DAFTAR PUSTAKA

Abdulsyani, 2007. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan,* Jakarta: Bumi Aksara.

Achmad E, Masrun, Hilyana S, 2011, *Pengentasan Kemiskinan Melalui Pe mbinaan Sikap Mental Wirausaha Pada Masyarakat Pesisir Desa Ke bun Talu Labuhan Tereng Kecamatan Lembar Lombok Barat*

Adiningsih, S. 2004. *Regulasi Dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*

Afandi, Pandi. 2018. Pekanbaru: Zanafa Publishing.

Ahmadi, Abu, 2004. *Sosiologi Pendidikan*, Jakarta: PT. Reneka Cipta.

Amaborseya, Ditta. *"Manajemen Krisis"* Jurnal ISKI, Vol II (Oktober 1998)

Anderson, E.T. & J. McFarlane, 2004. *Community as Partner Theory and Practice in Nursing 4th Ed*, Philadelphia

Anderson Gordon, 1992, *The Handbook Of Human Resource Management*, Oxford: Blackweel Publisher.

Andrew B. Whitford, Soo-Young Lee, 2010. *Taesik Yun & Chan Su Jung; Collaborative Behavior And The Performance Of Government Agencies*, International Public Management Journal,

Anonym, 2006. *Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha UKM Di Propinsi Sumatera Utara, Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM* NOMOR 1 TAHUN I – 2006

----------, 1989. Proposed *Frame Work*" Sam Advanced Management Journal, Vol 54.

Ansell, Chris &, Alison Gash, 2008. *"Collaborative Governance in Theory and Practice". Journal of Public Administration Research and Theory, 18 (4)*

Arief Rahmana , Yani I , Rienna O, 2012, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*, Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1, Februari 2012: 14–21

Arifin, Imamul & Giana Hadi W. 2007. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.

S. 2002. *Prosedur Penelitian,* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Armstrong Michael, 1998, *Performance Management*, London: Kogan page limited.

Athoillah, H.M. Anton. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.

Bacal Robert, 1999, *Performance Management*, New York, Mc: Graw. Hill.

Barbara Gray, 1989. *Collaborating: Finding common ground for multi-party problems*. San Francisco,CA: Jossey-Bass.

Barton, Laurence. 1993. *Crisis in Organization. Managing and Communication in heat of Chaos*, Ohio: South Western Publishing Co.

Bastian, Indra. 2007. *Akuntansi Yayasan dan Lembaga Publik*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.

Bateman, Thomas S. dan Scott A. Snell. 2008. *Manajemen Kepemimpinan dan Kolaborasi Dalam Dunia Yang Kompetitif*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.

Bismala, Lila & Handayani, Susi, 2014. *Model Manajemen Umkm Berbasis Analisis SWOT,* Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM.

Black, Sam. 1993. *The Essentials of Public Relation*, London: Kogan Page Limited.

Blake, R.R. dan J.S. Mouton. 1985. *Don't Let Group Norm Stifle Creativity*, California: Addition Wesley Publishing Company.

Bogdan, R., & Biklen, S.K. 1997. *Qualitative Research for Education*. Allyn & Bacon Boston, MA.

Bogdan, R., Taylor, S.J., & Taylor, S.S. 1975. *Introduction to Qualitative Rmethods: A phenomenological Approach to the Social Sciences*. Wiley-Interscience.

BPPT & KKBP, 2010. *Panduan Penumbuhkembangan Umkm Melalui Lembaga Intermediasi Tahun 2010*, BPPT: Jakarta.

Buchari Alma. 2005. *Kewirausahaan,* Bandung: Alfeta.

_____2004. *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfeta.

Budihardjo, Andreas. 2011. *Organisasi: Menuju Pencapaian Kinerja Optimum, Sintesis Teori untuk Mengungkap "Kotak Hitam" Organisasi*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.

Burhan, 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja rafindo Persada

Optimized using
trial version
www.balesio.com

_____. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Carpenter, Mason. A. & Sanders, Wm, Gerard , 2009. *Stategic Management: A Dynamic Prespective, 2nd Edition*, New Jersey: Pearson Printice Hall.

Chesbrough, P. H. 2008. *Open Innovation And Open Business Models : A New Approach To Industrian Innovation*. Presentation To Speaker Series. You Tube 27 Oktober 2010; 4.36 AM.

Chris Manning, Tadjuddin Noer Effendi, Penyunting, 2010, *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota, Pada Simposium Nasional* 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

Clay, W. dan D.W.O. Hammer. 1978. Dallas. Business Publication.

Cleland, D.L. dan W.R. King. 1968. *System Analysis and Project Management.* New York: McGraw-Hill.

Connick, Sarah, and Judith Innes. 2003. *Outcomes of collaborative water policy making: Applying complexity thinking to evaluation.Journal of Environmental Planning and Management*

Cox, T. dan J. Finley-Nickelsen. 1991. *Models of Acculturation for Intra Organization Cultural Diversity*. Canadian Journal of Administrative Science. 8(2): 90-100.

Creswell, J. 2010. *Qualitative Inquiry and Research* Design: Choosing among Five Approaches.

Cutlip, Scott M, Allen H. Center, Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan, Jakarta: Kencana.

Cutlip, Scott M. Allen H. Center, Glen M. Broom. 1994. *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice Hall International.

Daft, Richard L., 2008, *Era Baru Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.

Daft, Richard L. 2003. *Management. 6 th Edition*. Houghton Mifflin Harcourt. Boston. Terjemahan E. Tanujaya dan S. Tiolina. 2007. Jakarta: Manajemen. Edisi 6. Salemba Empat.

David, F.R. 2002. Strategic *Management.* Prentice Hall. New Jersey. Terjemahan K. Sansu. 2004. Manajemen Startegis. Edisi 9, Jakarta: Indeks.

Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. 2005. *"Research on Small Firm Growth: A Review*" in 35th EISB Conference: Sustaining the Entrepreneurial Spirit over Time: Implications for Young Companies, Family Businesses, and Established Companies. IESE Business School, Spain, 1-7

Optimized using trial version www.balesio.com

Davis, K. 1972. *Human Behaviour at Work*. 4 th Edition. New York: McGraw-Hill..

Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. 2011. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. sage.

Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Stratejik, Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Djalaluddin Ahmad, 2007, *Manajemen Qur'ani*, UIN Malang Press, Malang.

Drucker, P.F. 1983. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Pressindo LPPM.

Drucker, Peter F. 1991. *Inovasi dan Kewiraswastaan;* Praktik dan Dasar-dasar, diterjemahkanoleh Rusjdi Naib. Jakarta: Erlangga.

Dwi Narwoko, J,2004, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, Jakarta: Prenada Media.

Edward M Marshall, 1995. *Transforming The Way We Work: The Power of the Collaborative Work Place,* AMACOM.

Emerson, Kirk, Tina Nabatchi, Stephen Balogh, 2012*. "An Integrative Framework for Collaborative Governance".* Journal of Public Administration Research and Theory, 22 (1)

Emily R. Lai, 2011. *Collaborations: A Literature Review*, Pearson.

Ermaya Suradinata, 1998. *Manajemen Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Bandung: Ramadan.

Esterberg, K. G. 2002. *Qualitative Methods in Social Research* (Issue 300.18 E8).

Fauzia, Ika Yunia., 2013, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Penerbit Kencana.

Feriyanto, Andri dan Shyta, Endang Triana. 2015. *Pengantar Manajemen (3 in 1).* Kebumen: Mediatera.

Festinger, L., S. Schachter dan K. Back. 1963. *Social Pressure in Formal Group: A Study of Human Factor in Housing*. Redwood City: Stanford University Press.

Fiedler, F.E. 1967. *A Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGrawHill.

ven. 1986. *Crisis Management: Planning for the Inevitable*, New York: nacom.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Flippo Edwin B, 1994, *Personal Management* (6 th ed), New York, Mc. Graw Hill, Company.

Freeman, Jody. 1997. *Collaborative governance in the administrative state*. UCLA Law Review 45:1.

Gatewood, R.D., R.R. Taylor dan O.C. Ferrell. 1995. *Management: Comprehension, Analysis and Application*. Richard D. Irwin. Homewood. 224

Gibson, J.L., J.H. Donnelly, J.M. Ivancevich. 1995. *Management*. Richard D. Irwin. Homewood. Terjemahan S. Tjiptowardoyo dan I. Nurmawan. 1997. Manajemen. Edisi 9. Jakarta: Erlangga.

Greenhause Jeffry H, 1987, *Career Management*, Chicago: The Dryden Press.

Glueck, W.F. 1977. *Management*. Hinsdale: The Dryden Press.

Global Enterpreneurship Monitor. 2011. *Extended Report: Enterpreneurs and Enterpreneurial Employees Across the Globe*. Babson, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak.

Guest David E, 1987, *Human Resource Management And Industrial Relation*, Journal Of Management Studies, 24: 5, September.

Hadari Nawawi, 1984. *Administrasi Pendidikan*, Jakarta: Gunung Agung.

Hafsah, M.J, 2004, *Upaya Pengembangan UKM*, Infokop, No. 25 Tahun XX

Handoko T.H. 2003. *Manajemen*. Edisi 18, Yogyakarta: BPFE.

Hardiyan. 2019, June 9. *"Pemberdayaan UMKM, Presiden Jokowi: Kementerian Jangan Jalan Sendiri-Sendiri"*, diakses dari https://ekonomi. bisnis.com/read/20191209/12/1179367/pemberdayaan-umkmpresiden-jokowi-kementerian-jangan-jalan-sendiri-sendiri#:~:text=Pemberdayaan%20UMKM%2C%20Presiden%20Jokowi%20%3A%20Kementerian%20Jangan%20Jalan%20Sendiri%2DSendiri,- Presiden%20Jokowi%2

Hardjana, Andre A. *"Manajemen Komunikasi dalam Krisis",* Jurnal ISKI, Vol. II (Oktober 1998)

Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian, dan Peningkatan Produktivitas Pegawai*. Jakarta: PT. Grasindo.

Hasibuan Malayu, 1997, *MSDM*, Jakarta: Gunung Agung.

)17. *Manajemen Pelayanan Publik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

obert L. & Gabriel Vazques. 2001. *The Handbook of Public Relation*,

Optimized using
trial version
www.balesio.com

California: Sage Pub. Inc: Thousand Oaks.

Henry, N. 1995. *Public Administration and Public Affairs*. Sixth Edition. Englewood Cliffs N.J: Prentice–Hall.

Herlambang R. Perdana Wiratraman, 2007. *Good governance and legal reform in Indonesia,* Office of Human Rights Studies and Social Development, Mahidol University.

Herujito, Yayat M.. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Grasindo.

Ida Nuraida. 2008. *Manajemen Administrasi Perkantoran*. Cet. 5. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Indartono, Setyabudi,. 2012. *Pengantar Manajemen*, Character Inside, Yoyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Jacobs, D., Kotze, P., Merwe, A., & Gerber, A. 2011. *"Enterprises Architecture for Small and Medium Enterprises Growth".* Advance in Enterprises Engineering, 66.

John A. Pearce & Richard B. Robinson. 2007. *Manajemen Strategis: Formalasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Diterjemahkan oleh: Yanivi Bachtiar & Christine. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

Jufri A, dkk, 2015, *Pembinaan Wirausaha UKM Dalam Rangka Penguatan Ekonomi Masyarakat Di Kawasan Pesisir Desa Sekotong Tengah Kabu paten Lombok Barat*

Justin G. Longeneckker. 2000. *Small Business Management*. Southwestern: College Publishing.

Kao, Raymond Russel M. Knight. 1987. *Entrepmneuship and New Venture Management,* Toronto: Prentice-Hal Canada. Scanrborough.

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relation*, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Koontz, Harold, dan C. O'Donnel. 1972. *Principle of Management: An Analysis of Managerial Functions*,New York: McGraw-Hill.

Koswara E., 2002. *Otonomi Daerah untuk Daerah dan Kemandirian Ra*kyat, Jakarta: Candi Cipta Piramida.

Kotler, P. 1997. *Marketing Management*. 9 th Edition. New Jersey: A Simon dan Schuster Company.

ıilip 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.

_____. 1997. *Marketing Management, Analysis, Planning, ıplementation, andControl*. Nmthr-edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc..

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Krisnandi Herry, Suryono Efendi, Edi Sugiono, 2019. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: LPU-UNAS.

Liao, S.-H., Chang, W.-J., Wu, C.-C. & Katrichis, J. M. 2010. *A survey of market Orientation Research (1995–2008).* Industrial Marketing Management, 10.

Lindeke, L., Sieckert, A. M, 2005. *Nurse-Physician Workplace Collaboration*, Online Journal of Issues in Nursing,

Mahfudz, Dindin M. *"Ketika Perusahaan Menghadapi Krisis"* Jurnal ISKI, Vol II (Oktober 1998)

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: Refika Aditama.

Masrun , Jufri, Akhmad & Yuniarti, Titi, 2018. *Model Pemberdayaan UKM Berbasis Potensi Lokal Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan di Kawasan Pesisir Pantai Cemara Lembar Kabupaten Lombok Barat*, http://www.ekonobis.unram.ac.id Volume 4, No.2 September 2018, Universitas Mataram

Masykur, Wiratmo .1996. *Pengantar Kewiraswastaan*. Yogyakarta: BPFE.

Mathison, S. 1988. *Why Triangulate?* Educational Research.

Miles, Mattheu B, & Huberman, A. M. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods. in Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Sage Publications.

Miles, Matthew B, Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook. 3rd. Ed:* Thousand Oaks, CA: Sage.

Miner, John B. 1988, *Organizational Behavior Performance and Productivity*, first Edition.copy right @ 1988 by Random House, Inc.

Mintzberg, H. 1973. *The Nature of Managerial Work*, New York: Harper dan Row.

Mitroff, Ian I&Gus Anagnos, 2001. *Managing Crises Before They Happen*, New York: Amacom.

Moleong, L. J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Morse, Ricardo S; John B Stephens. 2012." *Teaching Collaborative Governance: Phases, Competencies, and Case-Based Learning". Journal of Public Affairs Education.*

, 2006 *Membangun karakter & kepribadian kewirausahaan*. Graha Ilmu, BN-10: 979-755-176-7

Optimized using
trial version
www.balesio.com

----------, 2009. *Kewirausahaan (Motivasi dan Prestasi Dalam Karier Wirausaha),* UIEU–University Press

----------, 2019. *Model Pembinaan UMKM Program Kemitraan Badan Usaha Miilik Negara (Kasus Mitra Binaan Umkm Wilayah Jakarta, Bogor*), Ikraith Ekonomika Vol 2 No 2 Bulan Juli 2019, Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul, Jakarta.

Nasution, Sorimuda. 1988. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.

Nasution, Sukarjo. 2003. *Metode Research (penelitian ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara*.

Nawawi, H., & Martini, M. 2005. *Penelitian Terapan*. Gadjah Mada University Press.

Newman, Janet; Barnes, Marian; Sullivan, Helen and Knops, Andrew, 2004, *Public "Participation and Collaborative Governance*". Journal of Social Policy.33 (2)

Newman, W.H. dan C.E. Summer. 1961. *The Process of Management, Concept, Behaviour and Practice*. New Jersey: Prentice-Hall.

Nikujuluw, V, 2011, *Penyusunan Rencana Pengelolaan Kawasan Pesisir dan Laut*

Noorsyamsa Djumara, 2008. *Negosiasi, Kolaborasi dan Jejaring Kerja.* Jakarta: Lembaga Administrasi Negara-RI.

Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relation*, Jakarta: Kompas Gramedia:.

O'regan, N., Ghobadian, A. & Sims, M. 2006. *Fast tracking Innovation in Manufacturing SMEs*. Technovation Vol. 26 P. 251–261.

Pamudji, 1985. *Kerjasama Antar daerah erjasama antar daerah dalam rangka pembinaan wilayah: suatu tinjauan dari segi administrasi negara*, Jakarta: Bina Aksara.

