

**KONSEP KEWIRUSAHAAN GAYA MASYARAKAT INDONESIA BERDASARKAN
PENDEKATAN KEBIJAKSANAAN LOKAL**

Eko Candra

candarawiyandraa@gmail.com

Abstrak

Anane UMKM bisa dadi solusi sing tepat kanggo nyurung ekonomi masyarakat menengah kebawah. Ing kasus iki, dadi mitra waralaba bisa dadi dalan kanggo wong sing pengin miwiti wirausaha. Franchising minangka konsep pemasaran kanggo ngembangake jaringan kanthi cepet. Sistem iki dianggep duwe sawetara kaluwihan sing ana gandhengane karo pendanaan, sumber daya manusia lan manajemen, kajaba saka keparepan macem-macem pemilik merek karo pihak liyane. Franchising uga dianggep minangka saluran distribusi sing efektif kanggo nggawa produk nyedhaki konsumen liwat jaringan franchisee

Kata Kunci: bisnis, Pengalaman Sales, Barang konsumen saben dina, Produk, Penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.
- Wahyudi, M., Mukrodi, M., Harras, H., & Sugiarti, E. (2020). Wirausaha Muda Mandiri: Learning, Sharing & Practice. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 3(1), 101-110.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assegaf, M. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang. Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 10 No 2.
- Giardo, dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB): Vol 48, No. 1.
- Hadion, dkk. (2020). Manajemen Pemasaran Era Globalisasi. Banyumas: CV. Pena Persada.