

Kompetensi Berbasis Teknologi Informasi Pengelola Gerai UMKM

Asep Kurniawan, Elis Dwiana Ratnamurni, Mochamad Vrans Romi, Rahardianto, Andri Irawan,
Yun Yun, Eka Ludiya, Abdul A. Hafidh N
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani
E-mail korespondensi: asep.kurniawan@lecture.unjani.ac.id

Abstrak—Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengkaji permasalahan tentang keterbatasan penggunaan teknologi informasi pada usaha kecil termasuk keterbatasan di pengelola Gerai UMKM KBB yang dimaksudkan sebagai wadah atau forum pelaku UMKM se Kabupaten Bandung Barat. Dimana para wisatawan dapat mengetahui produk – produk apa saja yang dihasilkan oleh pelaku UMKM KBB dan bagaimana serta dimana cara mendapatkannya. Seharusnya pengelola Gerai UMKM setidaknya mempunyai jiwa kewirausahaan sehingga akan selalu berupaya meningkatkan kompetensinya khususnya *strategic competencies* dan *conceptual competencies*. Kegiatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kompetensi melalui pendampingan peningkatan kompetensi strategis dan kompetensi konseptual pengelola Gerai UMKM Kabupaten Bandung Barat yang bertujuan agar memberikan pengetahuan lebih bagi pengelola Gerai UMKM dalam membina pelaku UMKM kedepannya dengan lebih baik. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak yang positif kepada pengelola gerai. Hal ini bisa dilihat dari beberapa aspek yang mengalami peningkatan diantaranya pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola gerai tentang bagaimana pengelolaan gerai yang efektif dan efisien.

Kata kunci—*gerai UMKM; kompetensi; pendampingan.*

I. PENDAHULUAN

Berlakunya MEA telah menimbulkan banyak kekhawatiran dari para pelaku UMKM di Jawa Barat terlebih di Kabupaten Bandung Barat (KBB) dalam menjaga kestabilan atau kelangngan UMKM dengan tingkat persaingan yang tinggi. Selanjutnya untuk mendorong daya saing produk-produk dari para pelaku UMKM, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) bersama Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung Barat telah membuka Gerai UMKM di Jalan Seskoau No.2, Lembang. Diharapkan, Gerai UMKM itu bisa menjadi pelengkap tujuan wisata di kawasan Lembang dan menjadi wadah silaturahmi antar pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan tujuan untuk mewujudkan industri, perdagangan, koporasi dan UMKM yang tangguh, maju, mandiri, inovatif, berdaya saing[1].

Lembang tempat didirikannya Gerai UMKM ini adalah salah satu wilayah di Kabupaten Bandung Barat yang merupakan salah satu tujuan wisata favorit dengan fasilitas tempat wisata dan kuliner yang beraneka ragam misalnya objek wisata Gunung Tangkuban Parahu, Grafika Cikole, *Floating Market*, Curug Pelangi, *The Lodge* Maribaya, Maribaya *Hot Spring*, Kampung Gajah *Wonderland*, *De'Ranch*, Rumah Hobbit *Farmhouse* hingga Dusun Bambu. Potensi wisata alam di Kabupaten Bandung Barat sangat besar dan senantiasa ramai dikunjungi wisatawan baik domestik maupun manca negara terutama saat musim liburan atau akhir pekan. Namun untuk sentra kerajinan dan oleh-oleh kuliner di daerah Lembang belum mengalami kemajuan yang berarti. Artinya potensi wisata yang ada di daerah Lembang belum optimal dimanfaatkan oleh pihak pemerintah Kabupaten Bandung Barat untuk peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Apabila di telaah lebih jauh jumlah yang di bina dan jumlah produk yang sudah ditampung melalui Gerai UMKM masih sangat sedikit bila di kaitkan dengan data BPS bahwa di Kabupaten Bandung Barat terdapat 42.000 pelaku usaha. Artinya masih banyak pelaku UMKM yang perlu dibantu yang tersebar di beberapa wilayah yang ada kalanya agak susah di jangkau oleh Gerai UMKM yang berkedudukan di Lembang.

