KEWIRAUSAHAAN
Penerapan dan Pengelolaan

Salah satu program kegiatan akademik dalam perguruan tinggi bagi mahasiswa adalah kegiatan kewirausahaan. Kegiatan ini sudah tentu selain melibatkan dosen juga melibatkan mahasiswa. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk atau perwujudan rasa peduli insan kampus terhadap segala bentuk permasalahan usaha mikro maupun usaha keluarga yang semakin tumbuh pesat dan sekaligus mendukung Kurikulum MBKM. Permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro atau usaha rumahan adalah keterbatasan sumber permodalan untuk pengembangan usaha mereka, mengatasi kelangkaan sumber bahan baku atau bahan baku alternatif, efisiensi dalam pengelolaan kegiatan usaha, keterbatasan informasi dan inovasi produk dan layanan serta tata kelola manajemen yang baik. Disisi lain masih adanya kendala atau keterbatasan kemampuan dalam mengelola pengembangan produk dalam bentuk desain kemasan produk, proses labelisasi pada kemasan, bidang sertifikasi produk seperti sertifikasi P-IRT, sertifikasi BPOM, dan sertifikasi Halal-MUI, yang kesemuanya satu sama lain saling berintegrasi. Kegiatan pengembangan usaha mikro atau usaha rumahan perlu mendapatkan informasi dan pelatihan mengenai penerapan teknologi yang terkait dengan aspek kegiatan usaha tersebut. Oleh karenanya karena masih banyak terdapat keterbatasan tersebut mengakibatkan hambatan bagi pemilik usaha ketika mereka ingin mengembangkan usaha dan produk menuju ke tahap yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing mereka. Salah satu model pembelajaran bagi pelaku usaha mikro atau usaha rumahan dan pembelajaran bagi mahasiswa adalah mengenal, mengetahui dan memahami sekaligus berani menerapkan proses melalui pelatihan bagi pelaku mereka. Tujuan akhir adalah menciptakan sinergi dan interaksi antara perguruan tinggi dengan dunia usaha dalam jangka panjang dengan bentuk yang saling menguntungkan kedua belah pihak melalui program penerapan MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka). Mahasiswa mendapatkan pembelajaran secara psikomotorik tentang dunia usaha beserta segala bentuk permasalahan dengan solusinya. Model pembelajaran ini hanya dapat diterapkan melalui kegiatan kewirausahaan yang berkesinambungan.

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

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

ISBN 978-623-120-385-4
9 786231 203854

KEWIRAUSAHAAN
Penerapan dan Pengelolaan

I Putu Artaya, SE., MM
Dr. Arasy Alimudin, SE., MM
Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

KEWIRAUSAHAAN
Penerapan dan Pengelolaan

Penulis : I Putu Artaya, SE., MM
Dr. Arasy Alimudin, SE., MM
Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Amini Nur Ihwati

ISBN : 978-623-120-385-4

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 2024**
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 : 2024

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

Salah satu unsur Tri Dharma Perguruan Tinggi yang menjadi beban wajib dosen dalam kegiatan akademik di program studi adalah kegiatan Kewirausahaan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan kewirausahaan dapat mengacu pada peraturan dan kegiatan terjadwal yang dirancang dalam lingkup universitas dan melibatkan seluruh dosen dari semua program studi yang ada dan bersifat multidisiplin keilmuan yang tertuang dalam sebuah kegiatan yang berorientasi kepada sebuah pelayanan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk dan wujud. Salah satu kegiatan ini dapat diwujudkan dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat terutama kelompok masyarakat yang berkecimpung di bidang usaha kecil atau usaha rumahan.

Buku ajar yang membahas kewirausahaan disusun dari beberapa hasil riset mengenai kewirausahaan baik hasil riset di Indonesia maupun hasil riset di lingkungan negaraAsia tenggara maupun negara Eropa. Kegiatan kewirausahan telah dilakukan di luar kampus dan berfokus pada kegiatan pelatihan dengan menjadikan dosen yang terlibat sebagai narasumber dalam pelatihan tersebut, salah satu kegiatan yang cukup fenomenal adalah kegiatan pelatihan usaha kecil di lingkungan Dinas Koperasi dan Klinik UMKM Provinsi Jawa Timur terutama yang terkait bidang kewirausahaan, dan berbagai bentuk aktivitasnya atau kegiatannya melalui jalinan kerjasama yang berlangsung hingga sekarang. Secara lebih luas bagi pemilik usaha kecil atau usaha mikro, buku ini dapat menjadi bahan bacaan dan menuntun mereka ketika bagaimana memperbaiki usahanya secara fokus dalam proses pengelolaan dan perluasan pasarnya.

Banyak hal yang dapat dicermati dalam kegiatan kewirausahaan pada kelompok pelaku usaha kecil, mengingat pelaku usaha kecil dilakukan oleh kelompok masyarakat dan individual yang tentunya sarat dengan segala bentuk hambatan serta kendala dalam

pelaksanaannya, peran akademi disini baik dosen dan juga mahasiswa adalah mencoba melakukan sintesa dan sebuah pemikiran jangka panjang agar dapat diperoleh gambaran realistis mengenai alternatif solusi guna memberikan jalan keluar terhadap segala bentuk permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil tersebut. Kegiatan ini cukup bagus mendapat respon dari pelaku usaha kecil karena terciptanya komunikasi antara kedua pihak untuk mencoba berbagai bentuk kemungkinan dalam usaha mengatasi masalah yang ada secara riel dan nyata. Beberapa kendala menyolok dalam kegiatan dan operasional usaha kecil yang dilakukan oleh masyarakat adalah semakin berubahnya kondisi lingkungan yang ditandai dengan munculnya beberapa bentuk masalah baik secara internal dan eksternal pada kegiatan usaha tersebut antara lain: persaingan antar usaha, kendala pendanaan, kendala bahan baku, kendala pemasaran dan jaringan penjualan, kondisi konsumen yang semakin dinamis, peraturan daerah dan pemerintah, lingkungan usaha yang semakin menuntut efisiensi dan kinerja dalam penghematan sumber daya, faktor kerjasama antar pelaku usaha, masalah hak patent, disain produk dan kemasan, sanitasi dan perbaikan lingkungan, penggunaan bahan baku yang dapat didaur ulang, bahan baku alternatif ramah lingkungan dan beberapa kendala lain yang membutuhkan sentuhan teknologi yang lebih maju dan tepat guna.

