

Pengantar

MANAJEMEN UMKM

Dengan memberikan kontribusi besar terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pembangunan, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Di Indonesia, UMKM diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar lagi pada pembangunan ekonomi nasional. Ini dapat dicapai melalui peningkatan akses terhadap pembiayaan, pelatihan, teknologi, dan kerjasama yang strategis. Ini dilakukan meskipun menghadapi berbagai tantangan. Ini ditunjukkan oleh kontribusinya yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, PDB, dan ekspor nonmigas. Dilihat dari unit usaha, lebih dari 99% perusahaan di Indonesia adalah UMKM, dan mereka tersebar di seluruh negeri, sehingga memengaruhi perekonomian nasional. Meskipun UMKM memainkan peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional, UMKM memiliki beberapa kelemahan, seperti pengelolaan yang masih tradisional, kompetensi SDM yang rendah, sedikit yang memiliki legalitas usaha, modal yang rendah, pemasaran yang terbatas, dan produk yang belum terstandar. Karena ada banyak hal yang harus ditingkatkan dalam pengelolaan UMKM, pemberdayaan UMKM secara maksimal adalah solusi terbaik. Ini akan memungkinkan UMKM untuk memiliki peran yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dengan peningkatan akses terhadap pembiayaan, pelatihan, teknologi, dan kerjasama yang strategis, UMKM di Indonesia diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pembangunan ekonomi nasional.

Biografi Penulis



Ir. Anang Bambang Pujiyanto, M.M., lahir 14 Juli 1974 di Cirebon. Seorang praktisi manajemen pemasaran dan manajemen pendidikan sejak tahun 1999 yang juga dosen di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. Saat ini Anang Bambang Pujiyanto menjabat sebagai Wakil Rektor Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Bidang Akademik di Bandung, Jawa Barat. Pada bidang pendidikan, Anang bambang Pujiyanto memiliki dedikasi untuk terus berkarya dengan menulis buku ajar pada berbagai bidang, khususnya bidang manajemen pemasaran dan manajemen sesuai dengan latar belakang pendidikannya saat menempuh program magister di Universitas Pasundan Bandung

Ir. Anang B. Pujiyanto, M.M.

Pengantar MANAJEMEN UMKM



Pengantar MANAJEMEN UMKM

Ir. Anang Bambang Pujiyanto, M.M.

Pengantar MANAJEMEN UMKM

Copyright © 2024 pada penulis.

ISBN:

Penulis:

Ir. Anang Bambang Pujianto, M.M.

Diterbitkan pertama kali oleh:

Unibi Press

Anggota IKAPI, Jawa Barat, 2021

Jl. Soekarno Hatta no. 643, Bandung, Jawa Barat 40285

Tlp./SMS/Whatsapp : 0812-222-881-89

unibipress@unibi.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotocopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seijin tertulis dari penerbit. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas cinta kasih, rahmat dan kehendak-Nya, akhirnya buku Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini dapat terselesaikan. Buku ini ditulis untuk mencapai beberapa tujuan. Tujuan pertama adalah buku ini dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang mempelajari tentang manajemen UMKM. Tujuan kedua adalah memberikan referensi bagi pelaku UMKM bagaimana mengelola usaha yang sukses dengan menerapkan fungsi manajemen secara penuh dan konsisten.

Dalam pencapaian tujuan tersebut penulis memadukan antara teori, hasil penelitian dan pengalaman penulis sebagai praktisi dan pendamping UMKM. Dalam buku ini, akan dibicarakan manajemen UMKM. Secara spesifik, buku ini membahas tiga topik kegiatan belajar: (1) pengertian dan lingkup manajemen UMKM, (2) pengertian Business Model Canvas (BMC) UMKM, dan (3) Analisis SWOT pada bisnis UMKM. Mata kuliah ini membicarakan berbagai topik yang berkenaan dengan masalah pengelolaan UMKM yaitu manajemen UMKM. Pembahasan topik ini menjadi terasa penting dengan semakin majunya bisnis UMKM di Indonesia.

Susunan bab pada buku ini diarahkan agar mahasiswa mampu melakukan analisis pada tantangan, masalah, resiko, eksposur dalam manajemen UMKM, cara mengatasi masalah, memahami bentuk UMKM dan menganalisa kebijakan pemerintah sampai dengan bagaimana merancang strategi pemasaran dalam UMKM dengan capaian akhir mata kuliah mahasiswa mampu untuk menjelaskan berbagai fenomena dan masalah dalam manajemen UMKM pada berbagai sumber ahli dan juga acuan umum. Dengan demikian, mata kuliah manajemen UMKM mempunyai relevansi yang cukup tinggi dengan kondisi dunia sekarang ini.

