



# **KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM**

**Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif**

**Dr. Ir. Hadi Purnomo, M.Si**

# **KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM**

**Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif**

**Dr. Ir. Hadi Purnomo, M.Si**



**KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM**

**Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif**

Copyright© PT Penamudamedia, 2024

**Penulis:**

Dr. Ir. Hadi Purnomo, M.Si

**ISBN:**

978-623-8586-36-3

**Desain Sampul:**

Tim PT Penamuda Media

**Tata Letak:**

Enbookdesign

**Diterbitkan Oleh**

**PT Penamuda Media**

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256

Email : penamudamedia@gmail.com

Web : www.penamuda.com

Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Mei 2024

xiv + 186, 15x23 cm

*Hak cipta dilindungi oleh undang-undang*

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku  
tanpa izin Penerbit*



# Kata Pengantar

Saudara-saudari yang terhormat,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Salam sejahtera juga kami sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umat Islam yang senantiasa setia dalam menjalani kehidupan ini.

Sebagai Dekan Fakultas Manajemen dan Bisnis, dengan penuh kebanggaan menyampaikan khabar gembira kepada seluruh sivitas akademika, khususnya mahasiswa, dosen, dan praktisi yang peduli dengan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), atas terbitnya buku ajar dengan judul **KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM: Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif**. Buku yang ditulis oleh Dr. Ir. Hadi Purnomo, M.Si ini merupakan karya kolaboratif dari praktisi perbankan yang juga merupakan akademisi, yang telah bekerja keras untuk menyajikan informasi terkini dan relevan mengenai prinsip kewirausahaan bagi pelaku bisnis UMKM.

Kehadiran buku ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan literatur yang komprehensif dan mendalam di bidang yang begitu dinamis dan strategis ini, sekaligus dapat memperkuat landasan ilmiah dan praktis dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks di sektor dunia usaha khususnya bagi pelakua bisnis UMKM.

Buku ini tidak hanya dirancang untuk memenuhi kurikulum akademis, tetapi juga sebagai panduan praktis bagi mereka yang tengah menggeluti usaha UMKM pada umumnya dan para pelaku usaha pada khususnya. Saya yakin, setiap halaman dari buku ini akan memberikan wawasan baru, memperluas pemahaman, dan menginspirasi inovasi di kalangan pembaca.

Terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi dalam mewujudkan terbitnya buku ini. Semoga buku **KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM: Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif** ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan bermanfaat bagi kita semua.

Akhir kata, saya ucapkan selamat membaca dan semoga buku ini memberikan manfaat yang besar bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang kewirausahaan dan UMKM.

Terima kasih dan selamat belajar.

Jakarta, Mei 2024

**Prof. Harries Mardiistriyanto, S.Hum. M.Si**

Dekan Fakultas Manajemen dan Bisnis

Universitas Mitra Bangsa



# Pengantar

**D**ENGAN rasa syukur yang mendalam, kami mengakui peran penting sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sebagai tulang punggung perekonomian global, yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi di seluruh dunia. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan yang cepat, kami menyadari betapa pentingnya pemahaman yang mendalam tentang strategi pengembangan bisnis yang efektif bagi para pelaku UMKM. Oleh karena itu, kami dengan bangga mempersembahkan buku ini, yang menjelajahi konsep strategi pengelolaan UMKM secara efektif berbasis *Business Model Canvas* (BMC).

Saat ini, sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) telah menjadi tulang punggung perekonomian di berbagai belahan dunia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi. Dalam era di mana persaingan semakin ketat dan perubahan terjadi dengan cepat, penting bagi para pelaku UMKM untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang strategi pengembangan bisnis yang efektif. Salah satu alat yang terbukti sangat berguna dalam merancang dan mengelola bisnis UMKM adalah Business Model Canvas (BMC). Dengan BMC, para pengusaha dapat memvisualisasikan secara komprehensif semua aspek penting dari bisnis mereka, mulai dari segmen pasar hingga struktur biaya,

memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang terinformasi dan menghadapi tantangan dengan lebih percaya diri. Dalam buku ini, kami akan menjelajahi konsep pengembangan UMKM berbasis BMC, memberikan panduan praktis dan wawasan mendalam tentang cara mengoptimalkan potensi bisnis Anda.