Gerai UMKM diresmikan 18 Februari 2017. Keberadaan Gerai UMKM merupakan bukti keseriusan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat mendorong para pelaku usaha untuk terus meningkatkan kuantitas maupun kualitas produk yang dihasilkan. Selanjutnya melalui Gerai UMKM produk yang telah diolah oleh pelaku usaha UMKM bidang makanan dan minuman tersebut akan promosikan dan dipasarkan sehingga dapat mengurangi permasalahan pemasaran. Gerai UMKM diharapkan mampu memberikan kegairahan para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Tetapi dari hasil observasi yang telah penulis lakukan gedung Gerai UMKM menunjukkan gedungnya tidak terlalu luas dan fasilitas *display* nya masih sangat sedikit. Selanjutnya hasil wawancara dengan Andri Ariefiyadi sebagai pengelola Gerai UMKM menyatakan banyak wisatawan yang berwisata di

daerah Lembang tidak mengetahui keberadaan Gerai UMKM sebagai tempat sentra oleh – oleh baik kerajinan maupun produk pangan olahan (kuliner). Padahal potensi peluang untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Bandung Barat (KBB) sangat besar karena KBB tempat wisata yang sangat potensial. Keterbatasan kemampuan pengelola dengan jajarannya untuk mengembangkan strategi untuk memajukan Gerai UMKM masih terkendala pada kompetensi pengelolanya. Serta belum mempunyai pemikiran strategik bagaimana mengembangkan Gerai UMKM ini. Keterbatasan masalah penguasaan dan penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan promosi, penjualan *on line* dan sebagai sumber informasi bagi wisatawan dan pelaku UMKM menjadi kendala utama [4].



Gambar 1 Gerai UMKM Lembang Bandung Barat

Produk UMKM di Kabupaten Bandung Barat sebenarnya bisa bersaing dengan produk-produk luar lainnya. Namun sejauh ini, hal itu terkendala di pemasaran dan penggunaan teknologi informasi. Jika pemasaran *online* dioptimalkan produk UMKM bisa tumbuh pesat dan berkembang maju. Sehingga pelaku UMKM ini bisa memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya teknologi informasi sebagai prasarana untuk melakukan pemasaran *on line* kegiatan bisnis lainnya.

Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Bandung Barat, mengungkapkan, "saat ini tercatat sekitar 20.000 pelaku UMKM di Bandung Barat yang sudah berizin namun, belum banyak yang memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk padahal, banyak produk - produk yang unik yang berada di Kabupaten Bandung Barat, pemasaran secara *online* ini bisa menjadi peluang untuk keuntungan". <http://bandungbaratkab.go.id/artikel/umkm-go-online-kbb>.

Akibat dari semakin ketatnya persaingan para UKM memerlukan upaya dalam pengembangan usahanya agar lebih kompeten baik dari segi kualitas maupun kuantitas,[2] sehingga produk dari para UKM menjadi produk unggulan yang mampu bersaing dan menghasilkan kelangngan usaha [3]

Sebagaimana tercantum dalam dokumen rencana strategis yang disusun oleh Kementerian KUKM, ada lima kelemahan utama industri kecil di Indonesia, yaitu orientasi pasar, kualitas sumber daya manusia, penguasaan teknologi, akses pasar, dan permodalan. Kelemahan utama tentang orientasi pasar terjadi karena Analisis Penggunaan dan Kebutuhan Teknologi Informasi. Produk - produk industri kecil kebanyakan masih belum mempunyai daya tembus ke pasar dunia ekspor. Hal ini

dikarenakan masih terbatasnya penggunaan teknologi informasi untuk mendinamisasi dan memajukan usaha kecil.

[14] menyatakan bahwa saat kompetensi mengalami peningkatan maka *entrepreneur* memerlukan lebih dari sekedar keterampilan dan ilmu pengetahuan dasar untuk mengelola bisnis yang mereka miliki. Salah satu cara untuk mengatasi perubahan sosial adalah dengan mengembangkan sebuah kompetensi yang relevan atau yang berhubungan dengan permintaan atau tuntutan sepanjang waktu. Selanjutnya [12] menyatakan kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan total pengusaha untuk melakukan peranannya agar pekerjaan berhasil. Kompetensi usaha merupakan pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan, seperti kinerja yang efektif dari suatu pekerjaan

Masalah keterbatasan penggunaan teknologi informasi pada usaha kecil seharusnya tidak di ikuti oleh keterbatasan para pengelola Gerai UMKM KBB sebagai wadah atau forum pelaku UMKM se Kabupaten Bandung Barat. Walaupun umurnya Gerai UMKM belum genap 2 tahun tetapi harus mulai melakukan perubahan agar dapat mendorong kegairahan para pelaku UMKM. Misalnya para pelaku UMKM mengetahui data-data pemasok, data – data distribusi dan retail. Para wisatawan mengetahui produk – produk apa saja yang dihasilkan oleh pelaku UMKM KBB dan bagaimana serta dimana cara mendapatkannya. Seharusnya pengelola Gerai UMKM setidaknya mempunyai jiwa kewirausahaan sehingga akan selalu berupaya meningkatkan kompetensinya khususnya *strategic competencies* dan *conceptual competencies*.

