berbagai mesin pencari dan dilengkapi dengan berbagai layanan lain yang unik di Internet. Seorang *entrepreneur* membutuhkan manajemen inovasi untuk mengelola ide yang lahir dari kreativitas dan inovasi yang jumlahnya bisa sangat besar. Keberadaan gagasan tersebut harus diatur dan ditata secara sistematis sesuai dengan perkembangan perusahaan dengan sistem yang terstruktur, sistematis, efisien dan berkelanjutan. Pengusaha harus memahami bahwa dari 1000 ide hebat, hanya satu yang bisa menjadi inovatif. Dibutuhkan 100.000.000 ide cemerlang untuk membuat 100 produk berbeda dalam satu tahun. Ide yang banyak membutuhkan manajemen inovasi yang baik, agar ide tidak menumpuk dan terlambat dikomersialkan. Kesalahan dalam peluncuran produk dan layanan atau keterlambatan memasuki pasar menyebabkan kemungkinan hilangnya pendapatan dan melemahnya daya saing dibandingkan dengan yang lain. Pengusaha juga perlu memahami bahwa ada banyak perubahan mendasar dalam cara

# BAB

# 11

# KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM

## A. Pendahuluan

Keunggulan kompetitif merupakan suatu posisi yang harus dicapai perusahaan jika ingin bertahan dalam persaingan ketat oleh setiap pelaku usaha. Keunggulan kompetitif diperoleh jika suatu perusahaan mempunyai keunggulan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dan kemampuan yang dimiliki jika dibandingkan dengan pesaingnya yang kemudian dikatakan sebagai kompetensi inti. Setiap UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda. Keunggulan kompetitif digunakan pelaku UMKM untuk bersaing satu sama lain dengan mengelola sumber daya dan kemampuan yang dimilikinya. Agar sumber daya dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan maka sumber daya tersebut harus memiliki nilai yang berharga (*valueable*), langka (*rare*), ditiru (*inimitable*), dan mendapatkan dukungan perusahaan (Wurjaningrum, 2015)

“Persaingan pelaku UMKM yang semakin meningkat didukung dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, mengharuskan pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat oleh perubahan ini. Agar bisa bertahan dalam persaingan tersebut, UMKM dituntut untuk selalu siap dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, pelaku UMKM akan berusaha mempertahankan pelanggannya supaya tidak direbut oleh kompetitornya. Hal ini akan berdampak pada tingginya tingkat persaingan antar pelaku UMKM dalam meraih pangsa pasar.

# BAB

# 12

## PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM

### A. Pendahuluan

Pada era digital ini menuntut pelaku usaha agar bisa beradaptasi dengan pemasaran yang baru. Teknologi yang semakin berkembang membantu pelaku usaha mendapatkan informasi secara cepat dan semakin kreatif dalam pemasaran. Pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan keterlibatan teknologi. Akibat Covid-19 pelaku UMKM cenderung mengalami dampak negatif yang lebih daripada perusahaan besar karena sumber daya yang terbatas. Identifikasi masalah oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah mengindikasikan bahwa pandemi covid-19 telah memaksa UMKM menghadapi beberapa masalah seperti penurunan penjualan, kesulitan mendapatkan bahan baku, distribusi yang kurang berjalan akibat *lockdown*, sulitnya memperoleh permodalan, dan rendahnya produktivitas karena terkekang jam kerja.

Digitalisasi telah mendorong pemasar di seluruh dunia untuk mengubah "permainan" pemasaran. Tidak hanya itu, pergeseran teknologi pemasaran bahkan telah mengembangkan perilaku konsumen dan kemampuan pengambilan keputusan mereka (Sungkawati *et al.*, 2022). Di tahun 2022 pandemi covid sudah mulai mereda, perekonomian sudah mulai membaik. Maka dari itu untuk mendongkrak kembali perekonomian, pelaku usaha harus menerapkan strategi untuk meningkatkan kembali bisnisnya. Persaingan bisnis yang semakin tajam dalam memperoleh pangsa pasar, maka pelaku usaha hendaknya bisa