Patton, Michael Quinn, 1987. *Qualitative Education Methods*, Beverly Hills: Sage Publication.

Pratikno, *Govemance dan Krisis Teori Organisasi*, Jurnal Administrasi KebijakanPublik, November 2007, Vol.12, No.2, Yogyakarta: MAP UGM.

Prawirokusumo, 2000, *UKM Memperkuat Ekonomi Nasional*, Infokop, Tahun, XVI

007, *Pengantar Manajemen*, Surabaya: Zifatama Publisher.

l Frame Work" *Sam Advanced Management* Journal, Vol 54, 1989

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Putra, IGN. 1998. *Manajemen Hubungan Masyarakat*, Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Putri, Liza Diniarizky, 2014, Krisis, Ancaman atau Peluang ?, Jurnal Komunikasi, Volume 3, Nomor 1, Sept-Des 2014, 25-38, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Serang Raya.

Porter, M.E. 1980. *Competitive Strategy*, New York: The Free Press.

Rahman, Abd, 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*, Malang: Intelgensia Media.

Randall S Schuller, Susan E. Jackson, 1997*, MSDM Abad 21*, Jakarta:Erlangga..

Rangkuti, Freddy, 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Reilly, Thom. 1998. *Communities in conflict: Resolving differences through collaborative efforts in environmental planning and human service delivery*.

Reksodiprodjo, S. 1983. *Organisasi Perusahaan*: Teori dan Perilaku. Yogyakarta: BPFE.

Ritchie, J., & Spencer, L. 2002. *Qualitative Data Analysis for Applied Policy Research*. The Qualitative Researcher's Companion, 573(2002), 305–329.

Ritzer, G. 2001. *Explorations in Social Theory: From metatheorizing to rationalization*. Sage.

_____, 2005. *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the means of consumption*. Pine Forge Press.

_____, 2007. *The Globalization of Nothing 2*. Sage.

_____, 2012. *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Robbin, Stephen P. 1996. *Organizational Behavior* New Jersey: PrenticeHall, Inc. International Edition.

Robbins, S.P. dan M.K. Coulter. 1996. *Management*. 5 th Edition. Prentice Hall College Div. New Jersey. Terjemahan. 2002. Manajemen. Edisi 5. Jakarta: Gramedia.

Robbin SP, Colter Marry, 1999, *Manajemen*, Jakarta: Prenhallindo.

___, 2001. *Management*. 7 th Edition. Prentice Hall College Div. New ersey. Terjemahan. 2004. Manajemen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Stephen P.dan Judge, Timothy A., 2008, *Perilaku Organisasi*, Jakarta:

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Penerbit Salemba Empat.

Rogers, E. M., Shoemaker, F. F., & Hanafi, A. 1981. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Usaha Nasional.

Rosen, E.D, 1993. *Improving Public Sector Productivity: Concept and Practice*. London: Sage Publications, International Educational and Professional Publisher.

Rosenbusch, N., Brinckmann, J. & Bausch, A. 2010. *Is innovation Always Beneficial? A Meta-analysis of the Relationship Between Innovation and Performance in SMEs*. Business Venturing.

Saladin, Djaslim, (2006).Manajemen Pemasaran, Bandung: PT. Linda Kayra.

Sandel, M. J., & Anne, T. 1998. *Liberalism and the Limits of Justice*. Cambridge University Press.

Sarens, G. 2007. *The Agency Model As a Predictor of the Size of the Internal Audit Function in Belgian Companies*. Faculteit Economie en Bedrijfskunde, Univ. Gent.

Schein, E.H. 1990. *Organizational Culture*. American Psychologist. 45: 109-119. 225

Schuler Randall S, Dowling, Peter J Smart, John P & Huber, Vandral, 1992, *Human Resource Management in Australia*, Anatarmon-wsw, Harper Educational Publisher.

Scott London, *Collaboration and Community*, di unduh dari http://www.scottlondon.com/reports/collaboration.pdf pada tanggal 30 September 2016

Sedarmayanti, P. S. 2013. *Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi, dan kepemimpinan Masa Depan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Shirvastava & Mitroff, 2014. *"Strategic Management of Corporate Crisis"* Columbia Journal of WorldBusiness, Vol. 22

Siagian Sondang P, 1998, *MSDM*, Jakarta: Bumi Aksara.

Sikula Andrew, 1981, *Personal Administration and Human Resource Management*, New York: A Wiley Trans Edition By John Willey & Sons, Inc

Situmorang, J, 2008, *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Iklim Usaha Yang Tidak Kondusif*, Infokop, Vol. 16

usan. 1998. *Collaborative approaches to Pacific Northwest fisheries anagement: The salmon experience*.Willamette Journal of International aw and Dispute Resolution

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*, Remaja Rosdakarya: Bandung.

Solihin Ismail, 2009, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sowiyah. 2006. *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi.

Stainback, S., & Stainback, W. 1988. *Understanding & Conducting Qualitative Research.* ERIC.

Stephen. R. Covey. *Tanpa Tahu Tujuh Kebiasaan Manusia yang sangat Efektif* AlihBahasa.

Steven L., Yaffee and Julia Wondolleck, 2003. *Collaborative ecosystem planning processes in theUnited States: Evolution and challenges*. (Jurnal Environments.

Stevenson, N. 2000. *Ten Minute Guide to Motivating People*. 2nd Edition. Alpha. Indianapolis.

Stiglitz, J. E., & Stiglitz, J. E. 2000. *Economics of the public sector*.

Stoltz, P. G. 1997. *Adversity quotient: Turning Obstacles Into Opportunities*. John Wiley & Sons.

Stoner, J.A.F., R.E. Freeman dan D.R. Gilbert. 1994. *Management*. 6 th Edition. Pearson. London. Terjemahan. 2005. Manajemen. Edisi 6. Jakarta: Indeks.

Stoner, L. J., & Wankel, C. 1996. *Manajemen (terjemahan),*Jakarta: Intermedia.

Stubbart, *"Improving The Quality of Crisis Thinking"* Columbia Journal of Word Busines, Vol 22, 1987

Strauss, A., & Corbin, J. 1967. *Discovery of Grounded Theory*.

Sudarmo, 2011. *Isu-Isu Administrasi Publik Dalam Perspektive Governance,* Surakarta, SMART Media, MAP UNS.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, Bandung: IKAPI

Suharsimi Arikunto. 2000. *Manajemen Penelitian* .Jakarta: Diknas.

Suharto, Edi, 2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial (edisi ke-2), Bandung: Refika Aditama

Suharyanto, Hadriyanus. 2005. *Administrasi Publik: Entrepreneurship, Kemitraan, an Reinventing Government*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: Media acana.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Sukandarrumidi, 2009, Berkembang Sebagai Entrepreneur, Yayasan Pustaka Nu santara, Yogyakarta

Sukoco, B. M. 2007. *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern. Jakarta: Erlangga*, *5*.

Sukwiaty, dkk. 2016. *Ekonomi*. Yogyakarta: Yudhistira.

Sulastri, T. 2007. *Hubungan Motivasi Berprestasi dan Disiplin dengan Kinerja Dosen*. Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan

Sulastri, Lilis, 2014. *Manajemen Sebuah Pengantar, Sejarah, Tokoh, Teori, dan praktik*, Bandung: LaGood's Publishing.

Sule, Ernie T. Dan Saefullah, Kurniawan., 2005, *Pengantar Manajemen*, Penerbit Jakarta: Kencana.

Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Suryana, 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Empat Salemba.

Sutarto. 1986. *Dasar-Dasar Kepemimpinan Administrasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Sutermeister, Robert A.. 1990. *People and productivity* New York: McGrawhil| Book Comp.,Inc.

Suwarno, Y. 2008. *Inovasi di Sektor Publik*. Jakarta: STIA-LAN Press.

Tambunan, Mangara, Ubaidillah, 2002, *Memposisikan Usaha Kecil Menengah Dalam Persaingan Pasar Global, Membangun kekuatan Usaha Menengah sebagai Work Horse*.

Tambunan, T., 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Salemba, Jakarta

Tangkilisan, Hessel Nogi S.. 2007. *Manajemen Publik*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Grasindo.

Taufiqurrahman, Udisubakti Ciptomulyono, Janti Gunawan, 2011. *Model Pembinaan Dan Pengembangan Kemampuan Inovasi Produk Dan Peran Intermediary Pada Ukm Kerajinan Dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM),* Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIII Program Studi MMT-ITS, Surabaya 5 Pebruari 2011

R. dan S.G. Franklin. 1982. *Principles of Management*. 8 th Edition. chard D. Irwin. Homewood.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Tewari, P., Skilling, D., & Wu, Z. 2013. *Competitive Small and Medium Enterprises: A Diagnostic to Help Design Smart SME Policy*. The World Bank.

Thoha, M. 1999. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Edisi 1. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

_____, 2008. *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer,* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

_____, 2002. *Dimensi-dimensi Prima Ilmu Administrasi Negara.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, 2021. Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ISBN-978-602-275-216-5, Sekretariat Wakil Presiden Republik Indonesia

Tiro, M. A., & Arief, M. 2011. *Teknik Pengambilan Sampel.* Makassar: Andira Publisher.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.

Toffler, A. 1971. *Future Shock.(Bantam edition)*. New York: Bantam Books.

Umar, Husein. 2005. *Riset Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

_____, 2005. *Strategic Management in Action*. Edisi 4. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Utomo Warsito. 2006. *Administrasi Publik Baru Indonesia: perubahan padadigma dari administrasi Negara ke administrasi public*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Van Looy, B., Gemmel, P., & Dierdonck, R. 2003. *Services Management: an Integrated Approach*. Pearson Education.

Vaughan, D. 1996. *The Challenger Launch Decision:* Risky technology, culture, and deviance at NASA. University of Chicago press.

Wahab, Sholihin Abdul. 2012. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Penyusunan, Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Walker, A., & Walker, C. 1997. *Britain Divided: The Growth of Social Exclusion in the 1980s and 1990s*. Cpag London.

[illegible] 1993. *The Role And Value Of Information Technology Infrastructure: ɔme Empirical Observations. In Strategic Information Technology anagement:* Perspectives on organizational growth and competitive dvantage (pp. 547–572).

Optimized using
trial version
www.balesio.com

West, M. A., & Farr, J. L. 1989. *Innovation at Work: Psychological Perspectives*. Social Behaviour.

White,John & Laura Mazur.*"Manajemen Krisis"* Jurnal ISKI, Vol II (Oktober 1998)

Wijayanti, Irene Diana Sari. 2008. *Manajemen.* Jogjakarta: Mitra Cendikia Press.

Wiludjeng, S. 2007. *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Winardi, 2004, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Jakarta: Prenada Media Grup.

Winarni, E.S, 2006, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkat an Aksesibilitas Kredit Perbankan*, Infokop, No.29, Tahun, XXII

Wirawan, D. R. I. B. 2012. *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma: Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial*. Kencana.

Wisenblit, 1989. *"Crisis Management Planning Among* U.S. Corporations Empirical Evidence

William J. Byron. 2010. *The Power of Principles: Etika Untuk Budaya Baru Perusahaan*. Diterjemahkan oleh: Hardono Hadi. Jakarta: Penerbit Kanisius.

World Bank, 2001, *World Development Report 2000/2001*, Attacking Poverty.

Wulansari, T., & Ayu, S. 2009. *Gender and Household Labour: A Sociological Comparison of women in Japan and Indonesia* , Jakarta, Indonesia: Faculty of Humanities, University of Indonesia Press.

Yao, Guevera Assamoi, 2007, *Fiscal Decentralization and Poverty Reduction Out comes, Theory and Evidence*, George State University.

Yeremias T. Keban, 2007. *Pembangunan Birokrasi di Indonesia: Agenda Kenegaraan yang Terabaikan*, Pidato Pengukuhan Guru Besar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta: UGM.

Yuniarsih, Tjutju dan Suwatno., 2016, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Alfabeta.

Yuwono, Sony, dkk. 2007. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard, Menuju Organisasi Berfokus Pada Strategi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zaltman, G., Duncan, R., & Holbek, J. 1973. *Innovations and organizations*. John Wiley & Sons

Optimized using
trial version
www.balesio.com

LAMPIRAN

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 1

KRITERIA INFORMAN

I. INFORMAN UTAMA *(KEY INFORMAN)*

1. Bersatatus sebagai PNS pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Pemerintah Kabupaten Wajo
2. Jenis Kelamin Laki-laki atau Perempuan.
3. Usia minimal 30 (tiga puluh).
4. Masa kerja sebagai PNS minimal 10 (sepuluh) tahun.
5. Menduduki jabatan sebagai Kepala Bidang yang memiliki tugas pokok dan fungsi bidang pembinaan UMKM
6. Masa kerja jabatan minimal 1 (satu) tahun.
7. Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pembinaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Wajo.

II. INFORMAN TAMBAHAN *(SECONDARY INFORMAN)*

1. Pelaku UMKM bidang jasa Kesehatan:
   a. Berstatus sebagai pemilik usaha *(owners)*
   b. Pengalaman usaha mnimal 2 (dua) tahun
   c. Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pembinaan dan pengembangan UMKM bidang jasa layanan kesehatan
   d. Usia minimal 20 (dua puluh) tahun.
2. Pelaku UMKM bidang kuliner:
   a. Berstatus sebagai pemilik usaha *(owners)*
   b. Pengalaman usaha mnimal 2 (dua) tahun
   c. Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pembinaan dan pengembangan UMKM bidang kuliner
   d. Usia minimal 20 (dua puluh) tahun.
3. Pelaku UMKM bidang kerajinan:
   a. Berstatus sebagai pemilik usaha *(owners)*
   b. Pengalaman usaha mnimal 2 (dua) tahun
   c. Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pembinaan dan pengembangan UMKM bidang kerajinan
   d. Usia minimal 20 (dua puluh) tahun.
4. Perwakilan Perbankan:
   a. Berstatus sebagai Pegawai Tetap pada Bank BNI atau BPD Sulselbar
   b. Pengalaman kerja bidang fasilitasi UMKM mnimal 2 (dua) tahun
   c. Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pembinaan dan pengembangan pada aspek bantuan permodalan UMKM
   d. Usia minimal 20 (dua puluh) tahun.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 2-1

PANDUAN WAWANCARA

JUDUL PENELITIAN

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

FOKUS PENELITIAN:
Bagaimana model pembinaan UMKM berbasis *Business Model Canvas* (BMC) di Kabupaten Wajo?

Indikator 1 : Model Pembinaan UMKM

Sub Indikator 1.1.
Pemetaan Potensi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai potensi UMKM pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

1. Sulit menemukan SDM yang berkualitas, lulus sekolah tidak lagi menjamin tenaga siap pakai
2. Mencoba untuk membangun budaya kerja yang disiplin
3. Inovasi dalam produksi akan selalu diutamakan
4. Strategi pemasaran harus selalu disesuaikan dengan konsumen
5. Pengelolan keuangan dan administrasi yang sederhana

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data pemetaan potensi UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data dalam bentuk *profile company* yang lebih komrehensif dan dapat diakses dalam rangka memetakan potensi UMKM dalam pengembangan usaha dan pembinaannya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?
Jawaban Informan:
Memiliki team yang paham dan dapat mendukung pemetaan potensi.

Sub Indikator 1.2.
Pembinaan Manajemen UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pembinaan manajemen UMKM yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh perbankan, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan manajemen UMKM dari pemerintah maupun perbankan

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Permasalahan yang dihadapi dalam pembinaan UMKM yaitu sebahagian pelaku UMKM masih butuh pelatihan Manajemen UMKM baik Manajemen SDM dan Manajemen lainnya.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan dari pemerintah atau lembaga lain secara holistik dan teritegrasi.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Membenahi masalah manajemen dengan pengetahuan yang ada.