Semoga bermanfaat.

Surabaya, Mei 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **x**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **xi**
BAB 1 KEGIATAN PEMASARAN DAN PROSES PRODUKSI BAGI USAHA MIKRO **1**
A. Gambaran Sekilas Usaha Kecil 2
B. Pemahaman Daya Saing 3
C. Faktor Internal Dalam Pengembangan Usaha 8
D. Faktor Eksternal Dalam Pengembangan Usaha 12
E. Faktor Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Usaha 14
F. Hambatan Dalam Pemasaran dan Proses Produksi 19
G. Kasus di Bidang Pemasaran dan Proses Produksi 21
H. Analisis Penulis 22
RANGKUMAN 26
DAFTAR ISTILAH 27
LATIHAN SOAL 28
BAB 2 PERBAIKAN KEMASAN PRODUK BAGI USAHA MIKRO **29**
A. Makna Kemasan Produk 30
B. Fungsi Kemasan Bagi Produk 38
C. Peran Kemasan 39
D. Jenis-Jenis Kemasan 40
E. Kemasan Merupakan Alat Pencitraan Bagi Merek 43
F. Willingness to Pay 44
G. Keterbatasan Ukm Dalam Memahami Kemasan 46
H. Contoh Kasus yang Terjadi pada Pelaku Usaha Kecil di Bidang Kemasan Produk 48
I. Analisis dan Solusi 49
J. Cara Menjual Secara Online 50
RANGKUMAN 52
DAFTAR ISTILAH 53

LATIHAN SOAL 54
SOAL KASUS.....55
BAB 3 MAKNA MEMBANGUN JARINGAN PENJUALAN....57
A. Makna Membangun Jaringan Penjualan.....58
B. Makna Jaringan Bagi UKM.....58
C. Syarat Membangun Jaringan Bagi UKM.....59
D. Makna Dalam Membangun Jaringan 61
E. Bagaimana Cara Membangun Jaringan.....61
F. Manfaat Jaringan Penjualan 64
G. Manfaat Teknologi Dalam Membangun Jaringan.....66
H. Mendesain Jaringan Penjualan Melalui Pelatihan.....72
I. Permasalahan Dalam Jaringan Penjualan dan Transaksi Secara Online.....74
J. Analisis Penulis 80
RANGKUMAN.....82
DAFTAR ISTILAH.....83
LATIHAN SOAL 84
BAB 4 HAK PATEN BAGI PRODUK UKM 86
A. Makna Hak Paten 87
B. Subyek yang Dipatenkan.....88
C. Pentingnya Haki Bagi Produk Usaha Mikro.....93
D. Hak Paten Bagi Merek atau Produk UKM.....94
E. Produk Usaha Mikro Harus Memiliki Hak Paten 96
F. Relevansi Hak Paten Untuk Produk UKM 100
G. Prosedur Pendaftaran Hak Paten.....108
RANGKUMAN.....112
DAFTAR ISTILAH.....113
LATIHAN SOAL 114
BAB 5 MEDIA IKLAN BAGI USAHA MIKRO 118
A. Media Iklan Elektronik Bagi Usaha Mikro.....119
B. Efektifitas Media Iklan Bagi Usaha Mikro 139
RANGKUMAN.....140
DAFTAR ISTILAH.....141
KASUS BERBELANJA SECARA ONLINE.....142

DAFTAR PUSTAKA 145
GLOSARIUM 151
TENTANG PENULIS 169

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Berbagai Produk dari Pelaku Usaha Mikro 2
Gambar 1. 2. Pelaku Usaha Kecil dari Sektor Koperasi 3
Gambar 1. 3. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Anggota Koperasi ...7
Gambar 1. 4. Kegiatan Pameran UKM di Sidoarjo-Sebagian Besar Anggota adalah Koperasi.....9
Gambar 1. 5. Sumber Informasi Untuk Pengembangan Koperasi dan UKM 14
Gambar 1. 6. Aspek Pengembangan Bisnis Menggunakan Spiritual.....17
Gambar 2. 1. Produk Krupuk Udang yang Tidak Menggunakan Disain Kemasan, Tidak Memiliki Estetika dan Daya Tarik 31
Gambar 2. 2. Produk Madu Yang Telah Menggunakan Desain Kemasan 34
Gambar 2. 3. Produk Terasi yang Belum Menggunakan Kemasan 37
Gambar 2. 4. Produk Terasi yang Telah Menggunakan Kemasan 37
Gambar 2. 5. Display, Tata Letak Produk Agar Memiliki Daya Pikat/Daya Tarik 39
Gambar 2. 6. Kemasan Mampu Meningkatkan Nilai Tambah.....45
Gambar 2. 7. Memanfaatkan Media Online Untuk Menjalankan Usaha Kecil 51
Gambar 3. 1. Kebersamaan Pelaku Usaha Kecil/UKM Berpotensi Untuk Membangun Jaringan. 65
Gambar 3. 2. Ilustrasi mengenai berkumpulnya sesama pelaku usaha dalam satu Link seperti di atas dapat membentuk jaringan penjualan yang potensial 73
Gambar 4. 1. Tujuh Pilar HAKI yang Harus Mampu Melindungi Produk UKM 100
Gambar 5. 1. Contoh Penggunaan Iklan SMS Broadcast Dalam Memasarkan Produk/Jasa. 122