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim. (2021a). Bab 2: Menjaga Sustainable Business Dalam Memasuki Era New Normal. In *Books.Google.Com*. <https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=978-623-6995-21-1&searchCat=ISBN>
- Abdurohim. (2021b). *Bab 6: Perencanaan Dan Strategi* (D. U. Sutiksno & D. Ratna, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Zahir Publishing. <https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2021c). *BAB 9 Devolusi Sumber Daya Manusia Di Era Digital* (Vol. 1). <https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=9786236995365&searchCat=ISBN>
- Abdurohim. (2022a). *Bab 5: Perencanaan Daerah Dan Anggaran Kerja*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Abdurohim, A. (2022b). *Business Planning Models And Strategies To Achieve Optimal Results*.
- Abdurohim, A. (2022c). *Buku Referensi Bumdesku Masa Depan*. In *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Abdurohim. (2022e). *BAB 10: Manajemen Risiko Bank Syariah* (Natalia Artha Malau & Indah Kusumawati, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Insania. <https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=9786235770215&searchCat=ISBN>
- Abdurohim, A. (2022f). *Maintaining Sustainable Business in Entering the New Normal Era*. Available at SSRN 4312317.
- Abdurohim, A., & Purwoko, B. (2022). *Optimalisasi Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan Melalui Sarana Digital*.
- Abdurohim, A., Benu, Y. S. I. P., Putri, S. M. S. S., Hartanto, C. F. B., Marginingsih, R., Supriyanto, A., & Maharani, I. A. K. (2021). *Human Resource Management (Hrm) In Industry 5.0* (Vol. 1). Zahir Publishing.

- Abdurohim, A., & Purwoko, B. (2022). *The Effect Of Professional Competence, Motivation, And Discipline Of Work On Teacher Performance In High School Abpura District, Jayapura City.*
- Achi, A., Adeola, O., & Achi, F. C. (2022). CSR and green process innovation as antecedents of micro, small, and medium enterprise performance: Moderating role of perceived environmental volatility. *Journal of Business Research*, 139, 771–781.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.016>
- Afkari, S. G. *et al.* (2022) 'Manajemen Sumber Daya Manusia di Madrasah', *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), pp. 498–513. Available at: <https://greenpub.org/JIM/article/view/58/55> (Accessed: 21 January 2023).
- Agon, M. *et al.* (2019) 'Human Resources Management System: Soa Reference Model', *International Journal on Information Technologies & Security*, 11, pp. 29–39.
- Amelia, M. N., Y. E. P. and Maharani, I. (2017) 'E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia'. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/172021-ID-none.pdf>.
- Anisa, C. A. (2021). Tingkat Manajemen Dan Manajer Serta Fungsi-Fungsi Manajemen. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2).  
<https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.712>
- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Area, U.M. (2022) *Keputusan Strategis, Program Studi Manajemen | Fakultas Ekonomi Dan Bisnis | UMA*. Available At: <https://Manajemen.Uma.Ac.Id/2022/10/Keputusan->

Strategis-Definisi-Dan-Karakteristik/ (Accessed: 18 January 2023).

- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ayesha, I. et al. (2022) *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Azikin, S.R., Ilyas, G.B. and Asiz, M. (2019) 'Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Komitmen Organisasi Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Bantaeng', *YUME: Journal of Management*, 2(1).
- Bagire, V., Wafler, M., Rieck, C., Asiimwe, J., Abaho, E., Atisinguza, F., Lugali, Y., & Namanya, C. (2021). Waste as Business: Emerging Ugandan micro- and Small-sized Businesses in Resource Recovery and safe Reuse. *Journal of Environmental Management*, 279, 111802. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111802>
- Banirestu, H. (2020) *Bank Mandiri Ajak UMKM Belajar Digital Marketing dari Para Praktisi*. Available at: <https://swa.co.id/swa/trends/bank-mandiri-ajak-umkm-belajar-digital-marketing-dari-para-praktisi>.
- Barbeau, J. M. (2019). Chapter 1 - Enterprise Risk Management – What It Is and Why It Matters. In J. M. Barbeau (Ed.), *Risk Management in Transfusion Medicine* (pp. 1–7). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-323-54837-3.00001-8>
- Blok, V. (2020). What Is (Business) Management? Laying the Ground for a Philosophy of Management. *Philosophy of Management*, 19(2). <https://doi.org/10.1007/s40926-019-00126-9>
- Blommerde-Winters, T. (2022). The roles of NSD performance and standardized service development processes in the performance of micro, small, and medium-sized enterprises.

*Journal of Business Research*, 139, 56–68.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.036>

- Bressan, A., Duarte Alonso, A., & Thi Kim Vu, O. (2023). Business-community relations under COVID-19: A study of micro and small firms. *Journal of Business Research*, 155, 113441. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113441>
- Buckley, P. J., Cui, L., Chen, L., Li, Y., & Choi, Y. (2023). Following their predecessors' journey? A review of EMNE studies and avenues for interdisciplinary inquiry. *Journal of World Business*, 58(2), 101422. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101422>
- Costa Melo, Dr. I., Queiroz, G. A., Alves Junior, P. N., Sousa, T. B. de, Yushimito, W. F., & Pereira, J. (2023). Sustainable digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A review on performance. *Heliyon*, 9(3), e13908. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13908>
- Creativepreneurship (2020) *Perumusan Dan Perencanaan Strategi Bagi UMKM*, Binus.Ac.Id. Available At: <https://Binus.Ac.Id/Bandung/2020/11/Perumusan-Dan-Perencanaan-Strategi-Bagi-Umkm/> (Accessed: 17 January 2023).
- Dabić, M., Stojčić, N., Simić, M., Potocan, V., Slavković, M., & Nedelko, Z. (2021). Intellectual agility and innovation in micro and small businesses: The mediating role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 123, 683–695. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.013>
- Daryanto. (2021). *Manajemen Produksi*. Bandung. Penerbit Yrama Widya.