Pelaku usaha kecil bidang kuliner masih kurang dalam kompetensinya di *bidang organizing competencies, strategic competencies dan conceptual competencies*. Kekurangan tersebut dapat menghambat keberlangsungan usaha dari pelaku usaha kecil bidang kuliner di wilayah Bandung Raya[7]. Pelaku usaha kecil bidang kuliner harus mampu meningkatkan kompetensi usahanya agar mampu menjaga kelangngan usaha terutama disaat semakin ketatnya persaingan di bidang kuliner. Untuk terus dapat eksis dalam persaingan dan dalam upaya meningkatkan *market share*, pelaku usaha kecil bidang kuliner perlu meningkatkan kompetensi kewirausahaannya [9]

Hasil penelitian (Kurniawan, Hastuti, Jalaludin [7] mengemukakan bahwa permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku usaha kecil bidang kuliner meliputi kurangnya permodalan, persaingan usaha yang ketat dan kesulitan pemasaran dari produk yang mereka produksi. Selanjutnya [5] menyatakan bahwa permasalahan yang dihadapi pelaku usaha kecil salah satunya kapasitas produksi, dimana peralatan produksi yang sederhana menyebabkan kapasitas produksi yang dihasilkan relatif kecil. Selain itu pelaku usaha kecil masih kurang memanfaatkan promosi aktif melalui berbagai pameran.

Berdasarkan hasil pertemuan kegiatan seminar “UMKM Berkah dan Sukses” yang diselenggarakan di Gerai UMKM Kabupaten Bandung di Lembang pada tanggal 11 Agustus 2018 dimana pengusul sebagai narasumber seminar, ditemukan permasalahan secara umum dari mitra menyangkut rendahnya kompetensi-kompetensi yang strategik dan konseptual dalam menjalankan usahanya Galeri UMKM. Letak permasalahan pada kemampuan yang masih

kurangnya dalam memperluas jaringan usaha (*networking*) dari hulu (*supplier*) sampai hilir (*customer*).

II. METODE

Metode pelaksanaan program pendampingan peningkatan kompetensi pengelola Gerai UMKM Kabupaten Bandung Barat diberikan dalam TABEL 1. Setiap sub program akan dilaksanakan dengan melibatkan peran aktif mitra dengan sasaran pencapaian indikator tiap sub program sehingga menjamin keberlanjutan program.

TABEL 1. PENDAMPINGAN PENINGKATAN KOMPETENSI PENGELOLA GERAI UMKM KABUPATEN BANDUNG BARAT.

NO	SUB PROGRAM	IMPLEMENTASI PROGRAM	METODE
1.	Pengetahuan tentang kompetensi kewirausahaan dalam hal kompetensi perencanaan dan pembuatan strategi usaha UKM	❖ Sosialisasi Program ❖ Program Pendampingan	➢ Pelatihan ➢ Praktik dengan pendampingan
2.	Pengetahuan tentang kompetensi kewirausahaan dalam hal kompetensi dalam hal konseptual fungsi-fungsi perusahaan (usaha) pada UKM	❖ Sosialisasi Program ❖ Program Pendampingan	➢ Pelatihan ➢ Praktik dengan pendampingan

III. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan Pengmas di Gerai UMKM Kabupaten Bandung Barat (KBB) di mulai dari tanggal 11 Agustus 2019. Dimana tim Pengmas melakukan koodinasi dengan Pengurus Gerai UMKM KBB yaitu bapak Andri.



