
Program Manajemen Inovasi Untuk Optimalisasi Penjualan Pada Katering Dapur Enin Bandung

Dadan Sumantri^{1*}, Yenny Maya Dora^{2*}, Okotora Yogi Sari³, Nugraha Saefudin⁴, Asep Sudrajat⁵, Intan Widuri Sakti⁶

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama
Jl. Cikutra No. 204A, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

^{1*} dadan.sumantri@widyatama.ac.id

² yenny.maya@widyatama.ac.id

³ oktora.vogisari@widyatama.ac.id

⁴ nugraha.saefudin@widyatama.ac.id

⁵ asep.sudrajat@widyatama.ac.id

⁶ intan.sakti@widyatama.ac.id

Abstrak

Di dunia yang berubah dengan cepat, kebutuhan akan inovasi semakin meningkat dimana inovasi merupakan hal yang umum dalam pengembangan teknologi dan manajemen teknologi di semua organisasi, terlepas dari besar kecilnya ukuran perusahaan. Saat ini, secara umum disepakati bahwa inovasi adalah jalur kritis menuju pertumbuhan dan kemakmuran bagi perusahaan sehingga hal ini merupakan kunci untuk adopsi teknologi, kreasi, dan dapat menjadi faktor untuk meningkatkan produktivitas termasuk pada perusahaan UMKM. Salah satu UMKM di Kota Bandung yang bergerak di bidang kuliner adalah Dapur Enin. Dari hasil pengabdian yang dilakukan di Dapur Enin Bandung dapat disimpulkan bahwa PKM telah berjalan lancar dan memberikan pengaruh positif bagi Dapur Enin, berhasil membuat manajemen inovasi pada produk dan komunikasi pemasaran mereka, dan Dapur Enin sudah menjalankan hasil dari manajemen inovasi yang dilakukan dan terus dilakukan pengawasan dan evaluasi atas kinerja inovasi yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Manajemen Inovasi, UMKM, Pengabdian Kepada Masyarakat

Abstract

In a rapidly changing world, the need for innovation is increasing, and innovation is commonplace in technology development and technology management in all organizations, regardless of the company's small size. It is generally agreed that innovation is a critical path to growth and prosperity for companies, so this is the key to technology adoption and creation and can be a factor in increasing productivity, including in MSME companies. One of the SMEs in the city of Bandung, which is engaged in the culinary field, is the Enin Kitchen. From the results of the dedication carried out at Dapur Enin Bandung, it can be interpreted that PKM has been running smoothly and has had a positive influence on Dapur Enin, has succeeded in making innovation management in their products and marketing communications, and Dapur Enin has carried out the results of the innovation management that has been carried out and continues to be supervised, and evaluation of the innovation performance that has been carried out.

Keywords: Innovation, MSME, Community Service

I. PENDAHULUAN

Di dunia yang berubah dengan cepat, kebutuhan akan inovasi semakin meningkat dimana inovasi merupakan hal yang umum dalam pengembangan teknologi dan manajemen teknologi di semua organisasi, terlepas dari besar kecilnya ukuran perusahaan. Inovasi adalah langkah penerapan produk atau proses yang baru atau meningkat secara signifikan, pemasaran baru, atau metode organisasi dalam praktik bisnis (Talegeta, 2014). Inovasi secara luas dianggap sebagai keunggulan kompetitif terpenting yang memungkinkan perusahaan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis saat ini dimana inovasi dapat menghasilkan kemakmuran bagi organisasi dan negara (Febriatmoko et al., 2019).

Melakukan inovasi ke dalam operasi perusahaan dalam satu atau lain cara dapat dilihat sebagai mengambil bentuk baru; baik itu produk, sistem administrasi, teknologi atau program dengan tujuan meningkatkan kinerja (Bamfo & Kraa, 2019). Produk inovatif di pasar memiliki potensi yang lebih besar dalam hal peningkatan perolehan produktivitas (Hanaysha et al., 2022). Dipercayai bahwa inovasi proses secara apriori diharapkan memiliki efek positif yang lebih menonjol pada produktivitas karena memiliki hubungan langsung dalam pengurangan biaya (Bamfo & Kraa, 2019). Perubahan dalam proses organisasi dan inovasi pemasaran, masing-masing, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan dan produktifitas.