Gambar 5. 2. Mekanisme Pengiriman SMS Broadcast..... 125
Gambar 5. 3. Model Iklan Elektronik pada Tokopedia..... 135
Gambar 5. 4. Bentuk Dekorasi Toko Dalam Toko Online 136

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, tidak lupa tim penulis menghaturkan dan mengucapkan terima kasih kepada Bpk. **Prof. Jaka Sriyana, SE., MSi., Ph.D** yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan arahan dan masukan kepada tim penulis hingga buku ini dapat terselesaikan.

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Bagi dosen program studi Manajemen, buku ajar ini dapat menjadi satu sumber pengayaan bahan ajar, dalam mata kuliah Kewirausahaan, Pengantar Bisnis, Pengantar Ekonomi, dan Manajemen Operasional.
2. Dosen dari program studi lain yang ingin memdapatkan salah satu buku penunjang sekaligus bahan bacaan ketika mengajar dan mengadakan riset dalam menunjang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).
3. Buku ajar ini dapat dijadikan penopang kegiatan untuk mendalami proses pembelajaran dan pengelolaan kegiatan wirausaha dan wiraniaga mahasiswa ketika mereka telah memasuki semester akhir.

KEWIRAUSAHAAN

Penerapan dan Pengelolaan

I Putu Artaya, SE., MM
Dr. Arasy Alimudin, SE., MM
Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM

BAB 1

KEGIATAN PEMASARAN DAN PROSES PRODUKSI BAGI USAHA MIKRO

Tujuan Pembelajaran Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami, mengenai proses pengelolaan usaha kecil
2. Mahasiswa dapat memahami dan dapat mempelajari proses problem founding pada proses kegiatan usaha kecil
3. Mahasiswa dapat mempelajari sebagai bahan kajian dalam memberikan alternatif solusi dalam mengatasi permasalahan usaha kecil di bidang pemasaran dan proses produksi
4. Mahasiswa dapat menekuni dan mengimplementasikan kegiatan usaha tersebut sebagai output dalam proses pembelajaran

BAB 2

PERBAIKAN KEMASAN PRODUK BAGI USAHA MIKRO

Tujuan Pembelajaran Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami, peran kemasan produk terhadap peningkatan nilai tambah produk
2. Mahasiswa dapat memahami dan dapat menguasai bagaimana perbaikan kemasan produk dapat menciptakan daya saing
3. Mahasiswa dapat mempelajari bagaimana perbaikan kemasan akan mampu meningkatkan Willingnes to Pay konsumen terhadap produk
4. Mahasiswa dapat menekuni dan mengimplementasikan perbaikan usaha melalui perbaikan kemasan yang berkesinambungan.

BAB 3

MAKNA MEMBANGUN JARINGAN PENJUALAN

Tujuan Pembelajaran Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami, dan menguasai bagaimana cara membangun jaringan penjualan di lingkungan UKM
2. Mahasiswa dapat memahami dan dapat menguasai mekanisme menghidupkan jaringan penjualan diantara pelaku UKM
3. Mahasiswa dapat mempelajari tentang apa dan bagaimana fungsi, manfaat, kegunaan sebuah jaringan penjualan
4. Mahasiswa dapat menekuni dan mengimplementasikan perbaikan pada munculnya setiap kendala yang terjadi pada jaringan penjualan UKM

BAB 4 | HAK PATEN BAGI PRODUK UKM

Tujuan Pembelajaran Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami, dan mengetahui peran dan manfaat Hak Paten bagi produk/jasa UKM
2. Mahasiswa dapat memahami dan dapat menguasai mekanisme dan prosedur pengurusan Hak Paten bagi UKM
3. Mahasiswa dapat mempelajari tentang apa dan bagaimana fungsi Hak Paten Bagi UKM dalam jangka panjang
4. Mahasiswa dapat menekuni dan mengimplementasikan dan mensosialisasikan proses pengurusan Hak Paten bagi pelaku UKM

BAB 5

MEDIA IKLAN BAGI USAHA MIKRO

Tujuan Pembelajaran Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami, dan mengetahui peran dan manfaat Media Elektronik Dalam Kegiatan Beriklan UKM
2. Mahasiswa dapat memahami dan dapat menguasai mekanisme dan prosedur Pembuatan Iklan Bagi Produk UKM
3. Mahasiswa dapat mempelajari tentang apa dan bagaimana fungsi Iklan Elektronik Dalam Jangka Panjang
4. Mahasiswa dapat menekuni dan mengimplementasikan dan Memberikan Penyuluhan Bagi UKM dalam Kegiatan Periklanan

DAFTAR PUSTAKA

Ahmedova, S. (2015). Factors for increasing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bulgaria. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 195, 1104-1112.

Amarul, A., Sukirno, S., & Kurnia, D. (2019). Understanding the awareness of the importance of halal labels to business actors based on range of long business variations. Business and Management Research, 8(1), 17-21.

Andersson, M., & Lööf, H. (2012). Small business innovation: firm level evidence from Sweden. The Journal of Technology Transfer, 37, 732-754.