Gambar 2. Diskusi awal dengan pengelola gerai

Permasalahan khusus yang menjadi prioritas program pengabdian pada masyarakat ini adalah:

- Mitra belum mampu untuk membina hubungan bisnis dengan *supplier*, *distributor*, *retail* sampai pada *customer* dari para pelaku UMKM khususnya bidang kuliner.
- Mitra belum mampu untuk menambah jaringan usaha karena terkendala pada pembuatan surat kerja sama (MoU).
- Mitra belum mampu untuk membagi informasi antara *supply* maupun *demand* dengan lebih valid dan akurat baik ke *supplier*, *distributor*, *retail* maupun *customer*.
- Mitra belum memanfaatkan media *on line* untuk memperluas pasarnya dengan memanfaatkan media sosial.
- Mitra belum mampu menjalankan fungsi – fungsi manajemen dengan baik
- Mitra belum mampu melakukan *display* toko dan produk

Tim pengabdian kepada masyarakat selanjutnya mengadakan diskusi lanjutan dengan pengelola gerai di Lembang untuk memvalidasi permasalahan dan mendiskusikan solusi-solusi yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan.



Gambar 3. Diskusi Lanjutan dengan Pengelola Gerai



Gambar 4. Rapat Koordinasi Awal

Tahapan-tahapan serta tindak lanjut yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pengelola gerai di Lembang adalah

- Melakukan rapat awal koordinasi
 Tim pengmas melakukan rapat koordinasi awal pada bulan September tahun 2019 untuk merumuskan

pelaksanaan kegiatan pengmas. Pada tahap ini dilakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Identifikasi permasalahan dan solusi-solusi apa saja yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan pada gerai UKM.
 - b. Penentuan tindakan-tindakan apa saja yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pengelola gerai
 - c. Penentuan bentuk/ metode kegiatan yang dilakukan akan berbentuk ceramah (pemberian materi), pendampingan serta *focus group discussion*
 - d. Penentuan materi-materi yang akan diberikan disesuaikan dengan kebutuhan dari pengelola gerai untuk penyelesaian permasalahannya. Adapun materi yang akan diberikan terdiri dari
 1. 5S dan *lay out* (tata letak)
 2. Kerja sama dan berbagi informasi
 3. Pembukuan usaha
 4. Perhitungan harga jual
 5. Sistem informasi keuangan
 6. *Internet marketing*
 7. Higienis dan K3
 8. Inovasi dan pengembangan produk
 9. Identitas dan pengembangan produk
 10. Kemasan yang menjual
 11. Eliminasi pemborosan
 12. *Packaging*
 - e. Berdasarkan hasil rapat ditentukan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pengelola gerai di Lembang akan dilaksanakan pada tanggal 2 – 3 November 2019
- 2) Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Berdasarkan hasil rapat koordinasi maka pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 2 – 3 November 2019. Adapun ringkasan dari pelaksanaan metode ceramah dengan pemberian materi diantaranya adalah sebagai berikut
1. Pemberian materi *internet marketing* oleh Ibu Eka Ludiya, SE.,MM



Gambar 5. Pemberian Materi Internet Marketing

Pada sesi ini ibu Eka Ludiya, SE.,MM menekankan pentingnya pengelola gerai untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan *internet* untuk kegiatan bisnisnya. Ibu Eka Ludiya, SE.,MM menyarankan kepada pengelola gerai

juga untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial diantaranya *instagram* dan *facebook* dalam kegiatan bisnisnya. Dimana gerai UMKM KBB masih belum secara optimal memanfaatkan media social untuk menjalankan aktifitas usahanya.

Pada sesi ini pengelola Gerai UMKM diajak untuk lebih aktif memanfaatkan media social dalam menjalankan usaha karena dengan media social gerai UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Pemberian materi inovasi dan pengembangan produk oleh Bapak Rahardianto, SE.,M.Si



Gambar 6. Pemberian Materi Inovasi dan Pengembangan Produk

Pada Sesi ini Bapak Rahardianto, SE.,M.Si menekankan arti penting nilai keunikan, sehingga disarankan pengelola gerai untuk membuat sebuah nilai unik yang membedakan serta menjadi nilai lebih dari pesaingnya.

Sesi ini menjawab bagaimana sebuah produk harus memiliki keunikan yang menjadi ciri atas produk gerai UMKM. Pak Rahardianto memberikan materi supaya pengelola gerai UMKM dapat menggali keunikan dan potensi dari produk yang dipasarkan oleh Gerai UMKM KBB.