- Davenport, (2003), *Human Capital, What it is and Why People invest it*, San Fransisco,CA, The Jossey-Bass.
- David, F. R. (2011) *Strategic Management, Buku 1. Edisi 12*. Cirebon: Salemba Empat.
- Egim, A. S. and Nenengsih (2019) 'Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah Di Kota Padang Dengan Pengemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi', *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(3), pp. 21–34. Available at: <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1660>.
- Egim, A. S. (2022) 'Peranan Market Orientation, Inovasi Produk dan Competitive Advantage Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Songket di Kota Sawahlunto', *Jurnal Ecogen*, 5, p. 10. doi: <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.12713>.
- Esubalew, A. A., & Raghurama, A. (2020). The mediating effect of entrepreneurs' competency on the relationship between Bank finance and performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *European Research on Management and Business Economics*, 26(2), 87–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.03.001>
- Farla, W., M. Diah, Y. and Widyanata, F. (2019) 'Pengaruh Keadilan Kompensasi Dan Kepuasan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada UMKM Pembuatan Pempek Palembang', *Jurnal Ecoment Global*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i1.570>.
- Faturochman, O. And Widaningrum, D.A. (2010) 'Masalah Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia'.
- Febrianty, F. et al. (2020) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Urgensi, Trend Dan Ruang Lingkup)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

- Gantino, R. & E. (2010) 'Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan pada PT Guardian Pharmatama. *Journal of Applied Finance and Accounting*', *Journal of Applied Finance and Accounting*, pp. 138-168.
- Greasley, A. (2020). *Absolute Essentials of Operations Management*. NewYork. Routledge.
- Griffin, J. (2015) *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hana, A. (2021) *Komitmen ADA Dukung Digital Marketing untuk UMKM*. Available at: <https://swa.co.id/swa/trends/komitmen-ada-dukung-digital-marketing-untuk-umkm>.
- Handayani, S. N. (2022) *Shopee 11.11 Dorong UMKM Manfaatkan Digitalisasi*. Available at: <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/shopee-11-11-dorong-umkm-manfaatkan-digitalisasi>.
- Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2021). Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Ukm Selama Pandemi Covid-19. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(2). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i2.9682>
- Hanum, R.N. and Zamzami (2021) 'Pengembangan Sumber Daya Manusia di SMK Swasta Airlangga', *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 2(2).
- Hardjono, B., & San, L. P. (2017) 'Customer Relationship Management Implementation and its Implication to Customer Loyalty in Hospitality Industry', *Jurnal Dinamika Manajemen*, pp. 92-107. doi: <https://doi.org/10.15294/jdm.v8i1.10414>.
- Harto, P., & Abdurohim, A. (2021). Bab 7 Evaluating Knowledge Management. *Knowledge Management*, 129.
- Heizer, J. & Render, B. (2016). *Manajemen Operasi*. Edisi Sebelas. Jakarta: Salemba Empat.

- Hestanto (2022) *Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM*. Available at: <https://www.hestanto.web.id/digital-marketing-umkm/>.
- Hidayat, A. S., Kartono, K., Mardiyani, M., & Lisara, I. (2020). Meningkatkan Daya Saing UMKM Kicimpring melalui Program “Melek UMKM.” *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 8(1). <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i1.5040>
- Hikmah, N. (2019). Peranan Manajemen Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usahatani Cengkeh Di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Agroland*, 26(3).
- Huzain, H. (2021) *Pengelolaan Sumber Daya Manusia*. Makassar.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1).
- Inayati, T. (2018) ‘Strategi Manajemen Sdm, Orientasi Pasar, Dan Kinerja UKM’, *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14(2), pp. 120-131. Available at: <https://doi.org/10.33830/jom.v14i2.157.2018>.
- Indonesia, U. (2022) *8 Inovasi yang Wajib Dicoba Pelaku UMKM Supaya Bisnis Berkembang*. Available at: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/8-jenis-inovasi-yang-efektif-untuk-menaikkan-skala-umkm>.
- Insyiah, C., Respati, H. and Sunardi, S. (2021) ‘Pengaruh Praktek Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Koperasi Melalui Partisipasi Anggota di Koperasi Setia Budi Wanita Malang’, *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.117>.
- Iskandar, E. D. (2016) *Diferensiasi Nyonya Indo Menyruak di Pasar Batik*. Available at: <https://swa.co.id/swa/business->

strategy/diferensiasi-nyonya-indo-menyeruak-di-pasar-batik.