Andriana Dewi, R., & Wahdiniwaty, R. (2022). Packaging Design as a Media for Developing the Potential of Small and Medium Micro Enterprises (MSMEs) in the Culinary Sector Typical of the Region in the Creative Industry.

Athreye, S. S., Fassio, C., & Roper, S. (2021). Small firms and patenting revisited. Small Business Economics, 57, 513-530..

Azman, N. H. N., Zabri, M. Z. M., Masron, T. A., & Malim, N. A. K. (2020). The utilisation of Islamic fintech (I-Fintech) in promoting sustainable inclusive growth: Evidence from micro-entrepreneurs in Malaysia. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 6(3), 555-576..

Bismala, L., & Handayani, S. (2022). Monograf Eksplorasi Kompetensi Kewirausahaan Pelaku Usaha Kecil Menengah. Umsu Press.

Budiningsih, C Ria, (2006). *Bahan Kuliah Hak Kekayaan Intelektual*. Unpar. Bandung.

Carlsson, B. (1992). The rise of small business: causes and consequences. Singular Europe: economy and polity of the European Community after, 1992, 145-170.

Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. Neo-Bis, 8(2), 179-189.

Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, 11(1), 80-91.

Dinar, Agus. Melek Teknologi dan Disain Kemasan Produk Tingkatkan Daya Saing Produk UMKM, www.fokusjabar.com/2014/10/21/melek-teknologi-dan-desain-kemasan-produk-tingkatkan-daya-saing-produk-umkm, diakses 31 Oktober 2022, 23.00 Wib.

Dosi, G., Grazzi, M., & Moschella, D. (2017). What do firms know? What do they produce? A new look at the relationship between patenting profiles and patterns of product diversification. Small Business Economics, 48, 413-429.

Duarte Alonso, A., Kok, S., Sakellarios, N., & O'Brien, S. (2019). Micro enterprises, self-efficacy and knowledge acquisition: evidence from Greece and Spain. Journal of Knowledge Management, 23(3), 419-438.

El-Gohary, H. (2010). E-Marketing-A literature Review from a Small Businesses perspective. International journal of business and social science, 1(1).

Fletcher, D. (2004). International entrepreneurship and the small business. Entrepreneurship & Regional Development, 16(4), 289-305.

Hendarwan, D. (2018). Menumbuhkan jiwa, perilaku dan nilai kewirausahaan dalam meningkatkan kemandirian bisnis. MBIA, 17(2), 59-68.

Heryawan, Ahmad., Produk UKM Belum Dikemas Dengan Baik, http ://www. Ahmad heryawan.com /lintas-jabar /lintas-jawa-barat /ekonomi-a-bisnis /795-produk-ukm-belum-

dikemas-dengan-baik, diakses tgl. 31 Oktober 2023, 21.18 Wib.

Hughes, A., & Mina, A. (2010). The impact of the patent system on SMEs. Cambridge, UK: University of Cambridge, Centre for Business Research.

Istyarini, W., Artaya, I. P., Purworusmiardi, T., Sukoco, A., Kamisutara, M., & Bon, A. T. (2020, December). Marketplace effectiveness in increasing sales concentration of small business products during the covid19 pandemic. In Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (Vol. 59, pp. 2899-2908).

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

King, Stephen., 2008, Basic Life of Business. http://www.stephenking.com/index.html, diakses tgl 23 Oktober 2022, 11.15 wib.

Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, 2(1), 65-78.

Lafortune, J., Riutort, J., & Tessada, J. (2018). Role models or individual consulting: The impact of personalizing micro-entrepreneurship training. American Economic Journal: Applied Economics, 10(4), 222-245.

Lisawati, P. (2017). Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Menggunakan Metode. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 21(3).

Niehoff, B. P., & Bloodgood, J. M. (2001). Technology patent donations: Decisions that impact small business creation. Journal of Business and Entrepreneurship, 13(1), 53.

Omar, C. M. Z. C., & Anas, T. (2014). The marketing of small and medium enterprise (SME) products based on food processing. European Journal of Business and Social Sciences, 3(5), 76-87.

Pinelli, P., Tacconi, D., & Borsacchi, L. (2023). Sustainability of rural supply chains in Nepal: selection, characterization and labelling of spices for the local market. In Innovation, Quality and Sustainability for a Resilient Circular Economy: The Role of Commodity Science (pp. 0-0). Giovanni Lagioia, Annarita Paiano, Vera Amicarelli, Teodoro Gallucci, and Carlo Ingrao.

Poon, S., & Swatman, P. M. (1999). An exploratory study of small business Internet commerce issues. Information & management, 35(1), 9-18.

Putri, S. I., Widikusyanto, M. J., & Saputra, G. G. (2021). Training on Packaging and Marketing Produk for MSMEs in Kasemen. MOVE: Journal of Community Service and Engagement, 1(2), 23-28.

Rahman, Z. (2016). The difficulties faced by micro and small enterprises in the formal market access: The case in small and micro enterprises in the cities of Makassar and Kabupaten Gowa south Sulawesi. Journal of Humanity, 4(1), 92-103.

Rezvani, M., Ghahramani, S., & Haddadi, R. (2017). Network marketing strategies in sale and marketing products based on advanced technology in micro-enterprises. International Journal of Trade, Economics and Finance, 8(1), 32-37..

Rezvani, M., Ghahramani, S., & Haddadi, R. (2017). Network marketing strategies in sale and marketing products based on advanced technology in micro-enterprises. International Journal of Trade, Economics and Finance, 8(1), 32-37.

Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. Journal of Research in interactive Marketing, 13(2), 179-203.

Slater, P., Twyman, P., & Blackman, M. (2000). The Smart way for patent information to help small firms. World Patent Information, 22(4), 337-341.