3. Pemberian materi eliminasi pemborosan oleh Bapak Yun Yun, SE.,MSM.,ASCA



Gambar 7. Pemberian Materi Eliminasi Pemborosan

Pada sesi ini Bapak Yunyun, SE.,MSM.,ASCA menekankan arti pentingnya pengelola gerai agar mampu mengurangi adanya limbah hal ini dianggap penting karena pengelola gerai masih belum mengoptimalkan kapasitas atau potensi yang dipunyai diantaranya adalah pemanfaatan ruangan di gerai belum optimal sehingga tidak menghasilkan nilai.

Pemborosan menjadi masalah yang seringkali tidak disadari oleh pengelola gerai. Pada sesi ini pengelola gerai UMKM diajak memahami berbagai pemrosesan yang sering muncul dan juga menghindari pemborosan tersebut. Karena pemborosan mengurangi nilai dari produk sehingga dimata konsumen produk menjadi mahal.

- 4. Pemberian materi Pembukuan Usaha oleh Bpk. Aam Rahmat M, SE.,MM



Gambar 8. Pelatihan Pembukuan dan HPP

Pada sesi ini Bapak. Aam Rahmat M, SE.,MM menekankan arti pentingnya pembukuan usaha bagi keberlangsungan dan pengelolaan gerai. Pengelolaan pembukuan dan Harga pokok penjualan menjadi materi yang penting karena pengelola UMKM diajak untuk mencatat dan mengitung berbagai biaya yang harus dikeluarkan ketika membuat produk sehingga pengelola Gerai UMKM tidak mengalami kerugian. Sesi ini juga membahas berbagai klasifikasi biaya yang harus diperhitungkan ketika menjual sebuah produk.

- 6. Pemberian materi hygiene dan K3 oleh Bapak. M. Vrans Romi, SE.,MM.,CHRA



Gambar 9 Pelatihan Hygiene dan K3

Pada sesi ini Bapak. M. Vrans Romi, SE.,MM., CHRA menekankan arti pentingnya higienis dan K3 bagi keberlangsungan dan pengelolaan gerai UMKM KBB. Materi ini diberikan karena mayoritas produk yang dijual digerei UMKM KBB merupakan produk makanan dan minuman. Sehingga terkait kebersihan produk mulai dari di lantai produksi sampai dengan di Gerai UMKM produk harus dalam keadaan hygiene. Selain itu keselamatan kerja juga menjadi hal yang penting karena seringkali lokasi produksi yang terbatas dan pemanfaatan peralatan produksi yang kurang baik dapat menyebabkan kecelakaan kerja.

Selain pemberian materi dalam bentuk ceramah metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan.

- a. Pendampingan



Gambar 10. Kegiatan Pendampingan Tim Pengmas

Berdasarkan gambar 5.7. tim pengmas melakukan pendampingan terkait bagaimana caranya melakukan kerja sama dan berbagi informasi yang baik dan tepat oleh Bpk. Yunyun, SE.,MSM.,ASCA dan Ibu Eka Ludiya, SE.,MM. Hal ini dilakukan karena kegiatan kerja sama dan berbagi informasi pada pengelolaan gerai UKM belum optimal.

- b. *Focus group discussion*
Beberapa kegiatan *focus group discussion* yang dilakukan diantaranya adalah
 - a. *Focus Group Discussion* bersama Bapak Andri Irawan, SE.,MM, Bapak Rahardianto, SE.,M.Si dan Ibu Eka Ludiya, SE.,MM tentang arti penting *Network*.



Gambar 11. FGD Tentang Arti Penting Network

Pada sesi ini, Bapak Andri Irawan, SE, MM, Bapak Rahardianto, SE.,M.Si dan Ibu Eka Ludiya, SE.,MM mengambil tema tentang arti penting *network* bagi pengelola gerai. Jejaring yang dimiliki oleh Gerai UMKM harus senantiasa dikelola dengan baik sehingga dengan networking yang semakin baik Pengelola gerai UMKM dapat meningkatkan pasar dengan mengelola jejaring.

- b. *Focus Group Discussion* bersama Bapak Dr. Asep Kurniawan, SE.,MT.,ASCA tentang arti penting sinergitas.



Gambar 12. FGD Tentang Arti Penting Sinergitas

Pada sesi ini, Dr. Asep Kurniawan, SE.,MT.,ASCA mengambil tema tentang arti penting sinergitas bagi pengelola gerai. Gerai UMKM harus mampu membangun sinergitas antara anggota Gerai UMKM dan mitra di distributor sehingga produk dari gerai UMKM dapat lebih luas mencapai pasar sasaran. Karena konsumen dari Gerai UMKM bukan hanya dari wilayah Lembang tetapi dari wilayah lain seperti Jakarta, Bandung, Garut, Tasik, Subang.