Sub Indikator 1.3.
Bantuan Permodalan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pemberian Bantuan Permodalan UMKM, pada aspek (1)Pengembangan SDM dan Budaya Kerja, (2)Produksi dan Pemasaran, (3)Administrasi dan Keuangan?
Jawaban Informan:
Terdapat bantuan permodalan bagi UMKM melalui Program Pemberdayaan UMKM

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait bantuan permodalan UMKM?

Jawaban Informan:

Permasalahan yang dihadapi adalah pemberian bantuan permodalan UMKM belum secara menyeluruh

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya informasi dan bantuan teknis dari lembaga terkait

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?

Jawaban Informan:

Untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM adanya bantuan modal usaha baik dari pemerintah daerah melalui bantuan hibah dan bantuan sosial dan dari perbankan melalui dana KUR.

Sub Indikator 1.4.

Pendampingan/ Supervisi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pendampingan /supervisi UMKM, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

Ada pendampingan/ supervisi dari Provinsi

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pendampingan (supervisi) UMKM?

Jawaban Informan:

Supervisi tidak melaksanakan tugasnya secara maksimal

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?

Jawaban Informan:

Ada supervisi namun tidak berjalan dengan baik disebabkan kurangnya koordinasi supervisi dengan pemerintah setempat.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak ada laporan dari pendamping/ supervisi dalam memaksimalkan pendampingan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Sub Indikator 1.5.

Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM

(?-1) Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM, pada aspek: (1)*Customer segments* (segmen pelanggan), (2) *Value Propositions* (nilai/manfaat yang ditawarkan), (3) *Channels* (saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4)*Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan), (5)*Revenue Streams* (aliran pendapatan), (6)*Key Activities* (kegiatan inti), (7)*Key Resources* (sumber daya kunci), (8)*Key Partnership* (kemitraan kunci), dan (9) *Cost Structure* (struktur biaya)

Jawaban Informan:

BMC sudah digunakan dengan kemampuan sendiri dengan belajar dari bangku pendidikan formal dan edukasi informal dari internet [belajar secara *heutagogy* dan *cybergogy*].

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak bisa memaksimalkan penerapan BMC, dan mungkin akan memilih *tools* lain hasil pengembangan dari BMC yang lebih mudah dipahami.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya asistensi dari pakar sehingga pembuatan dan penerapan BMC bisa maksimal

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Menggunakan BMC dengan pengetahuan yang ada, dan tetap belajar *tools* lain yang bisa mengoptimalkan BMC

Indikator 2 : Kemandirian dan Ketangguhan UMKM

Sub Indikator 2.1.

Kemandirian UMKM

(?-1) Bagaimana kemandirian UMKM meliputi aspek: (1)Pengelolaan sumberdaya manusia, (2)Keuangan, (3)Pemasaran, (4)Produksi, dan (5) Motivasi Wirausaha?

Jawaban Informan:

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Semua aspek ini dilakukan sendiri berdasarkan pengetahuan yang ada, mencari sumber lain untuk optimalisasi.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Perlu adanya peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya lembaga yang selalu membentuk ekosistem bisnis yang baik.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Belajar dari berbagai sumber, dan membuka jaringan untuk mendapatkan informasi

Sub Indikator 2.2.
Ketangguhan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi saat ini mengenai ketangguhan UMKM meliputi aspek: (1)Perolehan laba dibandingkan dengan penjualan (profit margin), (2)Perolehan laba dibandingkan dengan kewajiban (hutan), dan (3)Lamanya usaha dengan usaha yang sejenis (pengalaman usaha)?
Jawaban Informan:
Selalu mencoba melakukan inovasi untuk bisa memenangkan kompetisi yang semakin ketat.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Lingkungan yang kurang mendukung ekosistem bisnis

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Kabupaten Wajo bisa menciptakan sebuah ekosistem yang bisa mendukung UMKM.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Tetap belajar dan membangun jaringan.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 2-2

PANDUAN WAWANCARA

JUDUL PENELITIAN

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

FOKUS PENELITIAN:
Bagaimana model pembinaan UMKM berbasis *Business Model Canvas* (BMC) di Kabupaten Wajo?

Indikator 1 : Model Pembinaan UMKM

Sub Indikator 1.1.
Pemetaan Potensi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai potensi UMKM pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

1. Sulit menemukan SDM yang berkualitas, lulus sekolah tidak lagi menjamin tenaga siap pakai
2. Mencoba untuk membangun budaya kerja yang disiplin
3. Inovasi dalam produksi akan selalu diutamakan
4. Strategi pemasaran harus selalu disesuaikan dengan konsumen
5. Pengelolan keuangan dan administrasi yang sederhana

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak tersedianya data yang lengkap dan kemampuan team yang tidak merata.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data dalam bentuk *profile company* yang lebih komrehensif dan dapat diakses dalam rangka memetakan potensi UMKM dalam pengembangan usaha dan pembinaannya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?
Jawaban Informan:
Memiliki team yang paham dan dapat mendukung pemetaan potensi.

Sub Indikator 1.2.
Pembinaan Manajemen UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pembinaan manajemen UMKM yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh perbankan, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada pembinaan apa2, yang ada Cuma minta pajak

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada lembaga baik pemerintah maupun non-pemerintah yang melakukan pembinaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan dari pemerintah atau lembaga lain secara holistik dan teritegrasi.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Membenahi masalah manajemen dengan pengetahuan yang ada.

Sub Indikator 1.3.
Bantuan Permodalan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pemberian Bantuan Permodalan UMKM, pada aspek (1)Pengembangan SDM dan Budaya Kerja, (2)Produksi dan Pemasaran, (3)Administrasi dan Keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada
(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada informasi dari lembaga terkait

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya informasi dan bantuan teknis dari lembaga terkait

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada bantuan permodalan, jadi tidak ada yang bisa dimaksimalkan

Sub Indikator 1.4.
Pendampingan/ Supervisi UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pendampingan /supervisi UMKM, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervise. Namun, seandaianya supervisi sudah berjalan maka kondisi yang diharapkan adalah pendampingan secara berkelanjutan pada aspek pembinaan SDM, *coaching* budaya kerja, optimalisasi produksi, manajemen pemasaran serta peningkatan kualitas adminsitrasi dan pengeloaan keuangan.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada yang bisa dilakukan karena supervisi tidak ada.

Sub Indikator 1.5.
Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM
(?-1) Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM, pada aspek: (1)*Customer segments* (segmen pelanggan), (2) *Value Propositions* (nilai/manfaat yang ditawarkan), (3) *Channels* (saluran

Optimized using
trial version
www.balesio.com

komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4)*Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan), (5)*Revenue Streams* (aliran pendapatan), (6)*Key Activities* (kegiatan inti), (7)*Key Resources* (sumber daya kunci), (8)*Key Partnership* (kemitraan kunci), dan (9) *Cost Structure* (struktur biaya)

Jawaban Informan:

BMC sudah digunakan dengan kemampuan sendiri dengan belajar dari bangku pendidikan formal dan edukasi informal dari internet [belajar secara *heutagogy* dan *cybergogy*].

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak bisa memaksimalkan penerapan BMC, dan mungkin akan memilih *tools* lain hasil pengembangan dari BMC yang lebih mudah dipahami.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya asistensi dari pakar sehingga pembuatan dan penerapan BMC bisa maksimal

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Menggunakan BMC dengan pengetahuan yang ada, dan tetap belajar *tools* lain yang bisa mengoptimalkan BMC

Indikator 2 : Kemandirian dan Ketangguhan UMKM

Sub Indikator 2.1.

Kemandirian UMKM

(?-1) Bagaimana kemandirian UMKM meliputi aspek: (1)Pengelolaan sumberdaya manusia, (2)Keuangan, (3)Pemasaran, (4)Produksi, dan (5) Motivasi Wirausaha?

Jawaban Informan:

Semua aspek ini dilakukan sendiri berdasarkan pengetahuan yang ada, mencari sumber lain untuk optimalisasi.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Perlu adanya peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya lembaga yang selalu membentuk ekosistem bisnis yang baik.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Belajar dari berbagai sumber, dan membuka jaringan untuk mendapatkan informasi

Sub Indikator 2.2.
Ketangguhan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi saat ini mengenai ketangguhan UMKM meliputi aspek: (1)Perolehan laba dibandingkan dengan penjualan (profit margin), (2)Perolehan laba dibandingkan dengan kewajiban (hutan), dan (3)Lamanya usaha dengan usaha yang sejenis (pengalaman usaha)?
Jawaban Informan:
Selalu mencoba melakukan inovasi untuk bisa memenangkan kompetisi yang semakin ketat.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Lingkungan yang kurang mendukung ekosistem bisnis

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Kabupaten Wajo bisa menciptakan sebuah ekosistem yang bisa mendukung UMKM.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Tetap belajar dan membangun jaringan.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 2-3

PANDUAN WAWANCARA

JUDUL PENELITIAN

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

FOKUS PENELITIAN:
Bagaimana model pembinaan UMKM berbasis *Business Model Canvas* (BMC) di Kabupaten Wajo?

Indikator 1 : Model Pembinaan UMKM

Sub Indikator 1.1.
Pemetaan Potensi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai potensi UMKM pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

1. Sulit menemukan SDM yang berkualitas, lulus sekolah tidak lagi menjamin tenaga siap pakai
2. Mencoba untuk membangun budaya kerja yang disiplin
3. Inovasi dalam produksi akan selalu diutamakan
4. Strategi pemasaran harus selalu disesuaikan dengan konsumen
5. Pengelolan keuangan dan administrasi yang sederhana

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak tersedianya data yang lengkap dan kemampuan team yang tidak merata.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data dalam bentuk *profile company* yang lebih komrehensif dan dapat diakses dalam rangka memetakan potensi UMKM dalam pengembangan usaha dan pembinaannya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?
Jawaban Informan:
Memiliki team yang paham dan dapat mendukung pemetaan potensi.

Sub Indikator 1.2.
Pembinaan Manajemen UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pembinaan manajemen UMKM yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh perbankan, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada pembinaan apa2, yang ada Cuma minta pajak

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada lembaga baik pemerintah maupun non-pemerintah yang melakukan pembinaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan dari pemerintah atau lembaga lain secara holistik dan teritegrasi.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Membenahi masalah manajemen dengan pengetahuan yang ada.

Sub Indikator 1.3.
Bantuan Permodalan UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pemberian Bantuan Permodalan UMKM, pada aspek (1)Pengembangan SDM dan Budaya Kerja, (2)Produksi dan Pemasaran, (3)Administrasi dan Keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada informasi dari lembaga terkait

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya informasi dan bantuan teknis dari lembaga terkait

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada bantuan permodalan, jadi tidak ada yang bisa dimaksimalkan

Sub Indikator 1.4.
Pendampingan/ Supervisi UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pendampingan /supervisi UMKM, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervise. Namun, seandaianya supervisi sudah berjalan maka kondisi yang diharapkan adalah pendampingan secara berkelanjutan pada aspek pembinaan SDM, *coaching* budaya kerja, optimalisasi produksi, manajemen pemasaran serta peningkatan kualitas adminsitrasi dan pengeloaan keuangan.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada yang bisa dilakukan karena supervisi tidak ada.

Sub Indikator 1.5.
Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM
(?-1) Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM, pada aspek: (1)*Customer segments* (segmen pelanggan), (2) *Value Propositions* (nilai/manfaat yang ditawarkan), (3) *Channels* (saluran

Optimized using
trial version
www.balesio.com

komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4)*Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan), (5)*Revenue Streams* (aliran pendapatan), (6)*Key Activities* (kegiatan inti), (7)*Key Resources* (sumber daya kunci), (8)*Key Partnership* (kemitraan kunci), dan (9) *Cost Structure* (struktur biaya)

Jawaban Informan:

BMC sudah digunakan dengan kemampuan sendiri dengan belajar dari bangku pendidikan formal dan edukasi informal dari internet [belajar secara *heutagogy* dan *cybergogy*].

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak bisa memaksimalkan penerapan BMC, dan mungkin akan memilih *tools* lain hasil pengembangan dari BMC yang lebih mudah dipahami.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya asistensi dari pakar sehingga pembuatan dan penerapan BMC bisa maksimal

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Menggunakan BMC dengan pengetahuan yang ada, dan tetap belajar *tools* lain yang bisa mengoptimalkan BMC

Indikator 2 : Kemandirian dan Ketangguhan UMKM

Sub Indikator 2.1.

Kemandirian UMKM

(?-1) Bagaimana kemandirian UMKM meliputi aspek: (1)Pengelolaan sumberdaya manusia, (2)Keuangan, (3)Pemasaran, (4)Produksi, dan (5) Motivasi Wirausaha?

Jawaban Informan:

Semua aspek ini dilakukan sendiri berdasarkan pengetahuan yang ada, mencari sumber lain untuk optimalisasi.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Perlu adanya peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya lembaga yang selalu membentuk ekosistem bisnis yang baik.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Belajar dari berbagai sumber, dan membuka jaringan untuk mendapatkan informasi

Sub Indikator 2.2.
Ketangguhan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi saat ini mengenai ketangguhan UMKM meliputi aspek: (1)Perolehan laba dibandingkan dengan penjualan (profit margin), (2)Perolehan laba dibandingkan dengan kewajiban (hutan), dan (3)Lamanya usaha dengan usaha yang sejenis (pengalaman usaha)?
Jawaban Informan:
Selalu mencoba melakukan inovasi untuk bisa memenangkan kompetisi yang semakin ketat.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Lingkungan yang kurang mendukung ekosistem bisnis

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Kabupaten Wajo bisa menciptakan sebuah ekosistem yang bisa mendukung UMKM.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Tetap

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 2-4

PANDUAN WAWANCARA

JUDUL PENELITIAN

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

FOKUS PENELITIAN:
Bagaimana model pembinaan UMKM berbasis *Business Model Canvas* (BMC) di Kabupaten Wajo?

Indikator 1 : Model Pembinaan UMKM

Sub Indikator 1.1.
Pemetaan Potensi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai potensi UMKM pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

1. Sulit menemukan SDM yang berkualitas, lulus sekolah tidak lagi menjamin tenaga siap pakai
2. Mencoba untuk membangun budaya kerja yang disiplin
3. Inovasi dalam produksi akan selalu diutamakan
4. Strategi pemasaran harus selalu disesuaikan dengan konsumen
5. Pengelolan keuangan dan administrasi yang sederhana

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak tersedianya data yang lengkap dan kemampuan team yang tidak merata.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data dalam bentuk *profile company* yang lebih komrehensif dan dapat diakses dalam rangka memetakan potensi UMKM dalam pengembangan usaha dan pembinaannya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?
Jawaban Informan:
Memiliki team yang paham dan dapat mendukung pemetaan potensi.

Sub Indikator 1.2.
Pembinaan Manajemen UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pembinaan manajemen UMKM yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh perbankan, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada pembinaan apa2, yang ada Cuma minta pajak

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada lembaga baik pemerintah maupun non-pemerintah yang melakukan pembinaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan dari pemerintah atau lembaga lain secara holistik dan teritegrasi.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Membenahi masalah manajemen dengan pengetahuan yang ada.

Sub Indikator 1.3.
Bantuan Permodalan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pemberian Bantuan Permodalan UMKM, pada aspek (1)Pengembangan SDM dan Budaya Kerja, (2)Produksi dan Pemasaran, (3)Administrasi dan Keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada informasi dari lembaga terkait

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya informasi dan bantuan teknis dari lembaga terkait

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada bantuan permodalan, jadi tidak ada yang bisa dimaksimalkan

Sub Indikator 1.4.
Pendampingan/ Supervisi UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pendampingan /supervisi UMKM, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervise. Namun, seandaianya supervisi sudah berjalan maka kondisi yang diharapkan adalah pendampingan secara berkelanjutan pada aspek pembinaan SDM, *coaching* budaya kerja, optimalisasi produksi, manajemen pemasaran serta peningkatan kualitas adminsitrasi dan pengeloaan keuangan.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada yang bisa dilakukan karena supervisi tidak ada.