Identifikasi peluang inovasi melibatkan pengenalan terhadap peluang baru untuk mengembangkan produk, layanan, atau proses yang dapat memberikan nilai tambah kepada organisasi. Ini dapat melibatkan pemantauan tren industri, analisis pasar, dan pemahaman terhadap perubahan kebutuhan pelanggan. Selain itu manajemen inovasi harus melalui melibatkan penelitian mendalam, eksperimen, dan pengembangan konsep inovatif. Tim R&D berfokus pada menghasilkan solusi baru, menguji prototipe, dan merancang fitur atau komponen yang akan membedakan inovasi dari produk atau layanan yang sudah ada. Dari hasil yang telah dilakukan harapannya, dari kegiatan inovasi bisa mendukung kegiatan pemasaran, memberikan dampak kenaikan kinerja, dan secara berkelanjutan fungsi-fungsi manajemen bisa meningkat.

Ada beberapa sumber yang terjadi di perusahaan yang dapat mendorong terjadinya inovasi diantaranya (Yuningsih & Silaningsih, 2020):

1. Perbedaan antara permintaan dan penawaran. Di suatu negara yang mempunyai budaya tertentu bisanya jika penawaran barang atau produk tidak sesuai dengan kondisi permintaan yang ada, maka kejadian ini bisa memunculkan sebuah inovasi.
2. Penciptaan permintaan karena kecenderungan (trend). Adanya kecenderungan pola hidup masyarakat disuatu negara yang menyukai produk yang instan maka muncullah produk –

- produk lain yang mengikuti trend tersebut.
3. Perubahan (change). Setiap perubahan pasti diikuti oleh sang motivator untuk dimanfaatkan, misalnya perubahan ekonomi, perubahan teknologi, perubahan sosial.
 4. Masalah yang belum terpecahkan dalam jangka waktu yang lama. Terkadang masalah yang diselesaikan dengan cara pemikiran kreatif saja belum tentu bisa memecahkan masalah dalam jangka waktu yang atau dapat menghilangkan masalah.
 5. Inovasi yang ditujukan untuk mengganti inovasi produknya sendiri. Hampir sebagian besar industri berteknologi tinggi menggunakan prinsip ini agar produknya bisa diganti dengan produk yang baru diluncurkan sehingga masih bisa menjadi pemimpin pasar

Saat ini, secara umum disepakati bahwa inovasi adalah jalur kritis menuju pertumbuhan dan kemakmuran bagi perusahaan sehingga hal ini merupakan kunci untuk adopsi teknologi, kreasi, dan dapat menjadi faktor untuk meningkatkan produktivitas termasuk pada perusahaan UMKM. Pada perkembangan yang terbaru UMKM sangat terpengaruh pada kolaborasi antara praktik inovasi dan pemanfaatan potensi lapangan kerja yang sangat besar (Khurana et al., 2021). Apalagi pada saat ini perekonomian nasional yang berangsur membaik sehingga peningkatan dan pemulihan harus terus dibantu

pemerintah daerah agar segera bangkit setelah dihantam pandemi Covid-19 dimana inovasi bagi pelaku usaha menjadi kunci dalam mempertahankan bisnisnya (Pramana, 2019). UMKM juga memiliki peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja di pedesaan (Gunawan & Idris, 2022). Inovasi harus memberikan jalan keluar terkait perubahan perilaku konsumen, dimana para pelaku usaha dapat mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan perubahan ini agar tetap relevan bagi pasar dan pelanggan. Inovasi tidak harus mengeluarkan dana yang besar, tetapi para pelaku usaha bisa merealisasikan praktek inovasi dengan melihat apa yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat, sehingga menghasilkan produk yang secara minat beli tinggi.

Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-sehari sehingga akan selalu ada permintaan akan makanan (Adam & Alarifi, 2021). Hal ini menghasilkan peluang bisnis kuliner yang sangat potensial. Selain itu, UMKM di bidang kuliner dapat dimulai dengan modal uang yang kecil, bahkan di bawah Rp1 juta. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, subsektor kuliner di Indonesia menyumbang Rp455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) kreatif yang totalnya sebesar Rp 1.134,9 triliun pada tahun 2020 (Kencana, 2021). Ini berarti, subsektor kuliner

merupakan penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif. Selain itu, subsektor kuliner juga menyerap tenaga kerja paling banyak yakni 9.5 juta orang penduduk.