3) Penutupan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pengelola gerai di Lembang diakhiri pada hari Minggu tanggal 3 November 2019 pada pukul 15:30 Wib.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengmas ini memberikan dampak yang positif kepada pengelola gerai. Hal ini bisa dilihat dari beberapa aspek yang mengalami peningkatan diantaranya pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola gerai tentang bagaimana pengelolaan gerai yang efektif dan efisien.

Pengelolaan Gerai UKM masih harus memperoleh dukungan terutama dalam hal pemasaran dan tata letak Gerai UMKM KBB yang masih perlu ditata lebih baik. Selain itu pengelolaan media sosial yang lebih aktif juga menjadi hal yang diharapkan memberikan perbaikan dalam pengelolaan Gerai UMKM KBB

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima Kasih Kepada LPPM Unjani sebagai Lembaga yang membiayai kegiatan pengmas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Edisi ke-VI:2085-1375
- [2] Kartiwi, M., MacGregor, R.C.,(2007), Electronic Commerce Adoption Barriers in Small to Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Developed and Developing Countries: A Cross-Country Comparison. Journal of Electronic Commerce in Organization, Vo 5, Issue 3.
- [3] Kurniawan, A & Yun, Y (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen. 2(1), 65-78
- [4] Kurniawan Asep, Irawan Andri, Yun Yun. (2016). Model Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Bidang Kuliner di Kota Cimahi dan Kota Bandung. Laporan Penelitian Kompetitif UNJANI.
- [5] Kurniawan Asep, Hastuti Sri, Yun Yun (2015). Model Orientasi Kewirausahaan Pelaku Usaha Kecil Bidang Kerajinan di Kota Cimahi. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEB)UNJANI
- [6] Kurniawan Asep, Hastuti Sri, Jalaludin Agus (2014). Permasalahan Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Bidang Kuliner di Kota Bandung dan Kota Cimahi, Prosiding The 7th NCFB and Doctoral Colloquium Toward a New Indonesia Business Architecture Sub Tema Business and Economic Transformation Toward AEC 2015 Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS.
- [7] Kurniawan Asep, Hastuti Sri, (2014). Permasalahan Kewirausahaan Pelaku Usaha Kecil Bidang Kerajinan di Kota Cimahi. Proceedings Forum Manajemen Indonesia ke 6 “ Entrepreneurial Management” ISSN No. 2407-0548 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan, November 2014
- [8] Kurniawan Asep (2013). Pentingnya Kompetensi dan Orientasi Kewirausahaan Bagi Entrepreneur : Kajian Literatur. Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region : Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community. ISSN: 2338-994X. Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke 5. Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar & Hotel Mercure Pontianak.
- [9] Kurniawan Asep, Dwiana Elis, (2011). Keterkaitan Kompetensi Karyawan Dengan Produktivitas Kerja Karyawan. Jipolis Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Sosial. ISSN : 1829-6777 Vol.7 No.2 Mei 2011
- [10] Lefebvre, L., Harvey, J., dan Lefebvre, E. (1991). Technological experience and the technology adoption decision in small manufacturing firms. R&D Management, 21(3), 241-249.
- [11] Lefebvre, L., Harvey, J., dan Lefebvre, E. (1991). Technological experience and the technology adoption decision in small manufacturing firms. R&D Management, 21(3), 241-249.
- [12] Man, T.W.T.T. Lau and K.F. Chan (2002). The Competitiveness of Small and Medium Enterprises : a Conceptualisation With Focus on

- Entrepreneurial Competencies, *Journal of Business Venturing*. 17 (2).p.123-142
- [13] Saba Khalid; Khalid Bhatti (2015). Entrepreneurial Competence in Managing Partnership Knowledge Exchange: Impact on Performance Difference in Export Expansion Stages. *Journal of World Business*
- [14] Temtime, Z.T; dan J. Pansiri.(2005). Managerial Adequacy and Organizational Flexibility in SMEs. *Problem and Perspectives in Management*. Vol.1.p.25-36
- [15] Wahid, F., Iswari, L. Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia. (2007) *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, ISSN: 1907-5022, Yogyakarta, 2007.
- [16] bps.go.id
- [17] kemenperin.go.id
- [18] organisasi.cimahikota.go.id.