Sub Indikator 1.5.
Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM
(?-1) Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM, pada aspek: (1)*Customer segments* (segmen pelanggan), (2) *Value Propositions*

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(nilai/manfaat yang ditawarkan), (3) *Channels* (saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4)*Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan), (5)*Revenue Streams* (aliran pendapatan), (6)*Key Activities* (kegiatan inti), (7)*Key Resources* (sumber daya kunci), (8)*Key Partnership* (kemitraan kunci), dan (9) *Cost Structure* (struktur biaya)

Jawaban Informan:

BMC sudah digunakan dengan kemampuan sendiri dengan belajar dari bangku pendidikan formal dan edukasi informal dari internet [belajar secara *heutagogy* dan *cybergogy*].

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak bisa memaksimalkan penerapan BMC, dan mungkin akan memilih *tools* lain hasil pengembangan dari BMC yang lebih mudah dipahami.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya asistensi dari pakar sehingga pembuatan dan penerapan BMC bisa maksimal

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Menggunakan BMC dengan pengetahuan yang ada, dan tetap belajar *tools* lain yang bisa mengoptimalkan BMC

Indikator 2 : Kemandirian dan Ketangguhan UMKM

Sub Indikator 2.1.

Kemandirian UMKM

(?-1) Bagaimana kemandirian UMKM meliputi aspek: (1)Pengelolaan sumberdaya manusia, (2)Keuangan, (3)Pemasaran, (4)Produksi, dan (5) Motivasi Wirausaha?

Jawaban Informan:

Semua aspek ini dilakukan sendiri berdasarkan pengetahuan yang ada, mencari sumber lain untuk optimalisasi.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Perlu adanya peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya lembaga yang selalu membentuk ekosistem bisnis yang baik.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Belajar dari berbagai sumber, dan membuka jaringan untuk mendapatkan informasi

Sub Indikator 2.2.
Ketangguhan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi saat ini mengenai ketangguhan UMKM meliputi aspek: (1)Perolehan laba dibandingkan dengan penjualan (profit margin), (2)Perolehan laba dibandingkan dengan kewajiban (hutan), dan (3)Lamanya usaha dengan usaha yang sejenis (pengalaman usaha)?
Jawaban Informan:
Selalu mencoba melakukan inovasi untuk bisa memenangkan kompetisi yang semakin ketat.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Lingkungan yang kurang mendukung ekosistem bisnis

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Kabupaten Wajo bisa menciptakan sebuah ekosistem yang bisa mendukung UMKM.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Tetap belajar dan membangun jaringan.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 2-5

PANDUAN WAWANCARA

JUDUL PENELITIAN

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

FOKUS PENELITIAN:
Bagaimana model pembinaan UMKM berbasis *Business Model Canvas* (BMC) di Kabupaten Wajo?

Indikator 1 : Model Pembinaan UMKM

Sub Indikator 1.1.
Pemetaan Potensi UMKM

(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai potensi UMKM pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?

Jawaban Informan:

1. Sulit menemukan SDM yang berkualitas, lulus sekolah tidak lagi menjamin tenaga siap pakai
2. Mencoba untuk membangun budaya kerja yang disiplin
3. Inovasi dalam produksi akan selalu diutamakan
4. Strategi pemasaran harus selalu disesuaikan dengan konsumen
5. Pengelolan keuangan dan administrasi yang sederhana

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak tersedianya data yang lengkap dan kemampuan team yang tidak merata.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?

Jawaban Informan:

Tersedianya data dalam bentuk *profile company* yang lebih komrehensif dan dapat diakses dalam rangka memetakan potensi UMKM dalam pengembangan usaha dan pembinaannya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pemetaan potensi UMKM?
Jawaban Informan:
Memiliki team yang paham dan dapat mendukung pemetaan potensi.

Sub Indikator 1.2.
Pembinaan Manajemen UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pembinaan manajemen UMKM yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh perbankan, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada pembinaan apa2, yang ada Cuma minta pajak

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada lembaga baik pemerintah maupun non-pemerintah yang melakukan pembinaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Ada pembinaan dari pemerintah atau lembaga lain secara holistik dan teritegrasi.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pembinaan manajemen UMKM?
Jawaban Informan:
Membenahi masalah manajemen dengan pengetahuan yang ada.

Sub Indikator 1.3.
Bantuan Permodalan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pemberian Bantuan Permodalan UMKM, pada aspek (1)Pengembangan SDM dan Budaya Kerja, (2)Produksi dan Pemasaran, (3)Administrasi dan Keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada informasi dari lembaga terkait

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya informasi dan bantuan teknis dari lembaga terkait

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan bantuan permodalan UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada bantuan permodalan, jadi tidak ada yang bisa dimaksimalkan

Sub Indikator 1.4.
Pendampingan/ Supervisi UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi sampai saat ini mengenai pendampingan /supervisi UMKM, pada aspek (1)SDM, (2)Budaya kerja, (3)Produksi, (4)Pemasaran, (5)Administrasi dan keuangan?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervisi

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada supervise. Namun, seandaianya supervisi sudah berjalan maka kondisi yang diharapkan adalah pendampingan secara berkelanjutan pada aspek pembinaan SDM, *coaching* budaya kerja, optimalisasi produksi, manajemen pemasaran serta peningkatan kualitas adminsitrasi dan pengeloaan keuangan.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan pendampingan (supervisi) UMKM?
Jawaban Informan:
Tidak ada yang bisa dilakukan karena supervisi tidak ada.

Sub Indikator 1.5.
Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM
(?-1) Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pelaku UMKM, pada aspek: (1)*Customer segments* (segmen pelanggan), (2) *Value Propositions* (nilai/manfaat yang ditawarkan), (3) *Channels* (saluran

Optimized using
trial version
www.balesio.com

komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4)*Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan), (5)*Revenue Streams* (aliran pendapatan), (6)*Key Activities* (kegiatan inti), (7)*Key Resources* (sumber daya kunci), (8)*Key Partnership* (kemitraan kunci), dan (9) *Cost Structure* (struktur biaya)

Jawaban Informan:

BMC sudah digunakan dengan kemampuan sendiri dengan belajar dari bangku pendidikan formal dan edukasi informal dari internet [belajar secara *heutagogy* dan *cybergogy*].

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Tidak bisa memaksimalkan penerapan BMC, dan mungkin akan memilih *tools* lain hasil pengembangan dari BMC yang lebih mudah dipahami.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Adanya asistensi dari pakar sehingga pembuatan dan penerapan BMC bisa maksimal

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM?

Jawaban Informan:

Menggunakan BMC dengan pengetahuan yang ada, dan tetap belajar *tools* lain yang bisa mengoptimalkan BMC

Indikator 2 : Kemandirian dan Ketangguhan UMKM

Sub Indikator 2.1.

Kemandirian UMKM

(?-1) Bagaimana kemandirian UMKM meliputi aspek: (1)Pengelolaan sumberdaya manusia, (2)Keuangan, (3)Pemasaran, (4)Produksi, dan (5) Motivasi Wirausaha?

Jawaban Informan:

Semua aspek ini dilakukan sendiri berdasarkan pengetahuan yang ada, mencari sumber lain untuk optimalisasi.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Perlu adanya peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM.

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Adanya lembaga yang selalu membentuk ekosistem bisnis yang baik.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan kemandirian UMKM?
Jawaban Informan:
Belajar dari berbagai sumber, dan membuka jaringan untuk mendapatkan informasi

Sub Indikator 2.2.
Ketangguhan UMKM
(?-1) Bagaimana kondisi saat ini mengenai ketangguhan UMKM meliputi aspek: (1)Perolehan laba dibandingkan dengan penjualan (profit margin), (2)Perolehan laba dibandingkan dengan kewajiban (hutan), dan (3)Lamanya usaha dengan usaha yang sejenis (pengalaman usaha)?
Jawaban Informan:
Selalu mencoba melakukan inovasi untuk bisa memenangkan kompetisi yang semakin ketat.

(?-2) Permasalahan apa yang dihadapi saat ini terkait ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Lingkungan yang kurang mendukung ekosistem bisnis

(?-3) Kondisi ideal yang bagaimana diharapkan untuk memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Kabupaten Wajo bisa menciptakan sebuah ekosistem yang bisa mendukung UMKM.

(?-4) Apa yang sudah dilakukan sampai saat ini untuk mencapai kondisi ideal dalam memaksimalkan ketangguhan UMKM?
Jawaban Informan:
Tetap belajar dan membangun jaringan.

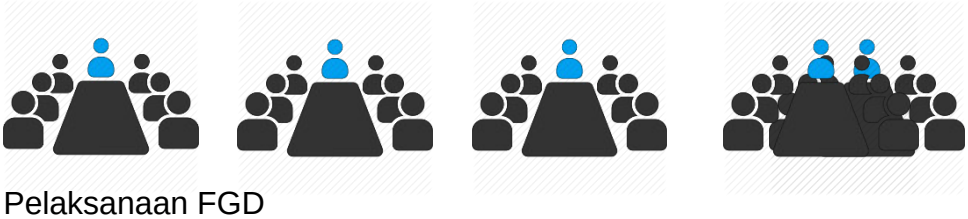
Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 3

PANDUAN PELAKSANAAN
***FOCUS GROUP DISSCUSSION* (FGD)**
PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

Panduan pelaksanaan Focus Group Disscussion (FGD) Model Pembinaan Penerapan Business Model Canvas (BMC) Dalam Mewujudkan Kemandirian Dan Ketangguhan Umkm Di Kabupaten Wajo Sebagai Berikut:

1. Peserta Diskusi
   Peserta diskusi adalah orang yang mampu memberikan informasi terkait usaha yang dijalankan.
2. Tempat Pelaksanaan
   Lokasi FGD dilaksanakan di Sengkang, Kabupaten Wajo atau daerah yang menjadi lokasi penelitian
3. Layout Ruangan
   Ruangan akan disesuaikan dengan metode diskusi World Café Method, dimana ada satu meja besar yang akan dikelilingi kursi peserta dengan pembagian 10 peserta di setiap meja. Di setiap kelompok akan difasilitasi dengan satu fasilitator.



4. Pelaksanaan FGD
   - Peserta FGD diberikan lembar kuisioner
   - Dalam mengisi kuesioner, responden dipandu oleh seorang fasilitator dan pendamping di setiap meja dengan tahapan sebagai berikut:
     - Fasilitator menjelaskan tentang pertanyaan-pertanyaan dari indikator yang telah disusun;
     - Fasilitator mempersilahkan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas;
     - Setelah tanya jawab sekitar 15 menit, kemudian fasilitator mempersilahkan para peserta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan;
     - Peserta boleh mendiskusikan dengan para peserta lainnya yang berada dalam satu meja;
     - Pendamping bertugas mencatat semua proses diskusi yang terjadi pada setiap meja.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

  - Setelah peserta melakukan pengisian kuesioner, tahapan selanjutnya adalah melakukan rekapitulasi jawaban responden yang diinput ke dalam Microsoft Excel.
- Pelaksanaan pengisian kuesioner akan dilakukan secara 3 tahap dimana di tiap tahap akan mengeliminasi pilihan-pilihan yang minoritas dengan metode pemilhan 5 besar pada tahap pertama dan pemilihan 3 besar pada tahap kedua.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 4

KUESIONER

***FOCUS GROUP DISSCUSSION* (FGD)**
PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN
UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI
DI KABUPATEN WAJO

Kepada Yth.
Bapak/Ibu peserta FGD Penerapan Business Model Canvas (BMC) Dalam Mewujudkan Kemandirian dan Ketangguhan UMKM di di Kabupaten Wajo.

Dengan Hormat,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin saat ini telah membentuk tim penelitian tentang penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam mewujudkan kemandirian dan ketangguhan UMKM di Kabupaten Wajo yang akan melakukan FGD yang bertujuan untuk menjaring masukan dari Bapak/Ibu para pelaku UMKM, untuk dijadikan informasi kunci dalam melakukan penelitian tentang perkembangan UMKM di Kabupaten Wajo.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka Bapak/Ibu adalah orang yang terpilih sebagai partisipan FGD yang diharapkan dapat berpartisipasi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Untuk itu, dimohon kesediaan Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan objektif Bapak/Ibu berdasarkan pada keadaan yang sebenarnya, sehingga tidak ada jawaban salah dari tiap-tiap pernyataan yang Bapak/Ibu pilih. Informasi yang Bapak/Ibu berikan :an data anonim dan tidak untuk diperjual-belikan, namun hanya

Optimized using
trial version
www.balesio.com

sebatas data penelitian yang akan dipublikasikan dalam artikel ilmiah tanpa menyebut data-data pribadi Bapak/Ibu.

Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu dalam FGD ini, kami ucapkan terima kasih.

Peneliti

Saya telah membaca dan memahami pernyataan penjelasan dan saya sadar bahwa informasi yang saya berikan dan pendapat yang saya ungkapkan dalam FGD ini akan digunakan untuk tujuan yang dijelaskan di atas dan bahwa anonimitas saya akan dipertahankan dalam bahan apa pun yang diungkapkan kepada pihak ketiga. Dengan menandatangani pernyataan ini, saya setuju untuk diwawancarai untuk keperluan penelitian.

Wajo,_____2023

(_____)

Optimized using
trial version
www.balesio.com

I. Data UMKM

1. Nama UMKM : _____
2. Lokasi UMKM : _____
   _____
   _____
3. Jenis Usaha : _____
4. Usia Usaha : _____
5. Bentuk Badan Hukum:

   ☐ CV ☐ Koperasi
   ☐ PT ☐ Yayasan
   ☐ Firma ☐ Belum Badan Usaha

6. Penjualan per Bulan
   Rp : _____
   Unit : _____

Optimized using
trial version
www.balesio.com

II. Customer Segments

Pilihlah segmen pelanggan dan calon pelanggan anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

Usia:
- ☐ Anak-anak
- ☐ Remaja
- ☐ Dewasa Muda
- ☐ Dewasa
- ☐ Segala Umur

Gaya Hidup:
- ☐ Fungsionalis (fokus pada fungsi barang)
- ☐ Nurturer (keluarga muda)
- ☐ Aspirer (menikmati gaya hidup tinggi)
- ☐ Experientalis (fokus pada hobi dan kesenangan)
- ☐ Succeeder (fokus pada pengembangan diri)
- ☐ Moral (fokus pada ritual spiritual dan kesehatan)
- ☐ Golden Year (fokus pada investasi)
- ☐ Sustainer (fokus pada kebutuhan sehari-hari)
- ☐ Subsiter (fokus mencari nafkah dan orang tua tunggal)

Status Ekonomi:
- ☐ Atas
- ☐ Menengah
- ☐ Bawah
- ☐ Semua Status

Geografi:
- ☐ Lokal
- ☐ Kabupaten
- ☐ Regional kabupaten
- ☐ Provinsi
- ☐ Nasional
- ☐ Global

Konsumsi:
- ☐ Konsumsi sendiri
- ☐ Dijual kembali
- ☐ Sebagai hadiah / Oleh-oleh

III. Channel

Pilihlah saluran pemasaran dan komunikasi pemasaran anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

Pasar Konvensional:
- ☐ Menjual sendiri (direct selling)
- ☐ Toko / kios sekitar
- ☐ Pasar tradisional
- ☐ Bazaar / pameran
- ☐ Reseller perorangan
- ☐ Jaringan minimarket
- ☐ Supermarket / Hypermarket

Pasar Digital:
- ☐ Marketplace (Shopee/Tokopedia /Lazada/dll)
- ☐ Website sendiri
- ☐ Media sosial (Instagram/Facebook/ Tiktok/twitter)
- ☐ Media Chat (Whatsapps/Telegram/dll)