- Jafari-Sadeghi, V., Amoozad Mahdiraji, H., Alam, G. M., & Mazzoleni, A. (2023). Entrepreneurs as strategic transformation managers: Exploring micro-foundations of digital transformation in small and medium internationalists. *Journal of Business Research*, 154, 113287. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.051>
- Jati, B. & Priyambodo, T. K. (2015). *Kewirausahaan-Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksakta*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Julyanthry, Putri, D. E. and Sudirman, A. (2021) *Kewirausahaan Masa Kini*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kadin. (2022). Menko Airlangga Tekankan Akselerasi Ekonomi Digital dan Singgung UMKM Harus “Naik Kelas”.
- Kartajaya, H. (2010) *Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. , Nasution, A. H., Purnomo, B. R., Ciptarahayu, A., Larso, D., Mirzanti, I. R., Rustiadi, S., Daryanti, H. K., Mulyana, A. (2012). *Modul Kewirausahaan Untuk Program STRATA 1*. Jakarta: Hikmah (PT. Mizan Publika).
- Kemenkop UKM (2022) *Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM*. Available at: <https://smesta.kemenkopukm.go.id/pemanfaatan-digital-marketing-oleh-pelaku-umkm/>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia . Pada Siaran Pers Rapimnas
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Direktorat jenderal aplikasi informatika. Pada Acara Acara Webinar Membangkitkan Perekonomian UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. 2020



- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia . Pada Siaran Pers UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.2021
- Kementerian Investasi /BKPM. Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia.2017
- Kenangan, K. (2020) *Kopi Kenangan*. Available at: <https://kopikenangan.com/>.
- Kertajaya, H. (2005) *Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kijkasiwat, P., Wellalage, N. H., & Locke, S. (2021). The impact of symbiotic relations on the performance of micro, small and medium enterprises in a small-town context: The perspective of risk and return. *Research in International Business and Finance*, 56, 101388. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101388>
- Kodrat, D. S. (2009) *Manajemen Distribusi*. Malang: Graha Ilmu.
- Kominfo (2021) *Pemerintah Dorong Digitalisasi UMKM hingga Pemerintah Daerah*. Available at: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/34175/pemerintah-dorong-digitalisasi-umkm-hingga-pemerintah-daerah/0/berita>.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2018) *Manajemen Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. & G. A. (2016) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kripik\_kacajkt (2022) *kripik\_kacajkt*, *Instagram*. Available at: [https://www.instagram.com/p/CW7\\_EOSPWZq/](https://www.instagram.com/p/CW7_EOSPWZq/).
- Kurniawan, L.Y. (2019) 'Konsep Pengambilan Keputusan'.
- Kusnadi, I. H., Dinarwati, S., & Suparman, A. (2020). Kinerja Bidang Pengelolaan Pasar Dalam Pemungutan Retribusi Pasar Pada Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian

Kabupaten Subang. *The World of Financial Administration Journal*. <https://doi.org/10.37950/wfaj.v1i1.756>

- Lailah Fujianti, Susilowati, Soemarsono, Sri Irvianti, & Keniji Harisandi. (2021). Meningkatkan Keahlian Pembukuan Berbasis Handphone bagi UMKM Posdaya Cempaka. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(1). <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2557>
- Laiman. A., Lengkong, V. P. K., & Sendow, G. M. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pelatihan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Lia, D.A., Hidayat, R. and A, Z.Z. (2015) 'Penilaian kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berdasarkan Analisis Rasio Keuangan (Studi pada IRT Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Tahun 2011-2014)', *Jurnal Administrasi Bisnis Agustus*, 25(1).
- Lovelock, C. (2012) *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. & Kurniawan. (2019). *Technopreneurship*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? Sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS. *Forum Ekonomi*, 23(4).
- Mansyur, A. R. (2020) 'Dampak COVID-19 Terhadap Dinamika Pembelajaran Di Indonesia', *Education and Learning Journal*, Vol. 1, No, pp. 113-123.
- Marjoko, G. (2020) 'Rencana Pemasaran Untuk Usaha Kecil', *Rumah UMKM*, P. 1. Available At: <https://www.Rumahumkm.Net/2020/05/Rencana-Pemasaran-Untuk-Usaha-Kecil.Html>.
- Milatul H, R. (2013). *Manajemen Inovasi*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya..