Spithoven, A., Vanhaverbeke, W., & Roijakkers, N. (2013). Open innovation practices in SMEs and large enterprises. Small business economics, 41, 537-562.

Sukirman, S. (2017). Jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan meningkatkan kemandirian usaha melalui perilaku kewirausahaan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 20(1), 113-131.

Sya'roni, D. A. W., & Sudirham, J. J. (2012). Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Teknologi, 11(01), 1-17.

Toyib, J. S. (2017). Pengaruh Sumber Daya Perusahaan dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. DeReMa Jurnal Manajemen, 12(2), 243-255.

Umar, A. (2016). Peranan media sosial sebagai sarana promosi bagi usaha kecil dan menengah. Konferensi Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, 2(1), 29-41.

Vial, V., & Hanoteau, J. (2015). Returns to micro-entrepreneurship in an emerging economy: A quantile study of entrepreneurial Indonesian households' welfare. World Development, 74, 142-157.

Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2009). Building an integrative model of small business growth. Small business economics, 32, 351-374.

Yoosuf, A., & Premaratne, S. P. (2017). Building sustainable peace through business linkages among micro-entrepreneurs: Case studies of micro-enterprises in the north of Sri Lanka. Journal of Peacebuilding & Development, 12(1), 34-48.

GLOSARIUM

Akademisi	Individu yang bergerak dibidang pendidikan, memberikan pemecahan masalah berdasarkan pendekatan teoritis dan praktis
Back-Up	Penanganan, perlindungan, pengamanan terhadap sesuatu hal yang dianggap penting, sehingga cenderung tidak kehilangan atau berkurang
Brand Product	Merek, nama, identitas, penamaan produk sehingga mudah dikenali dan diingat oleh konsumen
Cita Rasa	Kesukaan, selera, keinginan, biasanya terjadi pada diri konsumen/pelanggan dalam membeli atau mengkonsumsi sebuah produk/jasa
Daya Guna	Kemanfaatan, fungsi, peruntukkan, sebuah kemampuan yang dimiliki oleh produk/jasa yang mendatangkan keuntungan saat produk digunakan
Daya Saing	Kemampuan atau keunggulan individu dalam mengelola usaha sehingga produk-produknyasenantiasa dapat diterima dengan baik oleh konsumen/pelanggan
Direktorat Jenderal HAKI	Lembaga pemerintah yang menjadi otoritas dalam mengeluarkan sertifikat HAKI atas pengakuan sebuah produk atau proses

	tertentu yang memiliki kebaharuan dan membawa manfaat bagi masyarakat luas
Dokumen Paten	Berkas pendukung yang harus dilengkapi oleh pemohon HAKI yang terdiri dari beberapa berkas kelengkapan administrasi pada saat proses pengajuan dilakukan oleh pemohon
e-commerce	Sebuah metode yang digunakan untuk menjalankan sebuah system dalam melakukan transaksi secara online dalam dunia perdagangan melalui perantara layanan internet
Efek Hukum	Akibat yang dapat timbul jika seseorang atau sebuah lembaga melakukan penjiplakan hak cipta, paten atas barang, rpoduk, benda, proses yang telah dimiliki oleh orang/perusahaan, yang umumnya terjadi dalam kegiatan usaha atau perdagangan
Ekonomi Lokal	Kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat secara kedaerahan, dalam melaksanakan usaha/bisnis baik secara individu maupun kelompok, guna memasarkan/menawarkan/memperdagangkan produk/jasa kepada pembeli/konsumen
Estetika	Nilai keindahan, nilai seni, nilai daya tarik, pada proses produksi, atau barang/jasa yang ditawarkan kepada pembeli, dilihat dari kegunaan, bentuk, model atau kemanfaatannya secara luas

Facebook	Jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan membuat pertemanan dan koneksi dalam dunia bisnis dan perdagangan, termasuk kegiatan pemasaran dan penjualan produk/jasa
Fasilitas	Dapat berupa alat dan atau media yang digunakan untuk membantu kelancaran pekerjaan atau proses dalam mengerjakan sesuatu, atau mendukung kegiatan dalam dunia bisnis dan UKM
Fasilitas Internet	Layanan yang ada pada internet, digunakan untuk mempermudah pekerjaan atau transaksi dalam perdagangan secara online sehingga antara penjual dan pembeli tidak harus berjumpa langsung
Filling Date	Proses pengumpulan, pengelompokan, pembagian, klasifikasi, sesuai dengan bentuk dan jenisnya terhadap transaksi atau pemberkasan yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan usahanya atau proses pembayaran pajak.
Fleksibel	Luwes, mudah menyesuaikan, mudah diatur, mudah di rubah, terhadap sesuatu yang dapat berpindah dengan cepat, biasanya berhubungan dengan proses pembayaran, penukaran atau pengembalian barang yang telah dibeli/diterima