Promosi Konvensional:
- ☐ Dalam ruangan (poster/flyer/brosur)
- ☐ Luar ruangan (Spanduk/Baliho/ Banner/Umbul-umbul)
- ☐ Cetak (koran/majalah/tabloid)
- ☐ Siaran (radio/televisi)
- ☐ Pameran/Event

Promosi Digital:
- ☐ Media sosial (Instagram/Facebook/ Tiktok/twitter)
- ☐ Chat Blast (status Whatsapps/ Telegram/dll)
- ☐ Portal berita online
- ☐ Promo Marketplace (Shopee/ Tokopedia/Lazada/dll)

Optimized using
trial version
www.balesio.com

IV. Customer Relationship

Pilihlah cara menjaga hubungan anda dengan pelanggan anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Pendekatan personal
- ☐ Pemberian diskon
- ☐ Penjualan 2 gratis 1, 10 gratis 1 atau semacamnya
- ☐ Penjualan gabungan 2 produk – 1 harga
- ☐ Program member
- ☐ Penjualan grosir
- ☐ Layanan pesan-antar
- ☐ Menggunakan tim Sales Promotion Girl/Boy (SPG)
- ☐ Program pelanggan loyal
- ☐ Promo ulang tahun
- ☐ Promo hari besar
- ☐ Membuat konten menarik di media sosial
- ☐ Merespon pertanyaan dengan cepat
- ☐ Menggunakan tim admin medsos
- ☐ Menggunakan tim admin chat
- ☐ Menghubungi kembali pembeli

Optimized using
trial version
www.balesio.com

V. Value Proposition

Pilihlah nilai yang anda ingin tawarkan kepada pelanggan anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Produk yang berkualitas
- ☐ Rasa yang unik
- ☐ Punya banyak varian rasa
- ☐ Menerima pesanan khusus
- ☐ Dari bahan yang terbaik
- ☐ Mengandung bahan yang menyehatkan
- ☐ Tidak menggunakan bahan pemanis buatan
- ☐ Tidak menggunakan bahan pengawet buatan
- ☐ Produksi terstandarisasi
- ☐ Proses pengolahan yang mutakhir
- ☐ Punya sertifikat halal
- ☐ Punya sertifikat BPOM
- ☐ Kemasan yang tahan rusak
- ☐ Kemasan eksklusif
- ☐ Punya berbagai macam jenis kemasan
- ☐ Ada petunjuk penggunaan
- ☐ Ada daftar kandungan gizi
- ☐ Dapat dipesan-antar
- ☐ Bisa dibeli di mana saja (jaringan penjualan luas)
- ☐ Harga jual terjangkau
- ☐ Harga sesuai jenis kemasan dan berat kemasan
- ☐ Punya nilai nostalgia
- ☐ Bisa ditester sebelum membeli
- ☐ Pelayanannya ramah dan personal
- ☐ Tersedia layanan purna jual
- ☐ Ada garansi barang/kemasan rusak
- ☐ Tersedia layanan konsumen

Optimized using
trial version
www.balesio.com

VI. Key Partner

Pilihlah siapa saja mitra kunci dari usaha anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Petani
- ☐ Nelayan
- ☐ Pemasok bahan baku
- ☐ Pedagang bumbu, sayur, daging, telur, dll
- ☐ Penjual kemasan
- ☐ Karyawan
- ☐ Juru masak/Pengrajin
- ☐ Pemodal/investor
- ☐ Toko/Kios di sekitar usaha
- ☐ Jaringan minimarket
- ☐ Supermarket/Hypermarket
- ☐ Sekolah
- ☐ Universitas/Institusi Pendidikan
- ☐ Badan Usaha Milik Desa (BumDes)
- ☐ Pemerintah
- ☐ Bank & Lembaga Keuangan Lainnya
- ☐ Masyarakat sekitar
- ☐ Influencer/KOL di media sosial
- ☐ Penyelenggara pameran
- ☐ Affiliate marketing
- ☐ Percetakan & advertising
- ☐ Reseller & Dropshipper
- ☐ Jasa kurir
- ☐ Jasa pengiriman (NJE, JNT, Tiki, dll)
- ☐ Gojek/Grab/Maxim
- ☐ Shopee/Tokopedia/Lazada/dll

VII. Key Resources

Pilihlah apa saja sumber daya atau aset kunci usaha anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Modal Usaha
- ☐ Tanah dan bangunan pabrik
- ☐ Tanah dan bangunan toko
- ☐ Mesin pengolahan
- ☐ Perlengkapan pengolahan
- ☐ Kulkas/chiller
- ☐ Showcase/meja display
- ☐ Mesin/aplikasi kasir
- ☐ Kompor/tungku/oven/microwave
- ☐ Kendaraan (motor/mobil) untuk operasional
- ☐ Telepon/Handphone
- ☐ Listrik
- ☐ Air bersih
- ☐ Modul/SOP produksi
- ☐ Hak paten produksi
- ☐ Hak paten merek
- ☐ Izin Usaha
- ☐ Sertifikat BPOM/Halal/dll
- ☐ Teknisi/juru masak/pengrajin
- ☐ Karyawan manajemen
- ☐ Tim pemasaran konvensional
- ☐ Tim pemasaran digital
- ☐ Permodalan

VIII. Key Activities

Pilihlah apa saja aktivitas kunci usaha anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Pemesanan bahan baku
- ☐ Pembelian bahan baku
- ☐ Pengambilan bahan baku
- ☐ Penyimpanan bahan baku
- ☐ Proses produksi
- ☐ Proses kontrol kualitas
- ☐ engemasan & pengepakan
- ☐ istribusi produk jualan ke reseller/ opshipper
- ☐ Display produk di toko
- ☐ Penjualan produk
- ☐ Desain konten promo
- ☐ Produksi konten promo
- ☐ Publikasi promo
- ☐ Kolaborasi promo
- ☐ Kolaborasi endors dengan influencer/KOL

Optimized using trial version www.balesio.com

IX. Cost Structure

Pilihlah apa saja struktur biaya dari usaha anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Biaya bahan baku
- ☐ Biaya bahan pendukung
- ☐ Biaya logistik/pergudangan
- ☐ Biaya desain kemasan
- ☐ Biaya produksi kemasan
- ☐ Biaya operasional produksi
- ☐ Biaya perawatan peralatan & mesin
- ☐ Biaya sewa/beli tempat pabrik
- ☐ Biaya sewa/beli tempat toko
- ☐ Biaya listrik & air pabrik
- ☐ Biaya listrik & air toko
- ☐ Biaya pulsa/Wifi
- ☐ Biaya gaji pegawai
- ☐ Biaya upah harian
- ☐ Biaya tunjangan & kesejahteraan
- ☐ Biaya promo & pemasaran
- ☐ Biaya pengiriman ke reseller/dropshipper
- ☐ Biaya pengiriman marketplace
- ☐ Biaya pendaftaran pameran
- ☐ Biaya produksi booth/stand pameran

X. Revenue Stream

Pilihlah apa saja penerimaan pendapatan dari usaha anda dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

- ☐ Modal sendiri
- ☐ Modal dari investor
- ☐ Penjualan produk dari toko
- ☐ Penjualan produk di pameran
- ☐ Penjualan produk dari marketplace
- ☐ Penjualan produk dari aplikasi chat
- ☐ Penjualan produk dari media sosial
- ☐ Pendapatan dari produk pendamping
- ☐ Sistem bagi hasil dari kerjasama produksi

Optimized using
trial version
www.balesio.com

XI. Analisis SWOT

Analisis Internal

Pilihlah apa saja kekuatan dan kelemahan dari usaha anda **saat ini** dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

Kekuatan	Kelemahan
☐ Harga yang sama untuk semua segment (X1)	☐ Tidak tersedianya produk yang khusus dibagi per-segmen (X1)
☐ Tersedia produk yang sesuai dengan setiap segmen (X1)	☐ Pembagian segmen terlalu luas (X1)
☐ Promo disesuaikan dengan setiap segmen (X1)	☐ Pembagian segment terlalu sempit (X1)
☐ Produk dijual untuk segala segmen (X1)	☐ Masih ada staf yang tidak melayani dengan baik (X2)
☐ Produk dijual untuk segmen khusus (X1)	☐ Staf masih lambat respon pertanyaan/keluhan pelanggan (X2)
☐ Satu promo untuk semua segmen (X1)	☐ Pelanggan loyal masih kurang/tidak ada (X2)
☐ Hubungan dengan pelanggan baik (X2)	☐ Promo tidak menarik pelanggan (X2)
☐ Sudah memiliki pelanggan yang loyal (X2)	☐ Belum punya toko fisik (X3)
☐ Pelanggan mudah berinteraksi dengan staf (X2)	☐ Pelanggan di luar kota masih sulit mendapatkan produk yang dijual (X3)
☐ Staf merespon dengan cepat pertanyaan/keluhan pelanggan (X2)	☐ Toko fisik masih status sewa (X3)
☐ Promo disukai pelanggan (X2)	☐ Toko sepi pengunjung (X3)
☐ Banyak pelanggan yang datang akibat promo yang dibuat (X2)	☐ Display etalase toko tidak menarik (X3)
☐ Produk sudah dijual secara digital (X3)	☐ Toko tampak usang dan tua (X3)
☐ Produk sudah dijual di marketplace (X3)	☐ Toko terlihat kotor dan tidak terurus (X3)
☐ Produk sudah dijual di jaringan minimarket (X3)	☐ Produk susah masuk ke toko lain (X3)
☐ Produk sudah dijual di Supermarket/Hypermart (X3)	☐ Produk belum masuk ke jaringan minimarket (X3)
☐ Jaringan penjualan produk sudah sampai area provinsi (X3)	☐ Produk masih dijual di satu toko (X3)
	☐ Penjualan di toko online tidak menguntungkan (X3)
☐ n penjualan produk sudah sampai nasional (X3)	☐ Penjualan di toko online kurang/tidak ada (X3)
☐ n penjualan produk sudah sampai global (X3)	☐ Biaya iklan konvensional sangat tinggi (X3)

Optimized using
trial version
www.balesio.com

☐ Toko sudah memiliki banyak reseller (X3)	☐ Tim pemasaran belum ada (X3)
☐ Sudah memiliki toko fisik (X3)	☐ Tim pemasaran tidak mengerti tentang pemasaran digital (X3)
☐ Toko ramai dikunjungi (X3)	☐ Tim pemasaran tidak memiliki peralatan kerja yang baik (X3)
☐ Sudah memiliki tim promosi & pemasaran (X3)	☐ Akun media sosial toko tidak dikelola dengan baik (X3)
☐ Toko sering mengikuti pameran (X3)	☐ Follower akun media sosial toko masik sedikit/tidak ada (X3)
☐ Publikasi promo tersebar di banyak tempat (X3)	☐ Respon netizen tentang positngan di akun media sosial toko negatif (X3)
☐ Publikasi promo tersebar di banyak media (X3)	☐ Engagement rate akun media sosial toko masih rendah (X3)
☐ Iklan promo sudah menggunakan media digital (X3)	☐ Rating toko online masih rendah (X3)
☐ Toko sudah punya akun resmi media sosial (X3)	☐ Etalase di toko online tidak diatur dengan baik (X3)
☐ Postingan iklan di akun media sosial toko punya engagement rate tinggi (X3)	☐ Etalase di toko online tidak lengkap (X3)
☐ Respon netizen tentang postingan di akun media sosial toko positif (X3)	☐ Tim admin merespon dengan lambat pertanyaan pelanggan di toko online (X3)
☐ Akun media sosial toko dikelola dengan baik (X3)	☐ Belum menggunakan aplikasi pengelolaan e-commerce untuk toko online nya (X3)
☐ Akun media sosial toko sering kolaborasi dengan akun influencer/KOL (X3)	☐ Bahan baku ataupun penolong sulit diperoleh (X5)
☐ Rating toko online di marketplace tinggi (X3)	☐ Belum memiliki pemasok bahan baku yang tetap (X5)
☐ Toko menggunakan aplikasi pengelolaan e-commerce untuk toko online nya (X3)	☐ Belum memiliki pemasok bahan penolong yang tetap (X5)
☐ Bahan baku ataupun penolong mudah diperoleh (X5)	☐ Hubungan dengan para pemasok tidak begitu baik (X5)
☐ Memiliki pemasok bahan baku yang tetap (X5)	☐ Jumlah karyawan belum memadai (X5)
☐ Memiliki pemasok bahan penolong yang tetap (X5)	☐ Kemampuan kerja karyawan belum memadai (X5)
☐ Hubungan dengan para pemasok baik (X5)	
☐ Jumlah karyawan memadai (X5)	
☐ Kemampuan kerja karyawan baik (X5)	
☐ ...an melek teknologi dan sosmed (X5)	
☐ ...gan dengan karyawan baik (X5)	

Optimized using
trial version
www.balesio.com

☐ Memiliki pemodal/investor (X5) ☐ Lokasi jualan yang strategis (X5) ☐ Memiliki SOP yang jelas (X5) ☐ Hubungan baik dengan para partner kunci (pemerintah, bank, dll) (X5) ☐ Memiliki modal (kas) usaha yang memadai (X6) ☐ Memiliki berbagai macam aset fisik yang memadai (X6) ☐ Memiliki fasilitas usaha yang memadai (X6) ☐ Memiliki hak paten merek (X6) ☐ Memiliki hak paten produksi (X6) ☐ Memiliki surat izin usaha (X6) ☐ Merek sudah dikenal baik di masyarakat (X6) ☐ Varian produk yang beragam (X4) ☐ Tepat waktu dan sangat baik dalam melayani (X4) ☐ Kemasan produk yang baik (X4) ☐ Produk mudah dikonsumsi (X4) ☐ Mempunyai layanan 'delivery' sendiri (X4) ☐ Produk dapat mengurangi resiko pelanggan (X4) ☐ Pendapatan telah menutupi pengeluaran (X10) ☐ Metode pembayan bisnis yang baik (X10) ☐ Keuntungan berkali lipat dari harga pokok produksi (X10) ☐ Pendapatan offline dan online sama baiknya (X10) ☐ Dapat membedakan antara biaya tetap dan tidak tetap etap mudah diestimasi (X9)	☐ Karyawan belum melek teknologi dan sosmed (X5) ☐ Belum memiliki pemodal/investor (X5) ☐ Lokasi jualan yang tidak strategis (X5) ☐ Lokasi jauh dari ibu kota provinsi (X5) ☐ Belum memiliki SOP (X5) ☐ Belum terjalin hubungan baik dengan para partner kunci (pemerintah, bank, dll) (X5) ☐ Modal (kas) usaha yang terbatas (X6) ☐ Fasilitas usaha yang belum memadai (X6) ☐ Belum ada hak paten merek (X6) ☐ Belum ada hak paten produksi (X6) ☐ Belum ada surat izin usaha (X6) ☐ Merek belum dikenal oleh masyarakat (X6) ☐ Produk mudah rusak (X4) ☐ Tidak ada layanan request pesanan (X4) ☐ Harga mahal dibandingkan pesaing (X4) ☐ Aksesisibilitas peoduk masih minim (X4) ☐ Brand tidak terkenal (X4) ☐ Sering terjadi miskomunikasi dalam menerima pesanan (X4) ☐ Tidak ada layanan pengiriman lintas daerah (X4) ☐ Pendapatan belum menutupi modal (X10) ☐ Kena ttipu dengan metode pembayaran kekinian (X10) ☐ Sistem bagi hasil dengan distributor merugikan(X10) ☐ Tidak dapat mengestimasi biaya tetap (X9)