Pada akhirnya kami sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran dari segenap pembaca, baik para mahasiswa, rekan-rekan dosen, pelaku UMKM maupun para pembaca lainnya untuk menyempurnakan buku ini di kemudian hari. Semoga buku ini bermanfaat bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

Bandung, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB 1 KONSEP MANAJEMEN DALAM UMKM | 1 |
| 1.1 Pengertian Manajemen | 1 |
| 1.2 Pengertian UMKM | 4 |
| BAB 2 UMKM DAN RUANG LINGKUPNYA | 7 |
| 2.1 Kondisi Faktual UMKM di Indonesia | 7 |
| 2.2 Peranan UMKM di Indonesia | 7 |
| 2.3 Kondisi UMKM di Indonesia dan Permasalahan yang Dihadapi | 9 |
| 2.4 Kebijakan Pemerintah di Bidang UMKM | 12 |
| BAB 3 KARAKTERISTIK UMKM DI INDONESIA | 14 |
| 3.1 Karakteristik UMKM di Indonesia | 14 |
| 3.2 Perkembangan UMKM di Indonesia | 15 |
| 3.3 Tantangan UMKM di Masa Depan | 16 |
| 3.4 Prospek UMKM di Masa Depan | 17 |
| BAB 4 MENGAPLIKASIKAN EFEKTIVITAS MODEL MANAJEMEN SENTRA UMKM | 19 |
| 4.1 Konsep Model Bisnis | 19 |
| 4.2 Komponen dalam Bisnis Model | 20 |
| 4.3 Bisnis Model Canvas | 20 |
| 4.4 Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Model Canvas | 31 |
| 4.5 Analisis SWOT | 31 |
| BAB 5 PROSES PENDIRIAN UMKM DALAM REGULASI BERBADAN HUKUM DAN PEMERINTAH | 34 |
| 5.1 Tahapan Pendirian UMKM | 34 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.2 Bentuk Badan Usaha UMKM | 34 |
| BAB 6 STRATEGI KIAT SUKSES PENDIRIAN UMKM | 39 |
| 6.1 Kategori Bisnis UMKM | 39 |
| 6.2 Pertimbangan dalam Memilih Badan Usaha untuk UMKM | 39 |
| BAB 7 PENERAPAN FUNGSI MANAJEMEN UNTUK UMKM | 41 |
| 7.1 Proses Perencanaan pada UMKM | 41 |
| 7.2 Proses Pengorganisasian pada UMKM | 42 |
| 7.3 Proses Actuating pada UMKM | 43 |
| 7.4 Proses Controlling pada UMKM | 43 |
| BAB 8 PENERAPAN JIWA KEPEMIMPINAN PADA UMKM | 45 |
| 8.1 Pengertian Kepemimpinan | 45 |
| 8.2 Kepemimpinan dalam UMKM | 46 |
| Bab 9 PENERAPAN ASPEK KEUANGAN DALAM UMKM | 48 |
| 9.1 Pentingnya Manajemen Keuangan | 48 |
| 9.2 Mengatur Keuangan UMKM | 49 |
| BAB 10 KONSEP PENGELOLAAN SDM DALAM RUANG LINGKUP UMKM | 53 |
| 10.1 Peran Penting Sumber Daya Manusia | 54 |
| 10.2 Ruang Lingkup dan Tanggungjawab Sumber Daya Manusia | 55 |
| BAB 11 PENGELOLAAN PEMASARAN PRODUK DI UMKM | 57 |
| 11.1 Pentingnya Pemasaran Produk | 57 |
| 11.2 Mempromosikan Produk UMKM Berkonsep Digital Online Sederhana Bagi UMKM (Digital Marketing) | 59 |
| 11.3 Menganalisis STP untuk Produk UMKM | 60 |
| 11.4 Mengelola Saluran Komunikasi Pemasaran bagi Produk UMKM | 64 |
| BAB 12 SALURAN DISTRIBUSI DAN OPERASIONAL PRODUKSI DI UMKM | 65 |
| 12.1 Konsep Jaringan Usaha bagi Pelaku UMKM | 65 |
| 12.2 Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>) bagi UMKM | 66 |
| 12.3 Manajemen Operasional di UMKM | 68 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BAB 13 MEMBUAT MODEL CANVAS DAN SWOT DALAM MEMBENTUK | |
| USAHA UMKM | 72 |
| 13.1 UMKM dalam Perencanaan Menggunakan Model Canvas | 72 |
| 13.2 Menganalisis Perspektif Usaha UMKM Menggunakan SWOT | 77 |
| BAB 14 STRATEGI KOMPETITIF DENGAN KOMPETITOR | |
| PELAKU USAHA UMKM | 81 |
| 14.1 Strategi Kompetitif dengan Daya Saing Unggul untuk UMKM | 82 |
| 14.2 Pembuatan Keunikan Produk Bersama Kompetitor dalam Daya Saing Unggul di UMKM | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Unsur-Unsur Manajemen | 2 |
| Gambar 1.2 Fungsi Manajemen | 3 |
| Gambar 3.1 Tantangan UMKM di Masa Depan | 17 |
| Gambar 4.1 Elemen Business Model Canvas | 21 |
| Gambar 4.2 Matriks Bisnis Model Canvas | 21 |
| Gambar 4.3 Customer Job, Customer Gain, & Customer Pain Siswa Kelas 12 SMA PT Pendidikan Ganesha Operation | 23 |
| Gambar 4.4 Faktor Internal & Eksternal Analisis SWOT | 32 |
| Gambar 5.1 Perbedaan Sekutu Aktif & Sekutu Pasif | 35 |
| Gambar 5.2 Alur/Tata Cara Mendirikan CV | 36 |
| Gambar 5.3 Alur/Tata Cara Mendirikan PT | 38 |
| Gambar 7.1 Fungsi Organisasi | 43 |
| Gambar 8.1 Gaya Kepemimpinan Ki Hajar Dewantara | 45 |
| Gambar 9.1 Contoh Laporan Keuangan Laba/Rugi | 51 |
| Gambar 9.2 Contoh Laporan Keuangan Neraca | 51 |
| Gambar 9.3 Contoh Laporan Keuangan Arus Kas | 52 |
| Gambar 10.1 Bagan Pengetahuan & Keterampilan Dasar SDM | 53 |
| Gambar 11.1 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Level Ekonomi | 59 |
| Gambar 12.1 Perbedaan Logistik & Supply Chain | 68 |
| Gambar 12.2 Proses Manajemen Operasional | 69 |
| Gambar 12.3 Tujuan Manajemen Operasional | 69 |
| Gambar 12.4 Fungsi manajemen Operasional | 71 |
| Gambar 13.1 Matrik & Pertanyaan Elemen | 72 |
| Gambar 13.2 Tipe Segmentasi Pasar | 73 |
| Gambar 13.3 Tahapan Channel | 74 |
| Gambar 13.4 Key Resources | 75 |