Semoga buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan yang berharga bagi pembaca dalam perjalanan menuju kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

Jakarta, Mei 2024

Dr. Ir. Hadi Purnomo, M.Si

# Daftar Isi

<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>

## **Bab 1**

<b>Dasar-Dasar Kewirausahaan .....</b>	<b>1</b>
A. Definisi Kewirausahaan.....	2
B. Peran Kewirausahaan dalam Perekonomian .....	4
C. Karakteristik Wirausaha.....	6
D. Motivasi dan Tantangan dalam Kewirausahaan .....	7
E. Rangkuman.....	15
F. Evaluasi .....	16

## **Bab 2**

<b>Konsep Business Model Canvas (BMC).....</b>	<b>17</b>
A. Pengenalan Business Model .....	18
B. Business Model Canvas (BMC) sebagai Alat Pengembangan .....	22
C. Komponen-komponen BMC.....	24
D. Manfaat Penggunaan BMC untuk UMKM.....	25



E. Rangkuman .....	28
F. Evaluasi.....	29

### Bab 3

#### **Analisis Lingkungan Bisnis UMKM.....31**

A. Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum) .....	32
B. Analisis Porter's Five Forces .....	35
C. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) .....	37
D. Rangkuman .....	40
E. Evaluasi.....	41

### Bab 4

#### **Pemilihan Ide Bisnis dan Model Bisnis .....43**

A. Proses Pemilihan Ide Bisnis .....	44
B. Jenis-jenis Model Bisnis.....	46
C. Kaitan Ide Bisnis dengan Model Bisnis.....	48
D. Rangkuman .....	50
E. Evaluasi.....	51

## **Bab 5**

<b>Perancangan Business Model Canvas (BMC)</b> .....	<b>53</b>
A. Langkah-langkah Perancangan BMC .....	54
B. Studi Kasus Implementasi BMC pada UMKM .....	58
C. Evaluasi dan Penyesuaian BMC .....	59
D. Rangkuman.....	62
E. Evaluasi .....	63

## **Bab 6**

<b>Sumber Daya dan Mitra Strategis</b> .....	<b>65</b>
A. Identifikasi Sumber Daya Kunci .....	66
B. Membangun Mitra Strategis untuk UMKM .....	70
C. Manfaat Kerjasama dalam Pengembangan UMKM.....	73
D. Rangkuman.....	74
E. Evaluasi .....	75

## **Bab 7**

<b>Pemasaran dan Branding UMKM</b> .....	<b>77</b>
A. Perencanaan Strategi Pemasaran .....	78
B. Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran.....	80
C. Pembentukan dan Pengelolaan Merek (Branding) .....	83
D. Rangkuman.....	87
E. Evaluasi .....	88

## **Bab 8**

<b>Pengembangan Produk dan Inovasi .....</b>	<b>91</b>
A. Proses Pengembangan Produk .....	92
B. Inovasi dalam Konteks UMKM .....	95
C. Implementasi Inovasi dalam BMC .....	97
D. Rangkuman .....	99
E. Evaluasi .....	100

## **Bab 9**

<b>Manajemen Keuangan dan Akuntansi UMKM .....</b>	<b>103</b>
A. Pengelolaan Keuangan yang Efektif .....	104
B. Sistem Akuntansi yang Tepat untuk UMKM .....	107
C. Strategi Pengelolaan Risiko Keuangan .....	110
D. Rangkuman .....	114
E. Evaluasi .....	115

## **Bab 10**

<b>Operasional dan Supply Chain Management .....</b>	<b>117</b>
A. Efisiensi Operasional dalam UMKM .....	118
B. Pengelolaan Rantai Pasokan ( <i>Supply Chain Management</i> ) .....	120
C. Penggunaan Teknologi dalam Operasional UMKM .....	124
D. Rangkuman .....	127
E. Evaluasi .....	127