Grand Opening	Kegiatan awal, pembukaan, permulaan, perdana dari sebuah kegiatan usaha saat diperkenalkan kepada umum/publik, biasanya berhubungan dengan penawaran, penjualan barang/jasa di suatu tempat tertentu
Griya Usaha	Rumah yang secara khusus dijadikan untuk tempat usaha, melakukan usaha, proses usaha, atau tempat khusus untuk memajang barang yang dijual atau dapat berarti rumah yang sekaligus dijadikan tempat usaha, biasanya dilakukan oleh usaha kecil semacam industri rumahan
Hak Cipta	Hak kepemilikan, penjualan, produksi, penjualan, pengembangan suatu barang atau benda, yang dimiliki oleh seseorang dengan dasar hukum yang jelas atau dilindungi oleh undang-undang
Hak Disain Industri	Hak yang dimiliki oleh seseorang atau perusahaan atau industri atas sebuah temuan yang bermanfaat bagi masyarakat banyak dan dapat digunakan oleh public secara komersial, yang menggambarkan wujud atau bentuk serta model sebuah barang, benda atau inovasi tertentu
Hak Paten	Perlindungan yang diberikan pemerintah atas kepemilikan sebuah benda, barang atau suatu inovasi yang melekat pada benda yang bermanfaat bagi masyarakat banyak dan digunakan secara komersial dalam dunia

	perdagangan atau bisnis
HAKI	Penghargaan atau kepemilikan atas sebuah inovasi atau temuan atas sebuah benda, barang, jasa atau yang melekat di dalamnya, dipergunakan secara komersial dalam dunia industri atau dunia bisnis/perdagangan oleh seseorang, sekelompok orang, perusahaan atau lembaga yang menemukan idea tau gagasan
Identifikasi	Proses pengukuran, proses penelusuran, penggambaran atas sebuah obyek, benda, barang, kegunaan, peruntukkan atau kepemilikan yang dijamin dan dilindungi undang-undang oleh negara yang dimiliki oleh perseorangan atau kelompok atau perusahaan
Implementasi	Penerapan, pelaksanaan, dapat berbentuk kegiatan, pemrosesan, aktivitas industri, atau yang melekat di dalamnya dalam memproduksi sesuatu benda, barang, jasa atau obyek tertentu dengan tujuan ekonomi
Invensi	Adalah ide Inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses
Inventif	Sebuah ketrampilan dalam menciptakan sesuatu melalui idea atau gagasan yang kemudian ditularkan kepada orang lain

	melalui sebuah kegiatan praktek, sehingga orang lain juga dapat melakukan dengan baik dan benar
Inventor	Adalah seorang yang secara sendiri atau beberapa orang yang secara bersama-sama melaksanakan ide yang dituangkan ke dalam kegiatan yang menghasilkan Invensi
Jaringan	Keterkaitan satu kegiatan dengan kegiatan lain dalam sebuah wadah/organisasi yang di dalamnya berisikan banyak anggota dalam melaksanakan sesuatu secara bersama-sama guna mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati dan telah direncanakan melalui jalinan komunikasi dan interaksi
Jaringan Usaha	Kerjasama secara spesifik dalam sebuah wadah, diantara beberapa orang atau individu untuk menjalankan kegiatan usaha, pemasaran, penjualan, pengiriman atau kegiatan lainnya dengan motif ekonomi dan keuntungan
Jejaring Sosial	Jaringan yang dibuat dan diperuntukkan untuk kegiatan komunikasi dan saling bertukar informasi oleh publik secara luas untuk tujuan tertentu dan tidak terbatas pada kegiatan ekonomi belaka
Kebersamaan	Perkumpulan yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil dalam rangka saling bertukar informasi dan mengatasi permasalahan dibidang usaha dalam sebuah wadah tertentu yang sengaja dibuat untuk

	menghubungkan mereka, misal paguyuban, atau koperasi
Kegiatan UKM	Kegiatan usaha dalam skala kecil yang dilakukan oleh masyarakat dalam memproduksi dan menjual barang atau jasa secara umum dengan tujuan utama adalah mendapatkan laba
Kemasan	Pembungkus produk, benda, barang yang diperdagangkan secara komersial oleh pelaku usaha kecil, baik secara individu atau secara bersama-sama/kelompok
Komersial	Memiliki nilai kelangkaan, nilai ekonomi, biasanya berhubungan dengan komoditi yang diperdagangkan oleh pelaku usaha baik dalam wilayah suatu negara atau antar wilayah negara
Komoditi	Produk, barang, hasil produksi baik dalam kondisi bahan mentah atau barang jadi, yang diperdagangkan dalam kegiatan industri secara luas yang memiliki nilai jual atau nilai ekonomis
Komunitas	Adalah perkumpulan, organisasi, wadah, yang melakukan kegiatan tertentu atas dasar kebersamaan dan satu tujuan secara ekonomi, biasanya dalam lingkup sosial atau ekonomi, atas dasar kesamaan pandang
Kontribusi UKM	Sumbangan atau kontribusi, biasanya dalam bentuk moneter, sosial kemasyarakatan, atau dalam bentuk komersial yang akan

	meningkatkan nilai jual atau nilai tambah sebuah produk/jasa
Kualitas Pelayanan	Berhubungan dengan kepuasan, kepercayaan konsumen atas perannya dalam menerima sesuatu baik berupa produk/barang atau jasa atau kombinasi dari keduanya, dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan secara komersial dibidang ekonomi dan bisnis
Layanan Internet	Kegiatan yang berhubungan dengan online baik dalam berkomunikasi atau transaksi, baik motif sosial atau motiuf ekonomi dan bisnis, yang akan menghubungkan pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya
Letters Patent	Surat keputusan yang dikeluarkan kerajaan yang memberikan hak eksklusif kepada individu dan pelaku bisnis tertentu untuk menjalankan kegiatan bisnis yang dijamin oleh undang-undang dan dasar hukum yang jelas
Lisensi	dapat diartikan memberi izin. Pemberian lisensi dapat dilakukan jika ada pihak yang memberi lisensi dan pihak yang menerima lisensi, hal ini termasuk dalam sebuah perjanjian. Definisi lain, pemberian izin dari pemilik barang/jasa kepada pihak yang menerima lisensi untuk menggunakan barang atau jasa