Salah satu UMKM di Kota Bandung yang bergerak di bidang kuliner adalah Dapur Enin. Dapur Enin didirikan pada tahun 2016 di Kota Bandung dimana fokus produk pada awal pendiriannya adalah berbagai menu rice bowl. Namun kini, seiring perkembangan perusahaan, Dapur Enin berhasil mengembangkan usahanya menjadi perusahaan catering yang dapat melayani pernikahan, gathering, sunatan, dan juga melayani kebutuhan makan di berbagai perusahaan.

II. METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kepada Mitra dalam hal ini adalah Dapur Enin yang berada di Kota Bandung, menggunakan metode survey lapangan, wawancara, dan pemberian rekomendasi atas permasalahan yang terjadi di Dapur Enin. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dari bulan Mei 2023 hingga Juni 2023. Kegiatan PKM ini diharapkan bisa berdampak bagi peningkatan produk dibandingkan dengan penjualan sebelumnya (Fajar Zulfahri et al., 2022).

Berikut adalah alur PKM yang telah dilakukan:

1. Persiapan

Pada tahap ini, tim PKM perlu merumuskan tujuan, sasaran, dan lingkup kegiatan pengabdian. Selain itu tim PKM juga perlu melakukan

perencanaan secara keseluruhan, termasuk alokasi sumber daya, pengaturan jadwal, dan pemilihan metode yang akan digunakan dalam pengabdian. Tim PKM melakukan proses pencarian Mitra pengabdian dimana tim PKM melakukan seleksi atas hasil data yang diperoleh. Setelah itu, tim PKM menghubungi mitra yang telah ditentukan untuk melakukan survey awal.

Tahapan persiapan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan dan efektivitas seluruh proses pengabdian. Tahap ini melibatkan beberapa langkah yang perlu dijalankan dengan seksama guna memastikan bahwa pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan dampak yang positif.

Beberapa langkah yang dapat diambil pada tahapan ini adalah mendefinisikan secara jelas tujuan dari kegiatan PKM ini dimana tujuan ini haruslah spesifik, terukur, relevan, dapat dicapai, dan memiliki batas waktu tertentu. Selanjutnya pada tahapan persiapan ini tim PKM dapat menentukan lingkup kegiatan yang akan dilakukan dimana hal ini mencakup pemilihan area atau lokasi di mana pengabdian akan dilaksanakan, serta jenis kegiatan yang akan dilakukan seperti pelatihan, penyuluhan, pengembangan infrastruktur, atau kegiatan lainnya.

Selanjutnya, tim PKM juga dapat melakukan menjadwalkan kegiatan termasuk diantaranya adalah merencanakan urutan kegiatan, durasi masing-masing kegiatan, serta waktu pelaksanaannya sehingga kegiatan akan terhindar dari tumpang tindih kegiatan, dapat mengoptimalkan pemanfaatan waktu, dan memastikan semua aspek tercover dengan baik.

2. Survey Lapangan

Kegiatan survey lapangan dilakukan dalam 2 tahap; tahap pertama adalah **pengidentifikasian aspek penting** yaitu melihat apakah data yang diperoleh oleh tim PKM sesuai dengan data dilapangan dan tahap yang kedua adalah **validasi dan verifikasi data** yaitu memastikan keakuratan data dengan membandingkannya dengan berbagai sumber informasi yang ada yang berasal dari keberjalanan usaha Mitra, melihat business process, melihat work flow kerja, dan melihat laporan-laporan yang ada di Mitra.

3. Wawancara

Proses yang selanjutnya adalah tim PKM melakukan wawancara kepada owner, kepala produksi dan kepala pemasaran untuk menggali lebih jauh sekaligus melakukan konfirmasi atas hasil survey yang sudah dilakukan sebelumnya. Proses wawancara ini dilakukan dengan beberapa langkah yaitu tim PKM telah membuat pertanyaan-pertanyaan relevan dengan tujuan pengabdian dan

dirancang untuk menggali informasi yang diperlukan. Pertanyaan yang dibuat bersifat terbuka sehingga dapat lebih efektif membuat Mitra berbicara lebih banyak tentang pengalaman dan pandangan mereka. Proses wawancara yang dilakukan juga dilakukan dengan pendekatan partisipatif yaitu melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan. Dengan pendekatan ini telah menciptakan ruang untuk mendengarkan mitra, menghargai pengalaman dan pandangan mitra, serta membangun rasa memiliki terhadap proses PKM.

4. Analisa

Setelah mendapatkan hasil dari survey lapangan dan wawancara, Tim PKM selanjutnya melakukan analisis atas data yang didapatkan. Tahap awal analisis melibatkan pemeriksaan data secara menyeluruh. Tim PKM memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan lengkap, akurat, dan konsisten. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa hasil analisis didasarkan pada informasi yang dapat diandalkan.