| | |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 13.5 Kategori Elemen BMC | 76 |
| Gambar 13.6 Analisis SWOT | 78 |
| Gambar 13.7 Matriks Analisis SWOT | 78 |
| Gambar 13.8 Matriks Analisis SWOT Pendekatan Kualitatif | 79 |
| Gambar 13.9 IFAS & EFAS Analisis SWOT Kuantitatif | 79 |
| Gambar 13.10 Grafik Kuadran Analisis SWOT Kuantitatif | 80 |
| Gambar 14.1 Teori Keunggulan Kompetitif | 86 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Tabel Perbedaan UMKM dan IKM | 4 |
| Tabel 1.2 Tabel Definisi UMKM menurut UU No.20 Tahun 2008 | 4 |
| Tabel 1.3 Tabel Kriteria UMKM | 5 |
| Tabel 2.1 Tabel Perkembangan dan Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional | 8 |
| Tabel 3.1 Tabel Karakteristik UMKM Beberapa Negara | 15 |
| Tabel 3.2 Tabel Karakteristik UMKM di Indonesia | 15 |
| Tabel 4.1 Tabel Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Model Canvas | 31 |
| Tabel 5.1 Tabel Keunggulan & Kelemahan CV | 37 |
| Tabel 5.2 Tabel Keunggulan & Kelemahan PT | 38 |
| Tabel 8.1 Tabel Perbedaan Leader & Manajer | 46 |
| Tabel 14.1 Dimensi & Indikator Daya Saing | 87 |
| Tabel 14.2 Tipe Inovasi Daya Saing & Karakteristiknya | 87 |