- Molina-Azorin, J. F., López-Gamero, D., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., & Pertusa-Ortega, E. M. (2021). Environmental management, human resource management and green human resource management: A literature review. In *Administrative Sciences* (Vol. 11, Issue 2). <https://doi.org/10.3390/ADMSCI11020048>
- Muljono, R. K. (2018) *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Naeini, A. B., Zamani, M., Daim, T. U., Sharma, M., & Yalcin, H. (2022). Conceptual structure and perspectives on “innovation management”: A bibliometric review. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122052. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122052>
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia: Profil , Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*. Volume 2, Nomor 1/ Januari 2009.
- Nguyen, V. K., Pyke, J., Gamage, A., de Lacy, T., & Lindsay-Smith, G. (2022). Factors influencing business recovery from compound disasters: Evidence from Australian micro and small tourism businesses. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.08.006>
- Nugroho, S. B. M., & Abdurrohm, A. (2021). Bab 12 Inovasi Dan Kreativitas Ekonomi Pada Masa New Normal. *Menakar Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19 & New Normal*, 180.
- Noor, H.C.M. And Rahmasari, G. (2018) ‘Esensi Perencanaan Bisnis Yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)’, *Jurnal Abdimas BSI*, 1(3).
- Nugroho, A.. (2020) *Survei Kinerja UMKM Di Masa Pandemi COVID19. Biro Kerja Sama, Hukum, Dan Humas LIPI, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)*. Available At:

[Http://Lipi.Go.Id/Berita/Survei-Kinerja-Umkm-Di-Masa-Pandemi-Covid19/22071](http://Lipi.Go.Id/Berita/Survei-Kinerja-Umkm-Di-Masa-Pandemi-Covid19/22071).

- Nur Fitria, M., Fauziyah, A., Koeswandi, T. A. L., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2022). Peningkatan Literasi Digital Marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *Acitya Bhakti*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/acb.v2i1.14618>
- Nur, N. W. S., Titin, T. E. M., & Diza, D. S. L. (2021). Pelatihan Pembukuan Sederhana Pada Pelaku UMKM Brem. *Jurnal SOLMA*, 10.
- Nurjannahtul, H., Anwar, Muh. Ichwan Musa, R.S. (2022) 'Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menentukan Tingkat Likuiditas Pada PT. Astra Agro Lestari TBK Periode 2015-2020', *S E I K O : Journal Of Management & Business*, 5 (1) 2022, Pp. 418-425. Available At: <https://Doi.Org/DOI:https://Doi.Org/10.37531/Sejaman.V5i1>.
- Obedgiu, V. (2017) 'Human resource management, historical perspectives, evolution and professional development', *Journal of Management Development*. Available at: <https://doi.org/10.1108/JMD-12-2016-0267>.
- OECD. (2017). *Small, Medium, Strong. Trends in SME Performance and Business Conditions*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264275683-en>
- Psychogios, A., & Prouska, R. (2019). *Managing People in Small and Medium Enterprises in Turbulent Contexts*. <https://www>.
- Pajak, S. (2022) *Yuk Ketahui Bagaimana Strategi Peningkatan Kualitas Produk UMKM*. Available at: <https://www.sobatpajak.com/article/63736b9dc6df9c22701df47f/Yuk-Ketahui-Bagaimana-Strategi-Peningkatan-Kualitas-Produk-UMKM>.
- Palmer-Abbs, M., Cottrill, C., & Farrington, J. (2021). The digital lottery: The impact of next generation broadband on rural small and micro businesses in the North East of Scotland. *Journal of Rural Studies*, 81, 99-115.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.049>

- Pardede, P. M. (2011) *Manajemen Strategik Dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Patimah, S. (2012) 'Pengembangan ukm melalui pelatihan dan pendampingan manajemen usaha di sentra sepatu cibaduyut', *Jurnal Ilmu Administrasi: Media ...*, IX(3).
- Prasetiani, T.R., Astuti, S.P. And Sutrisno, C.R. (2020) 'Perencanaan Bisnis Kerajinan Perca Batik Untuk UMKM', *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 34(1), P. 32. Available At: <https://doi.org/10.31941/jurnalpena.v34i1.997>.
- Pratiwi, S. N. (2020) 'Manajemen Strategi Sumber Daya Manusia Pendidikan Di Era 4.0', *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, p. 1.
- Putri, M.N. (2022) 'Literasi Keuangan Syariah Dan Kinerja UMKM', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), Pp. 81-87. Available At: <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>.
- Putri, D. E. *et al.* (2020) 'Minat Kunjungan Ulang Pasien yang Ditinjau dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar', *Jurnal Inovbiz: Inovasi Bisnis*, 8, pp. 41-46. Available at: [www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP](http://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP).
- Putri, D. E., Sudirman, A., *et al.* (2021) *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Putri, D. E., Arta, I. P. S., *et al.* (2021) *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Radianto, W. E. (2021) *Strategi Dalam Konteks Pengendalian Manajemen*. Edited by M. A. Marlina. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Rahayu, E. M. (2022) *Program Sanubari SiCepat Dukung Digitalisasi UMKM Menuju Presidensi G20*. Available at:

<https://swa.co.id/swa/csr-corner/program-sanubari-sicepat-dukung-digitalisasi-umkm-menuju-presidensi-g20>.

- Rangkuti, F. (2015) *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratu, M. (2020) *Jejamu*. Available at: [www.mustikaratu.com](http://www.mustikaratu.com).
- Robbins, S. P. & Coulter, M. (2016). *Manajemen*. Edisi Kesepuluh Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Roth Cardoso, H. H., Dantas Gonçalves, A., Dambiski Gomes de Carvalho, G., & Gomes de Carvalho, H. (2020). Evaluating innovation development among Brazilian micro and small businesses in view of management level: Insights from the local innovation agents program. *Evaluation and Program Planning*, 80, 101797. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2020.101797>
- Rothwell, W., & Kazanas, (1994). *Human resource development: A Strategic Approach* (rev.ed). Amherst, MA: Human Resource Development Press
- Saita, F. (2007). Chapter 1 - Value at Risk, Capital Management, and Capital Allocation. In F. Saita (Ed.), *Value at Risk and Bank Capital Management* (pp. 1-5). Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-012369466-9.50002-0>
- Saita, F. (2007). Chapter 8 - Risk-Adjusted Performance Measurement. In F. Saita (Ed.), *Value at Risk and Bank Capital Management* (pp. 195-216). Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-012369466-9.50009-3>
- Saleh, A. M. (2014) *Customer Relationship Management (CRM)*. Available at: <http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/customer-relationship-management-crm/>.
- Sanusi, A. (2011), *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

- Sasongko, D. (2020) *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Available at: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.h>.
- Sianturi, M. W. E. (2020) 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI', *E Jurnal Unmul*, Volume 8 n. doi: <http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v8i4.3799>.
- Silalahi, M., Abdurrahim, A., Romy, E., Chandra, V., & Sudirman, A. (2022). The Involvement Locus of Control, Servant Leadership, and Innovative Work Behavior to Improve Teacher Performance. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 12(2), 751–763.
- 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.
- Siregar, R. T. et al. (2021) *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Slack, N & Jones, A. B. (2018). *Essentials of Operations Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Soekarno, S., Mirzanti, I. R., Subroto, C. G., Kautsar, A. W. (2021). *Manajemen Keuangan Untuk Wirausaha Mula*. Jakarta: Prenada.
- Sophia, P. (2022) *Manfaat dan Jenis Pelatihan yang Bisa Diikuti UMKM*, <https://umkm.kompas.com/>.
- Stevenson, W. J. (2021). *Operations Management* 14<sup>th</sup> edition. NewYork. McGraw Hill Education
- Subagyo & Purnomo, H. (2020). *Manajemen UMKM*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Subanar, H. (2001). *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.

- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2014). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. *www.Kemenkeu.Go.Id.*
- Sudati, N. S. *et al.* (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa Msmes The Pillar For Economy. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2 2019*
- Sukriani, L., Eka Dianita Marvilianti Dewi, P., & Arie Wahyuni, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja, Pelatihan, dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Bumdes Di Kecamatan Negara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 9(3).*
- Sule, E. T. & Saefullah, K. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Sungkawati, E. *et al.* (2022) *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*. 1st edn. Edited by D. E. Putri. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Sunyoto, D. (2012) 'Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan pertama', *Yogyakarta: Caps* [Preprint].
- Suryana (2013) 'Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses', *Jakarta: Salemba Empat* [Preprint].
- Suryanto And Rasmini, M. (2018) 'Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya ((Survey Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kota Bandung)', *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi, 8(2).*
- Tampubolon, H. (2016) *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Perannya Dalam Pengembangan Keunggulan Bersaing*. 1st edn. Jakarta: Penerbit Papas Sinar Sinanti.
- Tjiptono, F. (2015) *Strategi Pemasaran*. 4th edn. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trapp, C. T. C., & Kanbach, D. K. (2021). Green entrepreneurship and business models: Deriving green technology business model archetypes. *Journal of Cleaner Production, 297, 126694.*



- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 102156. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Trusvation (2020) *5 Hal Terkait Perencanaan Manajemen UMKM, Trusvation Business Made Easier*. Available At: <https://www.trusvation.com/5-hal-terkait-perencanaan-manajemen-umkm-dan-koperasi/> (Accessed: 17 January 2023)
- Umam, K. and Atho'illah, Y. (2021) 'Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Karyawan Commanditaire Vennootschap Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerjanya', *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.15642/manova.v4i1.387>.
- Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- University, S. (2022) *Pengertian Supply Chain Management, Prinsip Hingga Proses Bisnis*. Available at: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/supply-chain-management/> .
- Utami, E. (2021). *Implementasi Manajemen Mutu pada Proses Produksi UMKM: Literatur Review*. Youth & Islamic Economic Journal Vol 02 N0. 2: Juli 2021.
- Veeravalli, S. G., Chereni, S., Sliuzas, R. V, Flacke, J., & Maarseveen, M. v. (2022). Factors influencing flood damage mitigation among micro and small businesses in Kampala, Uganda. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 82, 103315. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103315>
- Wahjono, S.I., Marina, A., Maro'ah, S., & Widayat. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Witanti, W. *et al.* (2017) 'Pengukuran Kinerja Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Balanced Scorecard (BSC)', *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 6(2).
- www.hariansinggalang.co.id (2016) *Bukittinggi Unggulkan Bordiran dan Sanjai Hadapi MEA*. Available at: <https://hariansinggalang.co.id/bukittinggi-unggulkan-bordiran-dan-sanjai-hadapi-mea/>.
- www.tribunnews.com (2020) *Produk Kerajinan Tangan UMKM Unggulan Ekspansi ke Pasar Dunia*, *www.tribunnews.com*. Available at: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/12/12/produk-kerajinan-tangan-umkm-unggulan-ekspansi-ke-pasar-dunia>.
- Wulandari, I. G. A. A., & Parameswara, A. A. G. A. (2020). Problematika UMKM Berbasis Budaya Lokal di Bali (Studi Kasus Pemasaran Produk UMKM Berbasis Budaya Lokal di Pesta Kesenian Bali). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 101. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1263>
- Wurjaningrum, F. (2015) 'Pengaruh Aset Manajemen Proyek dan Hasil Kinerja Manajemen Proyek dengan Pendekatan VRIO Framework', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, XXV(2).
- Yunus, E. (2016) *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Andi
- Zainul, M. (2019). *Manajemen Operasional*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zakawali, G (2022) *Bagaimana Cara Menentukan Gaji Karyawan untuk Usaha Kecil?*, <https://store.sirclo.com/>.

## TENTANG PENULIS

### PENULIS BAB 1 DAN BAB 2

**Dr. Abdurohim, S.E., M.M.**



Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra). Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Manajemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan

Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan. **Pendidikan Doktor (S3)** Ilmu Manajemen dari **Universitas Cendrawasih** (2017), **Pendidikan Magister Manajemen (S2)**-Manajemen Keuangan, dari **Universitas Hasanudin** (2003), dan **Pendidikan Sarjana (S1)** Manajemen Keuangan & Perbankan dari **STIE YPKP Bandung** (1989). Saat ini sebagai pengajar/dosen Lektor pada **Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat**. Telah menyelesaikan penulisan buku (Kolaborasi) sebanyak: **62 buah Book Chapter Sudah terbit dan Ber ISBN.**

Penulis sudah menerbitkan 20 buku Ber ISBN & HKI yaitu *E-Commerce* (Strategi dan Inovasi Bisnis berbasis Digital), *Analisa Laporan Keuangan, Anggaran Operasional Perusahaan Manufaktur, Bank dan lembaga Keuangan Lainnya, Etika Bisnis Suatu Pengantar, HRM in Industry 5.0, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen, Kesehatan Lingkungan suatu pengantar, Knowledge Management, Marketing Tourism Service, Menakar Ekonomi masa pademi & New normal, New Normal Era Edisi II, Operations Management, Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa depan, Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia, The Art of Branding, Pasar Modal Syariah, Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0).*

Selain karya tadi, penulis juga memiliki karya ilmiah lain yang masih dalam proses penerbitan dan Ber ISBN sebanyak 16 buku antara lain Perencanaan & Simulasi Bisnis, Manajemen Strategi, *Business Sustainability*, *eCommerce*, Mencari wajah pembangunan di Indonesia, *Business Intelligence*, *Digital Economy e Government*, Analisa Laporan Keuangan, Metode Penelitian Kualitatif, Pengantar Manajemen, Manajemen Konflik, Sistem Transaksi Keuangan, Kebijakan Perpajakan di Indonesia,. Keuangan Daerah (Perencanaan & Anggaran Daerah), Konsep dasar Akuntansi, *Financial Technology*, HRM: Perencanaan & Rekrutmen SDM.