Hasil analisis ini juga telah divalidasi dengan mitra untuk membantu memastikan bahwa temuan dan interpretasi yang dibuat mencerminkan pemahaman yang akurat tentang situasi lokal. Atas permasalahan yang ada Tim PKM memberikan solusi yaitu memberikan

rekomendasi berupa manajemen inovasi.

5. Pemberian rekomendasi melalui pelatihan Manajemen Inovasi.

Tahapan pemberian rekomendasi merupakan langkah akhir dalam proses PKM, di mana tim PKM merumuskan solusi konkret dan praktis berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Rekomendasi ini haruslah mengarah pada langkah-langkah tindakan yang dapat diimplementasikan oleh masyarakat setempat untuk mengatasi permasalahan yang diidentifikasi. Pada tahapan ini rekomendasi haruslah didasarkan pada temuan dan hasil analisis yang telah dilakukan oleh tim PKM. Setiap rekomendasi harus memiliki dasar yang kuat dan dapat dijelaskan dengan baik kepada mitra yang dilayani. Selanjutnya rekomendasi yang diberikan telah disertai dengan langkah-langkah tindakan konkret yang dapat diikuti oleh mitra dimana rekomendasi mencakup penjelasan mengenai apa yang perlu dilakukan, siapa yang bertanggung jawab, waktu pelaksanaan, dan langkah-langkah implementasi yang lebih detail. Tahapan pemberian rekomendasi adalah titik akhir dari upaya pengabdian kepada masyarakat. Rekomendasi yang baik mengarah pada langkah-langkah nyata yang dapat membawa perubahan positif dalam masyarakat. Penting untuk memastikan bahwa rekomendasi ini

disusun dengan hati-hati, didasarkan pada analisis yang akurat, dan melibatkan partisipasi masyarakat dalam seluruh proses. Pada tahapan pemberian rekomendasi diikuti langsung Owner dari Dapur Enin beserta para staff di bagian Keuangan, Pemasaran, Produksi dan Pengadaan. Pemberian pelatihan dilakukan atas 3 tahapan yaitu penyusunan materi pelatihan manajemen inovasi, melakukan pelatihan manajemen inovasi selama 1 hari, dan pendampingan terhadap Mitra pada saat melakukan implementasi manajemen inovasi.



Gambar 1. Dokumentasi Tim PKM beserta Owner Dapur Enin

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan yang dilakukan memberikan rekomendasi manajemen inovasi atas beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Inovasi pada produk

Inovasi pada produk Mitra, dalam hal ini produk catering, diharapkan melalui proses kreatif dan strategis untuk mengembangkan konsep dan pengalaman yang unik sehingga bisa menarik bagi pelanggan. REkomendasi

yang diberikan merupakan proses inovatif dan telah sesuai dengan hasil analisis yang didapatkan. Rekomendasi yang pertama adalah melakukan perubahan pada produk. Rekomendasi yang diberikan adalah Dapur Enin harus melakukan beberapa proses sertifikasi yaitu Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Laik Hygiene Sanitasi (SLHS). Dengan melakukan 2 proses sertifikasi ini diharapkan Dapur Enin dapat mencantumkan hasil sertifikasi pada kemasan produk yang dijual. Sehingga lebih jauh hal ini akan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat luas.

Selanjutnya rekomendasi tim PKM adalah merekomendasikan Dapur Enin untuk dapat membuat produk yang bisa masuk pada segment pasar baru, yaitu segment sekolah dan segment perusahaan. Dapur Enin diharapkan membuat produk yang bisa digunakan sebagai menu makan harian pada kedua segment tersebut. Persiapan yang harus dilakukan oleh Dapur Enin adalah selain kemasan yang dibuat khusus untuk makan siang rutin, juga Dapur Enin harus mempunyai beragam menu yang disesuaikan dengan harga jual. Dengan adanya produk ini diharapkan akan menghasilkan konsistensi penjualan bagi Dapur Enin.

2. Inovasi pada komunikasi pemasaran

Rekomendasi kedua yang diberikan kepada Dapur Enin adalah merekomendasikan perbaikan pada saluran komunikasi pemasaran. Selama

ini Dapur Enin dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan menggunakan 2 media yaitu menggunakan whatsapp dan media sosial Instagram.