Optimized using
trial version
www.balesio.com

☐ Biaya tidak tetap dapat lebih terperinci (X9) ☐ Turunnya biaya ketika volume produksi lebih banyak (X9) ☐ Mempunyai anggaran unttuk pengeluaran tidak terduga (X9) ☐ Dapat melakukan penghematan biaya operasional (X9) ☐ Lainnya: …… …… …… ……	☐ Tidak mengetahui biaya tidak tetap (X9) ☐ Tidak dapat membedakan biaya tetap dan tidak tetap (X9) ☐ Tidak mempunyai anggaran biaya tidak terduga (X9) ☐ Tidak dapat melakukan penghematan biaya operasional (X9) ☐ Lainnya: …… …… …… ……

Analisis External

Pilihlah apa saja peluang dan ancaman dari luar usaha anda **saat ini** dengan mencentang (✓) beberapa pilihan di bawah ini:

Peluang	Ancaman
☐ Segmen yang dipilih punya kebiasaan yang unik sesuai dengan produk (X1) ☐ Segmen yang dipilih punya daya beli yang tinggi (X1) ☐ Pelanggan loyal sering melakukan pembelian ulang (X2) ☐ Pelanggan loyal membantu merekomendasi produk kepada orang lain (X2) ☐ Pelanggan mudah dipengaruhi untuk membeli (X2) ☐ Transportasi semakin lancar (X3) ntah sering mengajak untuk ikut pameran (X3) kegiatan pameran diselenggarakan (X3)	☐ Banyak saingan untuk produk yang dibuat pada segmen yang dipilih (X1) ☐ Daya beli masyarakat menurun akibat krisis (X1) ☐ Pelanggan tidak puas dengan cepat menyebarkan informasi negatif (X2) ☐ Pesaing membuat program promo yang lebih menarik (X2) ☐ Banyak pesaing yang memilki toko sendiri (X3) ☐ Jaringan internet masih tidak stabil (X3) ☐ Citra buruk toko online di mata masyarakat (X3) ☐ Kebijakan pihak marketplace yang kurang menguntungkan toko (X3)

Optimized using
trial version
www.balesio.com

☐ Banyak orang yang sering berbelanja di marketplace (X3) ☐ Perusahaan jasa pengiriman banyak di Wajo (X3) ☐ Banyak program pemerintah yang mendukung UMKM (X5) ☐ Program KUR dari Bank (X5) ☐ Tersedianya perusahaan jasa pengiriman (X5) ☐ Banyak program pelatihan dan pendampingan usaha (X5) ☐ Produk masih jarang di pasaran (X4) ☐ Pesaing tidak mempunyai produk yang sama (X4) ☐ Pasar mencari produk yang berkualitas (X4) ☐ Pasar mencari harga yang lebih murah (X10) ☐ Banyak pemodal yang siap untuk berinvestasi (X10) ☐ Marketplace memberikan peluang pendapatan lebih (X10) ☐ Aplikasi manajemen keuangan makin mudah didapatkan (x9) ☐ Lainnya: ……..…… …… ……,,…… ……..	☐ Tindakan penggelapan barang oleh oknum jasa pengiriman (X3) ☐ Harga bahan baku fluktuatif (X5) ☐ Ketersediaan stok bahan baku fluktuatif (X5) ☐ Pandemi Covid-19 belum sepenuhnya tuntas (X5) ☐ Perkembangan teknologi yang sangat cepat (X5) ☐ Kompetitor yang lebih matang dari segi modal dan produk (X5) ☐ Adanya pendatang baru dalam industri (X4) ☐ Adanya produk pengganti (X4) ☐ Pasar selalu mencari harga yang lebih murah (X10) ☐ Biaya sewa semakin besar (x9) ☐ Bahan baku yang tinggi (x9) ☐ Biaya listrik dan air yang selalu naik (x9) ☐ Lainnya: …… …… …… ……

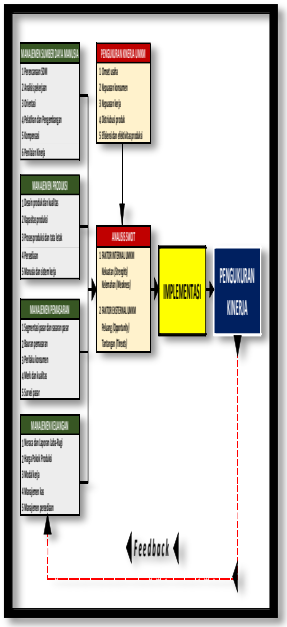
Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 5

PETA TEORI/KONSEP

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
1.	Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (2021)/ Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	1. Memetakan dan menganalisis program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh sejumlah K/L. 2. Mengkaji pengalaman negara lain dan mengambil pelajaran *(best practice)* dari mereka dalam melakukan harmonisasi dan sinkronisasi program pemberdayaan UMKM. 3. Melakukan asessmen kesiapan sinkronisasi program pemberdayaan UMKM. 4. Memberikan rekomendasi yang diperlukan dalam sinkronisasi program pemberdayaan UMKM.	1. Untuk meningkatkan efektivitas program pemberdayaan UMKM, pemerintah memiliki visi untuk menyinkronkan program pemberdayaan UMKM melalui koordinasi kebijakan, program, dan pendataan program UMKM serta penerima/peserta program. 2. Namun untuk melaksanakan koordinasi dengan baik, Kementerian Koperasi dan UKM memerlukan dukungan dalam bentuk peraturan dan perubahan kelembagaan. 3. Penguatan sumber daya manusia serta organisasi diperlukan agar Kementerian Koperasi dan UKM mampu membangun sistem basis data, harmonisasi regulasi dan kebijakan, serta program *"one-gate policy"*	Kajian ini menggunakan pendekatan *desk and literature* review serta analisis kualitatif. Kegiatan dalam kajian ini meliputi sintesis berbagai literatur dan sumber untuk mendapatkan peta populasi program pemberdayaan UMKM, menjabarkan program pemberdayaan UMKM unggulan, membuat kajian sistematis tentang pengalaman negara lain, serta wawancara mendalam dengan narasumber dari negara bersangkutan, wawancara mendalam dengan narasumber pemangku kepentingan program pengembangan UMKM.	1. Membuat Komitmen bersama nasional untuk mengembangkan kontribusi Program UMKM 2. Penyesuaian aturan terkait kelembagaan Kementerian Koperasi dan UMKM sebagai koordinator 3. Membangun basis data terpadu program pemberdayaan UMKM di Indonesia di Kementerian Koperasi dan UKM 4. Membangun sistem monitoring dan evaluasi program pemberdayaan UMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM
Perbedaan dengan penelitian ini	Kajian di atas berfokus kepada penguatan kelembagaan Kementerian Koperasi UKM dalam melakukan pembinaan UMKM di seluruh Indoensia, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri.				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
2.	Lila Bismala & Susi Handayani (2014), Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT	Merancang model manajemen bagi pengembangan UMKM	1. Rancangan model manajemen UMKM yang akan dapat diaplikasikan oleh pelaku UMKM. Model tersebut mengadopsi konsep manajemen yang terdiri dari manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen keuangan 2. Pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan UMKM pada aspek manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen SDM, dan manajemen keuangan	1. Penelitian ini meliputi beberapa variabel yaitu: Model Manajemen UMKM, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Produksi, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Kinerja UMKM. 2. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan *(developmental research)* dengan ciri penelitian dilakukan dalam waktu panjang (3 tahun) secara bertahap. 3. Jenis penelitian ini dalah kuantitatif, pendekatan penelitian berupa statistik deskriptif, sumber data primer meliputi kuesioner (daftar pertanyaan) terhadap responden dan pengamatan (observasi) terhadap kelompok pelaku UMKM yang terpilih, menganalisis dengan menggunakan matriks SWOT.	 Selengkapnya, model manajemen UMKM di atas selengkapnya pada gambar 2.6 (halaman 143)
Perbedaan dengan penelitian ini		Penelitian di atas berfokus kepada model manajemen pengembangan UMKM pada aspek MSDM, produksi, pemasaran dan keuangan dengan menggunakan analisis SWOT, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri.			

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
3.	Masrun, Akhmad Jufri, Titi Yuniar (2018)/Model Pemberdayaan UKM Berbasis Potensi Lokal Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan di Kawasan Pesisir Pantai Cemara Lembar Kabupaten Lombok Barat	Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi peluang dan kelayakan usaha dari pengusaha kecil dan mikro, dan mengidentifikasi mental dan jiwa wirausaha dari pengusaha kecil dan mikro agar para pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil usahanya untuk mendorong peningkatan pendapatan/penghsilannya melalui peningkatan produksi, kualtias produksi dan harga jual yang bersaing di pasaran. Luaran penelitian ini diharapkan untuk menghasilkan Model Pemberdayaan UKM di Kawasan Pantai Cemara Lembar Kabupaten Lombok Barat.	e. Pemerintah daerah dalam hal ini perangkat daerah terkait seperti Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan diharapkan memberikan bantuan dana atau memfasilitsi bantuan modal usaha. f. Perbankan dan/atau Lembaga Keuangan Lainnya diharapkan memberikan bantuan modal usha maupun pelatihan g. Pembedayaan UKM dalam mengelola komoditi potensial/unggulan perlu dibentuk kelompok usaha (UKM) h. Kemitraan usaha untuk mengembangkan mitra usaha dalam pengolahan hasil produk maupun dalam pemasaran hasil produksi	1. Penelitian ini meliputi beberapa variabel yaitu: model pemberdayaan UKM dan pengentasan kemiskinan dalam upaya peningkatan kesejahtreraan masyarakat di kawasan Pesisir Pantai Cemara Lembar Kabupaten Lombok Barat. 2. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan AHP *(Analytic Hierarchy Process)* untuk mengetahui produk prioritas (potensi lokal), sedangkan analisis biaya *(cost analysis)* dan pendapatan *(revenue analysis)* untuk mengetahui peluang kelayakan usaha.	1. UKM penting dan diperlukan untuk mengoptimalkan peran dalam menggerakkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat di kawasan pesisir Pantai Cemara Lembar, oleh karena itu perlu membentuk Kelompok UKM sebagai wadah penguatan dan eksisten kelompk usaha. 2. Pemberdayaan UKM memerlukan bantuan pemerintah dan *stakeholders* lainnya dalam hal bantuan modal usaha dan pembinaan/pengembangan SDM (keterampilan). 3. Perlu adanya jaringan/kemitraan usaha yang dapat memperlancar kegiatan/operasional usaha dalam rangka pemberdayaan UKM. 4. Model pemberdayaan UKM hasil penelitian ini selengkapnya pada gambar 2.7. (Halaman 147)
Perbedaan dengan penelitian ini		Penelitian di atas berfokus kepada model pemberdayaan UKM hanya sebatas pada aspek bantuan permodalan dan pembinaan SDM (keterampilan), sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri.			

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
4.	Mudjiarto (2019), Model Pembinaan UMKM Program Kemitraan Badan Usaha Miilik Negara (Kasus Mitra Binaan UMKM Wilayah Jakarta, Bogor)	Pembinaan yang dilakukan merupakan pengabdian masyarakat pada Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM). Tujuan pembinaan adalah untuk meningkatkan kinerja UMKM, dan mempersiapkan dalam menghadapi persaingan usaha yang telah diberlakukannya perjanjian perdagangan bebas dengan sesama negara ASEAN dan China. Bentuk pembinaan meliputi bantuan modal, pembinaan manajemen usaha, pameran serta pendampingan lapangan (supervisi). Kegiatan pembinaan dilaksanakan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN).	1. Pendekatan pembinaan yang dilakukan BUMN terdiri dari, bantuan modal usaha, program pelatihan manajemen usaha, pembinaan lapangan (supervisi), dan pameran. 2. Hasil pembinaan menunjukkan bahwa manfaat Program kemitraan bukan hanya terletak pada besarnya jumlah pinjaman yang diberikan serta pelatihan yang dilakukan. Tetapi bagaimana memberikan wawasan bisnis dan motivasi usaha yang disampaikan secara kontinyu melalui supervisi yang dilakukan	Pelaksanaan pembinaan melalui dua tahap kegiatan yaitu, pelatihan manajemen usaha dan supervisi (pembinaan lapangan). Sejauh mana pelaksanaan program mempunyai nilai kemanfaatan terhadap peserta, dilakukan monitoring dan evaluasi, melalui lima kegiatan manajemen usaha yaitu: (1) sumberdaya manusia, (2) manajemen produksi, (3) administrasi keuangan, (4) pemasaran, dan (5) motivasi dan rencana usaha. Monitoring dan evaluasi (monev) dilakukan terhadap 31 mitra UKM (peserta program), melalui kegiatan supervisi sebanyak tiga kali dalam kurun waktu tiga bulan. Manfaat pelatihan yang diberikan, ditunjukkan pada keberhasilan dan peningkatan lima bidang manajemen usaha yang diamati melalui kegiatan monev dan supervisi.	1. Hasil pembinaan menunjukkan bahwa manfaat program kemitraan selain memberikan pinjaman juga memberikan wawasan bisnis dan motivasi usaha yang disampaikan secara kontinyu melalui supervisi yang dilakukan, dari supervisi ke dua dan ke tiga terlihat adanya kemajuan yang berarti dalam pengelolaan usaha dan wawasan bisnis mitra binaan. 2. Model Pembinaan UMKM Program Kemitraan BUMN dalam penelitian ini selengkapnya dapat dilihat pada gambar 2.8. (Halaman 151)
n penelitian ini	Penelitian di atas berfokus kepada model pembinaan UMKM hanya sebatas pada aspek bantuan permodalan dari BUMN tanpa melihat faktor penghambat dalam proses pembinaan UMKM, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri.				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
5.	Syahmardi Yacob, Urip Sulistiyi, Enda Enda, dan Ade Perdana Siregar (2021), Pentingnya Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Kewirausahaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Bekelanjutan di Indoensia.	Untuk mengkaji pentingnya adopsi *e-commerce* dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).	1. *E-commerce* merupakan serangkaian aktivitas pembelian, penjualan atau periklanan informasi, produk dan layanan melalui jaringan komputer. 2. Orientasi kewirausahan sebagian besar didorong oleh pasar yang belum memanfaatkan peluang.	1. Variabel penilitian ini meliputi: adopsi *e-commerce*, orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM. 2. Prosedur *purposive sampling* yang digunakan untuk merekrut 150 pengusaha UMKM dari 3 kabupaten di Provinsi Jambi. 3. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif dengan aplikasi Smart PLS versi 3.0	1. Adopsi *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan kinerja bisnis UMKM. 2. Orientasi kewirausahaan memoderasi kedua variabel tersebut (*e-commerse* dengan kinerja UMKM).
Perbedaan dengan penelitian ini		Penelitian di atas berfokus pada peningktan kinerja UMKM pada aspek adopsi *e-commerse* dan orientasi kewirausahaan, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembaangan UMKM yang tangguh dan mandiri.			