Penulis telah mengikuti pendidikan/Lulus: **Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs).** Bersertifikat : Dosen Profesional (Serdos) dan sebagai Anggota : *Project Management Office* Indonesia (POPI)  
Email : [Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id](mailto:Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id)

## **PENULIS BAB 3 DAN BAB 10**

**Ni Wayan Ari Sudiartini, S.E.,M.Si**



Penulis Berasal dari Provinces Bali dan kelahiran di Kota Denpasar pada tanggal 28 April 1987. Penulis adalah bagian dari dosen pada Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta. Menyelesaikan pendidikan S1 Pada Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi Universitas Udayana pada tahun 2005 hingga 2009. Strata 2 dilanjutkan pada Jurusan Magister Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana pada tahun 2010 hingga 2012. Penulis menggemari penelitian dimana secara bertahap memenangkan Penelitian Skema Dosen Pemula Pendanaan Kemenristek Dikti pada Tahun 2019 dan 2020. Penulis juga berkontribusi aktif sebagai author di berbagai jurnal ilmiah dan sebagai pengelola Jurnal Satyagraha yang sudah terakreditasi sinta 6. Harapan yang di inginkan penulis untuk buku ini dapat memberikan manfaat dan tambahan wawasan bagi para mahasiswa dan masyarakat banyak.

**PENULIS BAB 4 DAN BAB 5**

**Ulfa Hidayati, S.Pd., M.M.**



Penulis lahir di, Maros tanggal 30 Oktober 1991. Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Universitas Negeri Makassar dan melanjutkan S2 pada Universitas Muslim Indonesia. Penulis menekuni keilmuan

Manajemen Sumber Daya Manusia.

## **PENULIS BAB 6 DAN BAB 7**

**Leni Nurhayati, S.Si., M.A.B.**



Penulis lahir di Sumedang tanggal 08 Februari 1982. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Informatika Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Sebelas April Sumedang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Biologi Fakultas MIPA Universitas Padjadjaran pada tahun 2005. Kemudian menyelesaikan pendidikan S2 di Master of Business Administration ITB pada tahun 2007. Fokus risetnya saat ini

adalah di bidang manajemen, pendidikan, kewirausahaan, dan *social computing*.

## **PENULIS BAB 8 DAN BAB 11**

**Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.**



Rahmi Utami kelahiran Jakarta tahun 1983, menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Indonesia FISIP-Ilmu Administrasi Fiskal dan melanjutkan S2 FEB-Magister Management Universitas Gadjah Mada, pengalaman sebelumnya sebagai praktisi di industri perbankan dan pernah mengajar sebagai dosen Luar Biasa di beberapa kampus, saat ini sebagai

dosen tetap untuk prodi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Tempo dan dosen Luar Biasa FEB-Universitas Sahid, selain mengajar penulis aktif sebagai Asesor Sertifikasi BNSP kompetensi profesi kewirausahaan dan pemasaran LSP Menprindo, juga sebagai pelaku usaha jasa, penulis bisa dihubungi melalui email: [utamirahmi13@gmail.com](mailto:utamirahmi13@gmail.com)



## **PENULIS BAB 9 DAN BAB 12**

**Ash Shadiq Egim, S.E., M.M.**



Penulis lahir di Bukittinggi tanggal 31 Oktober 1987. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbankan Indonesia, Padang. Pada tahun 2010 penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Konsentrasi Marketing pada Universitas Negeri Padang dan 2016 menyelesaikan S2 pada Jurusan Magister Manajemen Universitas Negeri Padang. Penulis menekuni bidang manajemen marketing. Disamping mengajar, penulis juga aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di bidang pemasaran, *digital marketing* dan pengembangan UMKM.

REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan 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 : EC00202329902, 14 April 2023

### Pencipta

Nama : **Abdurohm, Ni Wayan Ari Sudiartini dkk**  
Alamat : Bumi Panyawangan, Jln. Marsawa III, No.3, RT/RW 001/024, Desa Cileunyi Kulon, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40621, Bandung, Jawa Barat, 40621

Kewarganegaraan : Indonesia

### Pemegang Hak Cipta

Nama : **Abdurohm, Ni Wayan Ari Sudiartini dkk**  
Alamat : Bumi Panyawangan, Jln. Marsawa III, No. 3, RT/RW 001/024, Desa Cileunyi Kulon, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40621, Bandung, Jawa Barat, 40621

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **Manajemen UMKM**

Tanggal dan tempat ditunjukan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 30 Maret 2023, di Purbalingga

Jangka waktu perlindungan : 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 : 000462823

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 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.