## **Bab 11**

<b>Manajemen SDM dalam UMKM.....</b>	<b>129</b>
A. Rekrutmen dan Pengembangan Karyawan.....	130
B. Kepemimpinan dalam Konteks UMKM .....	135
C. Peningkatan Kinerja melalui Pengelolaan SDM.....	136
D. Rangkuman.....	138
E. Evaluasi .....	139

## **Bab 12**

<b>Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial UMKM.....</b>	<b>141</b>
A. Prinsip-prinsip Etika Bisnis .....	142
B. Implementasi Tanggung Jawab Sosial dalam UMKM	146
C. Manfaat Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial.....	148
D. Rangkuman.....	150
E. Evaluasi .....	151

## **Bab 13**

<b>Evaluasi dan Pengukuran Kinerja UMKM .....</b>	<b>155</b>
A. Kriteria Evaluasi Kinerja UMK .....	156
B. Pengukuran Keberhasilan Implementasi BMC.....	159
C. Rangkuman.....	163
D. Evaluasi .....	164

## **Bab 14**

### **Masa Depan UMKM dengan BMC.....165**

- A. Tren dan Perkembangan Bisnis..... 166
- B. Perspektif Masa Depan untuk UMKM..... 168
- C. Rekomendasi untuk Pengembangan UMKM ..... 169
- D. Rangkuman ..... 171
- E. Evaluasi..... 171

### **Daftar Pustaka .....174**

### **Glosarium.....178**

### **Indeks... ..182**

### **Tentang Penulis .....185**

# Bab 1

Dasar-Dasar  
Kewirausahaan



**B**AB ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada mahasiswa tentang Dasar-Dasar Kewirausahaan. Pembelajaran ini mencakup empat aspek utama, yaitu definisi kewirausahaan, peran kewirausahaan dalam perekonomian, karakteristik wirausaha, serta motivasi dan tantangan yang terkait dengan dunia kewirausahaan. Melalui pemahaman mendalam tentang konsep-konsep ini, diharapkan mahasiswa akan dapat mengembangkan landasan yang kokoh dalam memahami esensi kewirausahaan, menilai peran pentingnya dalam menggerakkan perekonomian, mengidentifikasi karakteristik yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses, serta memahami motivasi dan tantangan yang mungkin dihadapi dalam perjalanan kewirausahaan mereka. Dengan demikian, bab ini menjadi fondasi yang penting bagi mahasiswa untuk memulai eksplorasi lebih lanjut dalam bidang kewirausahaan.

## **A. Definisi Kewirausahaan**

Definisi kewirausahaan telah menjadi subjek diskusi yang luas dan kompleks di kalangan para ahli, yang mencerminkan kompleksitas dan variasi praktik kewirausahaan di seluruh dunia. Menurut beberapa ahli, kewirausahaan bisa diartikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi, menciptakan, dan mengelola peluang bisnis dengan cara yang inovatif. Pada intinya, kewirausahaan adalah proses yang melibatkan pengambilan risiko yang terukur untuk menciptakan nilai atau manfaat yang baru. Sebagai contoh, para akademisi seperti Peter Drucker menekankan aspek inovasi dalam definisi



# KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM

## Strategi Mengelola UMKM Secara Efektif

Pengembangan UMKM berbasis Business Model Canvas (BMC) melibatkan langkah-langkah kunci yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang setiap elemen BMC. Dari penentuan segmen pasar yang tepat hingga strategi distribusi yang efektif, pengusaha harus memperhatikan setiap aspek untuk memastikan keselarasan dan keberlanjutan bisnis mereka. Ini melibatkan analisis pasar yang menyeluruh, identifikasi nilai tambah yang unik, dan pengembangan strategi hubungan pelanggan yang kuat. Dengan mengisi setiap blok BMC dengan informasi yang relevan, pengusaha dapat menciptakan fondasi bisnis yang kokoh dan berpotensi meraih kesuksesan jangka panjang.

ISBN 978-623-8586-36-3



9

786238

586363



PT Penerbit Penamuda Media  
Godean, Yogyakarta  
085700592256  
@penamuda\_media  
penamuda.com