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
6.	Kabir Musa Shuaib & Zhen He (2021), Dampak Budaya Organisasi pada Manajemen Mutu dan Praktik Inovasi diantara UKM Manufaktur di Nigeria	Untuk menguji dampak budaya organisasi pada manajemen mutu dan parktik inovasi dikalangan UKM manufaktur di Nigeria.	1. Pengembangan setiap organisasi bergantung pada acara terbaik untuk mengkoordinasikan struktur organisasi menuju pencapaian efektivitas, daya saing, dan keberlanjutan. 2. Organisasi membangun struktur mereka di atas norma, nilai dan tujuan, meningkatkan budaya organisasi.	1. Variabel penilitian ini meliputi: budaya organisasi, manajemen mutu dan praktik inovasi 2. Teknik pengumpulan data dengan *convenience sampling* 3. Menggunakan model PLS untuk menguiji hubungan yang dihipotesiskan.	1. Studi ini menemukan bahwa budaya advokasi, budaya iklan, budaya pasar, dan budaya hirarki berhubungan positif dengan inovasi. 2. Di sisi lain, budaya iklan dan budaya pasar berhubungan postif dengan manajemen kualitas, sedangkan budaya advokasi dan hirarki ditemukan berhubungan negatif dengan manajemen kualitas. 3. Temuan mengungkapkan bahwa UKM yang mempertahankan secara agresif, dan fokus berorientasi pada hasil, tetap berorientasi pada hasil, dengan prioritas menyelesaikan pekerjaan, mempromosikan daya saing yang tangguh tuntutan tinggi dan pencapaian yang maksimal.
Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian di atas berfokus pada budaya organisasi, manajemen mutu dan praktik inovasi namun belum menyentuh terkait dengan manajemen risiko yang setiap saat dapat menjadi faktor penghambat pencapaian tujuan organisasi, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri.				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
7.	Xuefeng Liua, Yongyi Shoub & Yuying Xiec (2013), Peran Organisasi Perantara dalam Meningkatkan Kemampuan Inovasi UMKM: Bukti dari China.	1. Studi ini memberikan wawasan yang berguna untuk pertumbuhan perusahaan lokal di negara berkembang. 2. Makalah ini juga memberikan implikasi kebijakan kepada perusahaan dan pembuat kebijakan di negara berkembang.	1. Pada umumnya, UMKM tidak memiliki kemampuan untuk berinovasi sendiri, dan sebagian besar UMKM tidak dapat tumbuh menjadi perusahaan besar dan kompetitif. 2. Organisasi perantara dapat mengintegrasikan sumber daya inovasi untuk UMKM dan meningkatkan kemampuan inovasi UMKM.	Teknik analisis studi kasus organisasi perantara.	1. Organisasi perantara dapat mengintegrasikan sumber daya inovasi untuk UMKM dan meningkatkan kemampuan inovasi UMKM. 2. Melalui studi kasus organisasi perantara di China, makalah ini menegaskan bahwa organisasi perantara dapat memperluas sumber daya inovasi yang tersedia untuk UMKM, membantu UMKM memindai dan mengidentifikasi sumber daya inovasi yang berguna dan memberikan keahlian kepada UMKM dalam memanfaatkan sumber daya inovasi.
Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian di atas berfokus pada peran organisasi perantara dalam memperluas sumber daya inovasi yang berorientasi pengembangan usaha di masa depan namun belum menyentuh terkait dengan manajemen risiko yang setiap saat dapat menjadi faktor penghambat pencapaian tujuan organisasi, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembaangan UMKM yang tangguh dan mandiri, namun tetap ada relevansinya dengan peran pemerintah di Indonesia dalam hal ini Kementerian Koperasi UKM dan lembaga perbankan bahkan perguruan tinggi sebagai organiasi perantara dalam mengoptimalkan peran UMKM dalam peningatan aktivitas dan pertumbuhan ekonomi.			

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
8.	Hurley, Cave Hill, St, Michael (2018), Daya Saing UMKM di Ekonomi Pulau Kecil: Tinjauan Sistematis Komparatif dari Literatur Selama 24 Tahun Terakhir.	Untuk mengkonsolidasikan literatur yang ada tentang daya saing perusahaan secara umum dan membandingkannya dengan literatur yang terkait dengan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	1. Lima tema teratas dari literatur perusahaan umum adalah modal intelektual, pembelajaran organisasi dan kemampuan dinamis, orientasi kolaboratif, dan inovasi serta kemampuan manajerial. 2. Untuk UMKM pada umumnya, inovasi, modal intelektual, orientasi kolaboratif, karakteristik tingkat negara, dan pembelajaran organisasi serta kemampuan dinamis.	Tinjauan litearur sistematis dengan menggunakan database *Social Science Citation Index* (SSCI) untuk analisis kutipan guna mengidentifikasi penelitian yang paling berpengaruh dan database *Ex Libris Primo Central Index* (PCI) dan EBSCO *Caribbean Search* untuk literatur spesifik pulau kecil.	Penelitian tentang daya saing UMKM di ekonomi pulau kecil harus fokus pada peran moderasi karakteristik tingkat negara pada hubungan antara sumber daya saing seperti: modal intelektual, manajemen modal manusia, modal sosial, inovasi, internasionalisasi serta sebagai implementasi strategi, dan hasil daya saing perusahaan.
Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian di atas berfokus pada daya saing UMKM yang harus focus pada peran moderasi, sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM yang tangguh dan mandiri, namun tetap ada relevasinya karena sama-sama berujung pada daya saing dan kemandirian UMKM				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
9.	Stavros T. Ponisa, Athanasia Ntallab (2015), Praktik dan Pendekatan Manajamen Krisis: Wawasan dari Krisis Rantai Pasokan.	Untuk mempelajari krisis rantai pasokan sebagai peristiwa yang tidak dapat diramalkan dan dapat menyebabkan gangguan pada jaringan rantai pasokan.	1. Semua jenis krisis rantai pasokan dapat memberikan wawasan tentang tindakan respons rantai pasokan setelah krisis terjadi, tindakan yang dapat membantu pemulihan cepat perusahaan setelah krisis atau bahkan dapat memperburuk keadaan. 2. Membangun hubungan yang transparan dengan pemangku kepentingan rantai pasokan dapat menjadi pilar penyelamat bagi perusahaan pada saat krisis terjadi.	1. Pemilihan studi kasus dengan meninjau litertur yang ada. 2. Identifikasi operasi utama dan atribut yang digunakan setiap perusahaan untuk membuat kumpulan data karakteristik yang dapat memberikan indikasi tentang pengambilan keputusan yang digunakan perusahaan sebelum dan sesudah krisis untuk bertahan. 3. Analisis yang digunakan adalah bersifat deskriptif dan eksploratif sebagai alat utama untuk analisis. 4. Informasi yang diperoleh dari analisis kasus dikelompokkan menjadi: a) profil studi kasus, b) stratetgi sebelum krisis, c) strategi setelah krisis, dan d) proses krisis yang mengarah kepada hasil akhir dan dampak krisis.	1. Proses pengambilan keputusaan tertentu sebelum, selama dan setelah krisis dapat mempengaruhi pemulihan perusahan setelah krisis rantai paokan. 2. Manajemen kolaborasi dan menjaga hubungan yang kuat dengan pemasok utama organisasi sangat penting dan membutuhkan komunikasi yang kuat di hulu dan hilir dalam rantai pasokan. 3. Mengambil keputusan yang cepat membutuhkan kepemimpinan yang kuat tidak hanya di saat krisis, tetapi selama seluruh siklus hidup organisasi.
Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian di atas berfokus pada krisis dalam rantai pasokan *(supplay chain)* yang sering menganggu stabilitas produksi suatu perusahaan. Sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM, bukan hanya pada aspek produksi saja tetapi juga meliputi aspek lainnya misalnya pemasaran, SDM termasuk budaya kerja, namun tetap ada relevasinya karena sama-sama dalam perhatian terkait dengan manajemen krisis.				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulisan Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
10.	Suharyanti , Achmad Hidayat Sutawidjaya (2012) Analisis Krisis Pada Organisasi Berdasarkan Model Anatomi Krisis Dan Perspektif Public Relations (*Case study* pada Citibank).	Untuk menganalisis krisis yang menimpa bank multi nasional Citibank karena kasus penyalahgunaan wewenang karyawannya. (Kasus ini bergurlir sejak awal bulan April 2011).	1. Pada umumnya, krisis dilihat sebagai suatu situasi atau kejadian yang lebih banyak mempunyai implikasi negatif pada perusahaan daripada sebaliknya. 2. Krisis pada dasarnya adalah sebuah situasi yagn tidak terduga, artinya organisasi umumnya tidak dapat menduga bahwa akan muncul krisis yang dapat mengancam keberadaannya. 3. Krisis sebagai ancaman signifikan terhadap operasi yang dapat memiliki konsekuensi negatif jika tidak ditangani dengan baik.	1. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan metode studi kasus. 2. Studi kasus digunakan karena relevan dengan situasi krisis yang menimpa Citibak. 3. Sifat penelitian ini adalah eksplanatif karena dilakukan untuk memberikan gambaran dan menjelaskan tentang mengapa dan bagaimana suatu peristiwa terjadi.	1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Divisi *Corporate Communication* Citibank baik pada masa pra krisis, masa krisis maupun pasca krisis cukup membantu Citibank dalam melewati tahap *prodromal, chronic, acute* dan *resolution,* sehingga kepercayaan nasabah terhadap Citibank masih baik, yang ditandai dengan tidak terjadinya penutupan kartu kredit secara besar-besaran oleh nasabah. 2. Adanya *information gap* yang menurut Lerbinger akan membawa perusahaan pada kondisi yang lebih buruk ternyata justru menjadi titik strategis bagi Citibank untuk menggeser isu dari kelalain institusi menjadi kelalaian mantan karyawan Citibank berikut atribut sensasi yang melekat pada mantan karyawan tersebut.
Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian di atas berfokus pada manajemen krisis dengn kasus pada aspek manajemen SDM dan perilaku karyawan. Sementara dalam penelitian ini secara spesifik akan melahirkan model pembinaan UMKM, identifikasi faktor determinan dan potensi risiko terhadap pengembangan UMKM bukan hanya pda aspek manajemen SDM saja tetapi akan mengidentifikasi potensi krisis pada kegiatan UMKM pada umumnya . Namun tetap ada relevasinya karena sama-sama berujung pada upaya menangani krisis dalam suatu organisasi.				

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 6

MATRIKS BMC DAN ANALISIS SWOT

JUDUL DISERTASI: PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI DI KABUPATEN WAJO

Oleh: **Kurniana**

No.	BUSINESS MODEL CANVAS [BMC]	SWOT			
		Strenght	*Weakness*	*Opportunity*	*Threats*
1	*Customer Segment*	1. Produk dijual untuk segala segmen; 2. Harga yang sama untuk semua segmen; dan 3. Promo disesuaikan dengan setiap segmen.	1. Tidak tersedianya produk yang khusus dibagi per-segmen; dan 2. Pembagian segmen terlalu luas	1. Segmen yang dipilih punya kebiasaan yang unik sesuai dengan produk; 2. Segmen yang dipilih punya daya beli yang tinggi	1. Banyak saingan untuk produk yang dibuat pada segmen yang dipilih; dan 2. Daya beli masyarakat menurun akibat kritis
2	*Channel*	1. Hubungan dengan pelanggan baik; 2. Pelanggan mudah berinteraksi dengan staf; 3. Promo disukai pelanggan; 4. Staf merespon dengan cepat pertanyaan/keluhan; dan 5. Sudah memiliki pelanggan yang loyal.	1. Pelanggan loyal masih kurang/tidak ada; 2. Staf masih lambat respon pertanyaan/keluhan pelanggan; dan 3. Pelanggan loyal masih kurang/tidak ada.	1. Pelanggan loyal sering melakukan pembelian ulang, dan 2. Pelanggan loyal membantu merekomendasikan produk kepada orang lain.	1. Pesaing membuat program promo yang lebih menarik.
3	*Customer Relationship*	1. Jaringan penjualan produk sudah sampai area provinsi; 2. Produk sudah dijual secara digital; dan 3. Akun media sosial toko dikelola dengan baik.	1. Produk belum masuk ke jaringan minimarket; 2. Belum menggunakan aplikasi pengelolaan e-commerce untuk toko online; dan 3. Pelanggan di luar kota masih sulit mendapatkan produk yang dijual.	1. Pemerintah sering mengajak untuk ikut pameran; 2. Transportasi semakin lancar; dan 3. Perusahaan jasa pengiriman banyak.	1. Pesaing yang memiliki toko sendiri; 2. Jaringan internet masih tidak stabil; dan 3. Kebijakan pihak marketplace yang kurang menguntungkan toko.
4	*Value Preposition*	1. Varian produk yang beragam; 2. Tepat waktu dan sangat baik dalam melayani; dan 3. Kemasan produk yang baik.	1. Aksesibilitas produk masih minim; dan 2. Brand tidak terkenal.	1. Pasar mencari produk yang berkualitas 2. Pesaing tidak mempunyai produk yang sama; 3. Produk masih jarang di pasaran	1. Adanya pendatang baru dalam industri; 2. Adamnya produk pengganti
5	*Key Partner*	1. Bahan baku ataupun penolong mudah diperoleh; 2. Hubungan dengan para pemasok baik; 3. Kemampuan kerja karyawan baik; 4. Hubungan baik dengan para partner kunci; dan 5. Memiliki pemasok bahan baku yang tetapi.	1. Belum memiliki pemodal/investor; 2. Lokasi jauh dari ibu kota provinsi; 3. Lokasi jualan yang tidak strategis; dan 4. Belum memiliki SOP.	1. Banyak program pemerintah yang mendukung UMKM; dan 2. Banyak program pelatihan dan pendampingan usaha.	1. Kompetitor yang lebih matang dari segi modal dan produk; 2. Pandemi covid-19 belum sepenuhnya luntas; dan 3. Perkembangan teknologi yang sangat cepat.
6	*Key Resources*	1. Memiliki surat izin usaha; 2. Merek sudah dikenal baik di masyarakat; dan 3. Memiliki berbagai macam aset fisik yang memadai.	1. Modal [kas] usaha yang terbatas; 2. Fasilitas usaha yang belum memadai; dan 3. Merek belum dikenal baik di masyarakat.	--	--
7	*Key Activities*	1. Proses produksi mudah.	1. Proses produksi masih konvensional/tradisional	--	--
8	*Cost Structure*	1. Dapat membedakan antara biaya tetap dan tidak tetap; 2. Mempunyai anggaran untuk pengeluaran tidak terduga; dan 3. Turunnya biaya ketika volume produksi lebih banyak.	1. Tidak dapat mengestimasi biaya tetap; 2. Tidak mempunyai anggaran biaya tidak terduga; dan 3. Tidak mengetahui biaya tetap.	1. Aplikasi manajemen keuangan makin mudah didapatkan.	1. Biaya listrik dan air yang selalu naik; dan 2. Bahan baku yang tinggi.
	nue Stream	1. Metode Pembayaran bisnis yang baik; 2. Pendapatan offline dan online sama baiknya; dan 3. Pendapatan telah menutupi pengeluaran.	1. Pendapatan belum menutupi modal; dan 2. Kena tipu dengan metode pembayaran kekinian.	1. Pasar mencari harga yang lebih murah; dan 2. Marketplace memberikan peluang pendapatan lebih.	1. Pasar selalu mencari harga yang lebih murah