Maintenance	Merupakan sebuah aktifitas yang bertujuan untuk memastikan seluruh asset secara fisik bisa secara terus menerus melakukan apa yang pengguna/pemakai ingin lakukan.
Manajemen Usaha	Kegiatan yang dilakukan secara terencana, terukur, dan terstruktur dalam melaksanakan sebuah proses untuk menghasilkan barang/jasa dengan mengkombinasi faktor produksi secara efisien dan efektif
MEA	Bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam artian adanya sistem perdagaangan bebas antara Negara-negara asean, yang dilakukan atas dasar kesepakatan bersama diantara negara yang terlibat di dalamnya.
Media	Alat bantu yang digunakan dalam mengerjakan sebuah proses, baik itu proses produksi atau proses perdagangan, sehingga tujuan yang direncanakan mudah tercapai
Media Sosial	Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia
Membangun Jaringan	Jaringan usaha adalah proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain dan klien potensial dan/atau

	pelanggan. Agar di peroleh kondisi yang saling menguntungkan diantara orang-orang yang terlibat
Merek Dagang	Merek dagang adalah nama atau simbol yang diasosiasikan dengan produk/jasa dan menimbulkan arti psikologis/asosiasi
Modal Usaha	Suatu investasi dalam bentuk pembiayaan berupa penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan swasta sebagai pasangan usaha (*investee company*) untuk jangka waktu tertentu
Multi Guna	Sebuah kegiatan usaha yang mendatangkan banyak keuntungan, banyak manfaat diantara anggota yang terlibat di dalamnya dalam jangka waktu tertentu
Nilai Jual	adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu
Nilai Tambah	Salah satu parameter ekonomi yang menggambarkan selisih antara nilai produksi (output) dan biaya antara (biaya yang habis dipakai selama proses produksi) dari suatu produk, baik barang maupun jasa
Online	Sebuah hubungan yang dilakukan melalui sebuah perantara internet, baik dalam hal komunikasi/interaksi maupun dalam

	kegiatan dunia usaha/bisnis, tidak membutuhkan tatap muka secara langsung
Packaging	Proses pengemasan yang dilakukan untuk melindungi produk dari bahaya kerusakan, istilah packaging biasanya dihubungkan dengan proses penyimpanan, pengantaran/delivery, atau proses penyimpanan benda, barang, produk
Packaging House	Sebuah tempat atau rumah yang difungsikan khusus untuk tempat penyimpanan barang, semacam gudang penyimpanan barang
Pelaku Usaha	Adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi
Pelatihan	Proses melatih; kegiatan atau pekerjaan agar individu dapat termotivasi atau melakukan sesuatu sesuai yang diajarkan atau yang diperintahkan, sehingga mahir ayau terampil melakukan suatu pekerjaan/proses
Pemegang Hak	Hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengatur penggunaan hasil penuangan gagasan atau informasi tertentu

Pendaftaran Merek	Sebuah proses yang dilakukan guna mendapatkan pengakuan dan jaminan secara hukum sesuai undang-undang untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya
Pengrajin	Orang yang mengerjakan sesuatu dan berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan). Kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai. Biasanya istilah ini diterapkan untuk cara tradisional dalam membuat sesuatu
Penjual	Orang yang memperdagangkan barang atau produk kepada pihak lain yang membutuhkan
Perjanjian	Suatu peristiwa di mana seorang atau satu pihak berjanji kepada seorang atau pihak lain atau di mana dua orang atau dua pihak itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal
Perlindungan Hukum	Adalah suatu peristiwa di mana seorang atau satu pihak berjanji kepada seorang atau pihak lain atau di mana dua orang atau dua pihak itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal, dan dilandasi hukum yang jelas sesuai undang-undang yang mengikat

	diantara orang-orang yang terlibat di dalamnya
Perlindungan Merek	Perlindungan yang diberikan kepada seseorang, lembaga, atau perusahaan sebagai pemilik atau pemegang atas merek yang telah didaftarkan dan telah mendapatkan pengakuan dari pemerintah dalam jangka waktu tertentu
Persepsi	Adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang benda, obyek, barang atau sesuatu yang sedang di cermati
Potensi	Merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud, yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal
Potensi Ekonomi	Segala sesuatu sumberdaya yang dimiliki baik yang tergolong pada sumberdaya alam (natural resources/endowment factors) maupun potensi sumberdaya manusia yang dapat memberikan manfaat (benefit) serta dapat digunakan sebagai modal dasar pembangunan (ekonomi) wilayah
Produk Dan Jasa	Alat pemuas kebutuhan hidup manusia sebagai konsumen dalam upaya mencari kepuasan dalam proses hidup dalam lingkungannya

Profesional	Mampu melaksanakan kegiatan atau pekerjaan dengan penuh rasa tanggungjawab, disaat terjadi permasalahan mampu mencarikan solusi atau alternatif jalan keluar yang terbaik
Profil Perusahaan	Adalah salah satu media Public Relation yang bertujuan untuk memperkenalkan sebuah perusahaan atau organisasi kepada publik atau masyarakat luas
Relevansi	Keterkaitan, keterhubungan antara sesuatu besaran dalam sebuah proses atau kegiatan dan system dalam usaha menghasilkan sesuatu
Responden	Adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak) yang digunakan atau subyek yang diberi wewenang untuk menjawab sebuah instrument penelitian
Retailing	Salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer

Sengketa Hukum	Suatu perselisihan, yang diselesaikan lewat jalur hukum berdasarkan undang-undang dan pasal-pasal tertentu, dan diselesaikan melalui keputusan pengadilan
Server	Merupakan sebuah sistem komputer yang menyediakan jenis layanan tertentu dalam sebuah jaringan komputer
Server Down	Terganggunya sebuah proses pelayanan yang dilakukan melalui perantara internet karena sistem yang tidak berfungsi secara optimal
Sinergi	Kegiatan yang dilakukan secara gabungan, berkumpulnya beberapa individu, atau fungsi atau pelaksana kegiatan dalam sebuah kelompok untuk melaksanakan pekerjaan/proses secara bersama-sama
Strategi UKM	Serangkaian rencana, atau kegiatan yang sengaja dibuat dengan maksud dan tujuan tertentu, dalam hal memajukan kegiatan operasional UKM
Strategis	Adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu
Substantif	Adalah kata benda. Substantif berkaitan dengan sesuatu yang detail, rinci, mendalam dan bisa juga diartikan sebagai bagian yang paling pokok/inti dari sebuah hal

Survei	Adalah pemeriksaan atau penelitian secara komprehensif, Survei yang dilakukan dalam melakukan penelitian biasanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau wawancara, dengan tujuan untuk mengetahui: siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecenderungan suatu tindakan. Survei lazim dilakukan dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif
Teknologi Informasi	Istilah umum untuk teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi
Tumbuh Kembang	Kegiatan yang dilakukan untuk merubah kondisi usaha dari lingkup kecil menjadi lingkup yang lebih besar dan luas, sehingga mampu mencapai hal yang lebih maju dari kondisi sebelumnya
Undang-undang	Adalah hukum yang telah disahkan oleh badan legislatif atau unsur pemerintahan yang lainnya. Sebelum disahkan, undang-undang disebut sebagai rancangan Undang-Undang. Undang-undang berfungsi untuk digunakan sebagai otoritas, untuk mengatur, untuk menganjurkan, untuk menyediakan (dana), untuk menghukum, untuk memberikan, untuk mendeklarasikan, atau untuk membatasi sesuatu
Usaha Kecil	Merupakan usaha yang mempunyai jumlah tenaga kerja kurang dari 50 orang, atau berdasarkan Undang-Undang Nomor 9

	Tahun 1999 kategori usaha kecil adalah yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan); penjualan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00; milik Warga Negara Indonesia, bukan afiliasi badan usaha lain (berdiri sendiri), dan berbentuk usaha perorangan, badan usaha, atau koperasi
Usaha Mikro	Sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat."
Website	Adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi
Willingness	Dorongan atau kemauan konsumen atau user untuk menggunakan, memakai, membeli sebuah barang atau produk yang diperdagangkan dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup konsumen

YLKI	Adalah organisasi non-pemerintah dan nirlaba yang didirikan di Jakarta pada tanggal 11 Mei 1973. Tujuan berdirinya YLKI adalah untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan tanggung jawabnya sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya

TENTANG PENULIS

I Putu Artaya, SE., MM., aktif mengajar di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis sejak 1991 hingga sekarang untuk mata kuliah Ekonometrika, Salesmanship (Wiraniaga), Manajemen Operasional dan Statistik Bisnis. Selain aktif mengajar, juga aktif meneliti untuk bidang ilmu manajemen serta bidang ilmu antar disiplin (Teknik Sipil dan Sistem Informasi). Kegiatan lain adalah memberikan pelatihan secara insidentil untuk pelaku usaha kecil / Mikro di lingkungan koperasi. Konsen materi pelatihan pada bidang Kemasan produk dan Label. Selain kegdiatan tersebut di atas, juga rutin menulis buku ajar sebagai pengayaan bahan ajar mahasiswa, dan buku yang telah selesai ditulis adalah Wiraniaga – Membangun Jaringan Penjualan (2013), buku ajar Ketahanan Pangan (2016), buku ajar Early Warning Maternal Health (2017) dan buku ajar Manajemen Operasi dan Produksi (2018), serta masih banyak buku ajar lainnya.

Dr. Arasy Alimudin, SE., MM., adalah dosen Program Pasca Sarjana bidang Manajemen Strategis di Universitas Narotama Surabaya dan Ketua Dewan Pengarah Lembaga Sertifikasi Profesi Manajemen Sumber Daya Manusia. Mantan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan sekarang menjabat sebagai Rektor Universitas Narotama, kegiatan lainnya adalah Sekjen Forum Pimpinan Akademik Universitas Swasta Indonesia, bidang penelitiannya adalah Manajemen Strategis, Ekonomi dan Bisnis Digital, serta Sumber Daya Manusia termasuk di dalamnya membidangi Sistem Informasi Manajemen usaha kecil & menengah. Pemenang Hibah Matching Fund – Kedaireka tahun 2022 menggunakan objek penelitian dan abdimas solar cell untuk membangun ekonomi desa.

Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. Saat ini menjabat sebagai Wakil Rektor II Universitas Narotama, Jawa Timur, Indonesia. Dia menyelesaikan gelar doktornya dari UNIVERSITAS 17 AGUSTUS Indonesia pada tahun 2017. Keahlian profesionalnya di bidang Penjaminan Mutu telah mewarnai berbagai penelitian yang dilakukannya bersama rekan peneliti lainnya, yang dipublikasikan di jurnal nasional dan internal. Selain itu juga aktif mengikuti berbagai konferensi ilmiah, baik nasional maupun internasional. Gelar Dosen Berprestasi ini diraihnya atas kontribusinya terhadap Universitas Narotama yang mendapat predikat "PRAKTEK UNGGULAN VERSI KAMPUS DIKTI 2019", merupakan salah satu pakar yang membangun Sistem Penjaminan Mutu di seluruh universitas. Prestasi lainnya adalah bekerja sama dengan pemerintah Republik Indonesia sebagai perancang Kerangka Kurikulum Nasional 2010 di Kementerian Riset dan Teknologi.