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 7

MATRIKS PENGELOMPOKAN FAKTOR DETERMINAN PENERAPAN BMC DAN ANALISIS SWOT

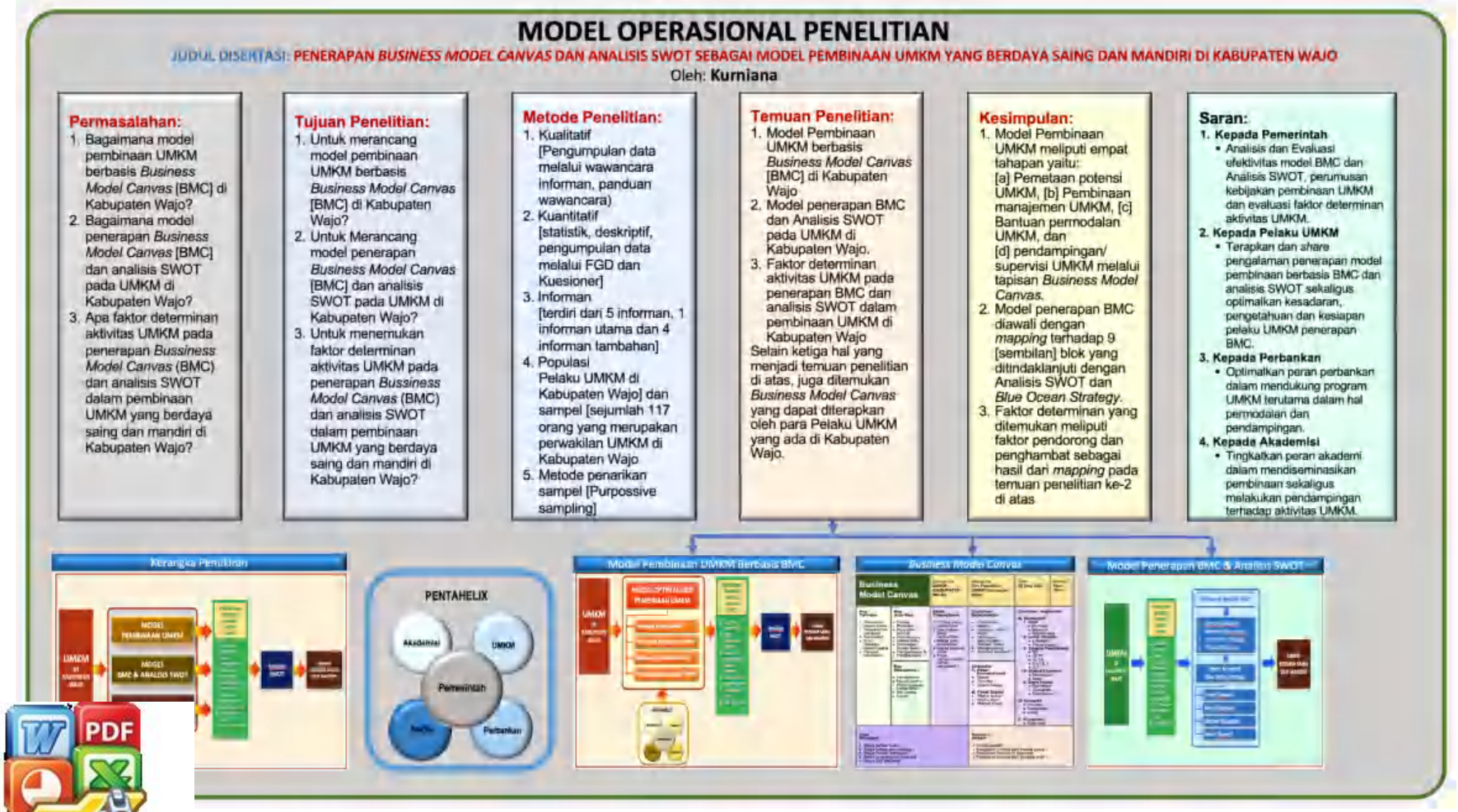
JUDUL DISERTASI: PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN ANALISIS SWOT SEBAGAI MODEL PEMBINAAN UMKM YANG BERDAYA SAING DAN MANDIRI DI KABUPATEN WAJO

Oleh: **Kurniana**

NO.	BUSINESS MODEL CANVAS [BMC]	FAKTOR DETERMINAN			
		FAKTOR PENDORONG		FAKTOR PENGHAMBAT	
		Kekuatan	Peluang	Kelemahan	Ancaman
1	*Customer Segment*	1. Produk dijual untuk segala segmen; 2. Harga yang sama untuk semua segmen; dan 3. Promo disesuaikan dengan setiap segmen.	1. Segmen yang dipilih punya kebiasaan yang unik sesuai dengan produk; 2. Segmen yang dipilih punya daya beli yang tinggi	1. Tidak tersedianya produk yang khusus dibagi per-segmen; dan 2. Pembagian segmen terlalu luas	1. Banyak saingan untuk produk yang dibuat pada segmen yang dipilih; dan 2. Daya beli masyarakat menurun akibat kritis
2	*Channel*	1. Hubungan dengan pelanggan baik; 2. Pelanggan mudah berinteraksi dengan staf; 3. Promo disukai pelanggan; 4. Staf merespon dengan cepat pertanyaan/keluhan; dan 5. Sudah memiliki pelanggan yang loyal.	1. Pelanggan loyal sering melakukan pembelian ulang, dan 2. Pelanggan loyal membantu merekomendasikan produk kepada orang lain.	1. Pelanggan loyal masih kurang/tidak ada; 2. Staf masih lambat respon pertanyaan/keluhan pelanggan; dan 3. Pelanggan loyal masih kurang/tidak ada.	1. Pesaing membuat program promo yang lebih menarik.
3	*Customer Relationship*	1. Jaringan penjualan produk sudah sampai area provinsi; 2. Produk sudah dijual secara digital; dan 3. Akun media sosial toko dikelola dengan baik.	1. Pemerintah sering mengajak untuk ikut pameran; 2. Transportasi semakin lancar; dan 3. Perusahaan jasa pengiriman banyak.	1. Produk belum masuk ke jaringan minimarket; 2. Belum menggunakan aplikasi pengelolaan e-commerce untuk toko online; dan 3. Pelanggan di luar kota masih sulit mendapatkan produk yang dijual.	1. Pesaing yang memiliki toko sendiri; 2. Jaringan internet masih tidak stabil; dan 3. Kebijakan pihak marketplace yang kurang menguntungkan toko.
4	*Value Preposition*	1. Varian produk yang beragam; 2. Tepat waktu dan sangat baik dalam melayani; dan 3. Kemasan produk yang baik.	1. Pasar mencari produk yang berkualitas 2. Pesaing tidak mempunyai produk yang sama; 3. Produk masih jarang di pasaran	1. Aksesibilitas produk masih minim; dan 2. Brand tidak terkenal.	1. Adanya pendatang baru dalam industri; 2. Adannya produk pengganti
5	*Key Partner*	1. Bahan baku ataupun penolong mudah diperoleh; 2. Hubungan dengan para pemasok baik; 3. Kemampuan kerja karyawan baik; 4. Hubungan baik dengan para partner kunci; dan 5. Memiliki pemasok bahan baku yang tetap.	1. Banyak program pemerintah yang mendukung UMKM; dan 2. Banyak program pelatihan dan pendampingan usaha.	1. Belum memiliki pemodal/investor; 2. Lokasi jauh dari ibu kota provinsi; 3. Lokasi jualan yang tidak strategis; dan 4. Belum memiliki SOP.	1. Kompetitor yang lebih matang dari segi modal dan produk; 2. Pandemi covid-19 belum sepenuhnya tuntas; dan 3. Perkembangan teknologi yang sangat cepat.
6	*Key Resources*	1. Memiliki surat izin usaha; 2. Merek sudah dikenal baik di masyarakat; dan 3. Memiliki berbagai macam aset fisik yang memadai.	–	1. Modal [kas] usaha yang terbatas; 2. Fasilitas usaha yang belum memadai; dan 3. Merek belum dikenal baik di masyarakat.	–
7	*Key Activities*	1. Proses produksi mudah.	–	1. Proses produksi masih konvensional/tradisional	–
8	*Cost Structure*	1. Dapat membedakan antara biaya tetap dan tidak tetap; 2. Mempunyai anggaran untuk pengeluaran tidak terduga; dan 3. Turunnya biaya ketika volume produksi lebih banyak.	1. Aplikasi manajemen keuangan makin mudah didapatkan.	1. Tidak dapat mengestimasi biaya tetap; 2. Tidak mempunyai anggaran biaya tidak terduga; dan 3. Tidak mengetahui biaya tetap.	1. Biaya listrik dan air yang selalu naik; dan 2. Bahan baku yang tinggi.
	nue Stream	1. Metode Pembayaran bisnis yang baik; 2. Pendapatan offline dan online sama baiknya; dan 3. Pendapatan telah menutupi pengeluaran.	1. Pasar mencari harga yang lebih murah; dan 2. Marketplace memberikan peluang pendapatan lebih.	1. Pendapatan belum menutupi modal; dan 2. Kena tipu dengan metode pembayaran kekinian.	1. Pasar selalu mencari harga yang lebih murah

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 8



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 9

PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10 Tamalanrea, Makassar 90245
Telpon : (0411) 585 415, 583 678 Telpon Fax : (0411) 587218
http://feb.unhas.ac.id email : feb@unhas.ac.id

Nomor : 4972/UN4.4.1/PT.01.04/2022 Makassar, 17 Juni 2022
Hal : Permohonan Izin Penelitian.

Kepada
Yth : **Bapak Bupati Wajo**
Cq. Sekretaris Daerah
Di -
Sengkang

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Penulisan Disertasi) mahasiswa Program Doktor (S-3) yang tersebut di bawah ini :

Nama	:	Kurniana
No. Induk Mahasiswa	:	A033202013
Program Pendidikan	:	DOKTOR (S3)
Program Studi	:	MANAJEMEN
Judul	:	Model Manajemen Krisis dalam Mewujudkan Kemandirian dan Ketangguhan UMKM Kab. Wajo

Sehubungan dengan hal tersebut, di mohon kesediaannya agar dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk mengadakan penelitian dan pengambilan data.

Atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

An. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik, Riset dan Inovasi,

Dr. Mursalim Nohong, SE.,M.Si
NIP. 19710619 200003 1 001

Tembusan Kepada Yth :
1. Dekan FEB-UNHAS "sebagai laporan".
2. Pertinggal.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 10

IZIN PENELITIAN

PTSPWJ IP768330

PEMERINTAH KABUPATEN WAJO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Jend. Ahmad Yani Nomor 33, Telp. / Fax. (0485) 323549,Sengkang (90914) Provinsi Sulawesi Selatan
Website : dpmptsp.wajokab.go.id, Email :dpmptsp.wajokab@gmail.com

IZIN PENELITIAN / SURVEY
NOMOR : 1720/IP/DPMPTSP/2022

Membaca : Surat Permohonan **KURNIANA**Tanggal**1 Juli 2022**Tentang Penerbitan Izin Penelitian/Survey

Mengingat :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
2. Peraturan Daerah Kabupaten Wajo Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan.
3. Peraturan Bupati Wajo Nomor 77 Tahun 2019 tentang Pelimpahan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Wajo.

Memperlihatkan :
1. Surat dari FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN Nomor : 4972/UN4.4.1/PT.01.04/2022 Tanggal 17 Juni 2022Perihal PERMOHONAN IZIN PENELITIAN
2. Rekomendasi Tim Teknis Nomor **01700/IP/TIM-TEKNIS/VII/2022**Tanggal **1Juli 2022**Tentang Penerbitan Izin Penelitian / Survey

Menetapkan : Memberikan IZIN PENELITIAN / SURVEY Kepada :

Nama	:	**KURNIANA**
Tempat/Tanggal Lahir	:	**JAMBI , 25Desember1973**
Alamat	:	**JL. LEMBU, Kecamatan Tempe**
Perguruan Tinggi/Lembaga	:	**UNIVERSITAS HASANUDDIN**
Jenjang Pendidikan	:	**S3**
Judul Penelitian	:	**MODEL MANAJEMEN KRISIS DALAM MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN DAN KETANGGUHAN UMKM DI KABUPATEN WAJO**
Lokasi Penelitian	:	**KABUPATEN WAJO**
Jangka Waktu Penelitian	:	**11 Juli 2022 s/d 30 September 2022**

Untuk hal ini tidak merasa keberatan atas pelaksanaan Penelitian/Survey dimaksud dengan ketentuan sebagai berikut :
1. Sebelum dan sesudah pelaksanaan penelitian harus melaporkan diri kepada pemerintah setempat dan instansi yang bersangkutan
2. Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah dizinkan, semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati semua perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat-istiadat setempat.

Ditetapkan di : **Sengkang**
Pada Tanggal : **1 Juli 2022**

Ditandatangani secara elektronik oleh
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU,

Drs. ANDI MANUSSA, S.Sos., M.Si.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA
NIP : 19651128 199002 1 001

No. Reg : 2534/IP/DPMPTSP/2022
Retribusi : Rp.0.00

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 11

MIGRATION LETTERS
ISSN: 1741-8984
e-ISSN: 1741-8992

Article ID 2893

Date:03-10-2023

Dear Author(s)

Kurniana [1] , Nuraeni Kadir [2] , Abdul Rahman Kadir [2] , Andi Ratna Sari Dewi [2]

1 Post Doctoral of Economics, Hasanuddin University
2 Faculty of Business and Economics, Hasanuddin University

We would like to inform you that your manuscript has been accepted for publication in the upcoming regular issue of Migration Letters ISSN: 1741-8984 (Print) ISSN: 1741-8992 (Online).

Manuscript Title: **Determinant Factors of MSME Activities on the Implementation of the Business Model Canvas (BMC) in Realizing the Independence and Strength of Msmes in Wajo District**

Thanks for submission of your work with us.

Regards,

Editor

Migration Letters

ISSN: 1741-8984 (Print) ISSN: 1741-8992 (Online)

www.migrationletters.com

WEB OF SCIENCE™

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 12

KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar 90245
Telepon (0411) 586200, (6 Saluran), 584200, Fax (0411) 585188
Laman: www.unhas.ac.id

SURAT IZIN UJIAN DISERTASI
Nomor 36336/UN4.1.1.1/PK.03.02/2023

Berdasarkan Peraturan Rektor Universitas Hasanuddin tentang Penyelenggaraan Program Doktor Nomor 2785/UN4.1/KEP/2018 tanggal 16 Juli 2018, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	KURNIANA
NIM	:	A033202013
Tempat/Tanggal Lahir	:	JAMBI, 25 DESEMBER 1973
Fakultas	:	EKONOMI DAN BISNIS
Program Studi	:	MANAJEMEN

Telah memenuhi syarat untuk Ujian Disertasi. Demikian Surat Persetujuan ini dibuat untuk digunakan dalam proses pelaksanaan ujian disertasi, dengan ketentuan dapat mengikuti wisuda jika **persyaratan kelulusan/wisuda telah dipenuhi**. Terima Kasih.

Makassar, 19 Oktober 2023
a.n. Direktur Pendidikan
Kepala Subdirektorat Administrasi
Pendidikan,

Susy Asteria Irafany, S.T., M.Si.
NIP 197403132009102001

Keterangan online wisuda:

User	: A033202013
Password	: 2168846
Alamat Web	: http://wisuda.unhas.ac.id

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 13

BIODATA

Identitas Diri

Nama	:	**KURNIANA, S.Sos., M.Si.**
Tempat, Tanggal Lahir	:	Jambi, 25 Desember 1973
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Alamat Rumah	:	Jalan Lembu No. 88 Sengkang Kelurahan Tempe, Kec. Tempe Kabupaten Wajo
Telepon Rumah dan HP	:	085255599973
Alamat E-mail	:	hj.kurniana1973@gmail.com
Status Sipil	:	
Nama Suami	:	Dr. H. Amiruddin. A., S.Sos., M.M.
Nama Anak	:	1. dr. Rezki Fadhilla Sari, S.Ked. 2. Ahmad Fauzi Ramadhan

Riwayat Pendidikan :

Pendidikan Formal

Tamat SD	:	Tahun 1986 di Sengkang
Tamat SLTP	:	Tahun 1989 di Sengkang
Tamat SLTA	:	Tahun 1992 di Sengkang
Tamat S.1	:	Tahun 2002 di Sengkang
Tamat S.2	:	Tahun 2005 di Sengkang
Pendidikan Non-Formal	:	Penyuluh Anti Korupsi

Pekerjaan dan Riwayat Pekerjaan

Pekerjaan	:	Pegawai Negeri Sipil
NIP.	:	19731225 199303 2 004
Pangkat/Gol. Ruang	:	Pembina Tingkat I / IV/b
Jabatan	:	Sekretaris Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Wajo.

Karya Ilmiah/Artikel

yang telah dipublikasikan :

1. Model Manajemen Krisis Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam Mewujudkan Kemandirian dan Ketangguhan UMKM di Kabupaten Wajo;
2. Faktor Determinan Aktivitas UMKM pada Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam Mewujudkan Kemandirian dan Ketangguhan UMKM di Kabupaten Wajo

Makalah pada seminar/konfrensi ilmiah nasional dan internasional: --

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 11 Oktober 2023

KURNIANA, S.Sos., M.Si.

Optimized using
trial version
www.balesio.com