Dengan perkembangan media digital yang pesat, Dapur Enin direkomendasikan menggunakan media tambahan. Dapur Enin dapat menggunakan media tiktok sebagai media komunikasi yang baru. Selain itu, Dapur Enin direkomendasikan memperbaiki konten-konten yang di posting pada media sosial yang dimiliki. Konten yang diposting diharapkan bukan sekedar memberikan informasi tentang produk tapi juga menambahkan konten-konten edukasi, konten kekinian dan juga konten persuasi sehingga akan dapat meningkatkan engagement dengan para follower.

Sedangkan pada konten di media sosial tiktok, tim PKM merekomendasikan beberapa hal: membuat konten video dengan durasi singkat, melakukan upload konten video pada waktu prime time, menyertakan caption yang menarik, menggunakan backsound lagu yang sedang viral, dan melakukan kolaborasi dengan konten creator lainnya.

Selain itu, untuk menambahkan traffic, Dapur Enin dapat melakukan program affiliate marketing berupa endorse produk pada influencer atau

akun-akun dengan follower yang sama dengan pasar Dapur Enin.

Dari kedua rekomendasi itu kemudian Dapur Enin membuat program inovasi perubahan pada produk dan bagian promosi mereka. Persiapan dilakukan dengan skema pembuatan menu, pemilihan kemasan yang sesuai dan pencarian tenaga kerja baru yang akan mengelola kegiatan promosi mereka. Selain itu saat ini Dapur Enin sudah melakukan pengajuan untuk sertifikasi halal dan SLHS.

IV. PENUTUP

Dari hasil pengabdian yang dilakukan di Dapur Enin Bandung dapat disimpulkan beberapa hal:

1. PKM telah berjalan lancar dan memberikan pengaruh positif bagi Dapur Enin
2. Dapur Enin berhasil membuat manajemen inovasi pada produk dan komunikasi pemasaran mereka.
3. Dapur Enin sudah menjalankan hasil dari manajemen inovasi yang dilakukan dan terus dilakukan pengawasan dan evaluasi atas kinerja inovasi yang telah dilakukan.

Sebagai saran, Dapur Enin harus terus meningkatkan performa perusahaannya. Sebagai bahan pertimbangan, Dapur Enin dapat meningkatkan kemampuan dalam penggunaan media digital yang lebih luas baik dari sisi promosi, pembayaran hingga kepada sistem kinerja mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PkM mengucapkan terima kasih kepada, Yayasan Universitas Widyatama, Rektor Universitas Universitas Widyatama, LP2M Universitas Widyatama, Dekan Fakultas Universitas Widyatama, Dapur Enin Bandung dan semua pihak yang memberikan dukungan sehingga kegiatan PKM dapat Terselenggara dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, N. A., & Alarifi, G. (2021). Innovation practices for survival of small and medium enterprises (SMEs) in the COVID-19 times: the role of external support. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00156-6>
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- Fajar Zulfahri, A., Agung Wibowo, D., Robert Sirait, J., Wahyu Sholeha, E., Teknologi Informasi, J., Negeri Tanah Laut Jalan Yani KM, P. A., Panggung, D., & Selatan, K. (2022). SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENJUALAN PADA UMKM DI DESA BUMI JAYA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 53(2). <http://mediteg.politala.ac.id/index.php/mediteg>
- Febriatmoko, B., Hardiyanti, W., & Wulandari, S. (2019). Meningkatkan

- Kinerja Bisnis Lumpia Semarang Melalui Keunggulan Bersaing. *JBE*, 26(1).
- Gunawan, & Idris, M. (2022). MEKANISASI PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS DAN KUANTITAS KERAJINAN ANYAMAN ILUNG (EICHHORNIA CRASSIPES). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 7(1), 1–8.
<http://mediteg.politala.ac.id/index.php/mediteg>
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2022). Impact of Innovation Capabilities on Business Sustainability in Small and Medium Enterprises. *FIIB Business Review*, 11(1), 67–78.
<https://doi.org/10.1177/23197145211042232>
- Kencana, M. R. B. (2021, September 11). Inovasi Jadi Kunci UMKM Bertahan dari Hantaman Pandemi. <https://www.liputan6.com/>.
- Khurana, S., Haleem, A., Luthra, S., & Mannan, B. (2021). Evaluating critical factors to implement sustainable oriented innovation practices: An analysis of micro, small, and medium manufacturing enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 285.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125377>
- Pramana, E. (2019, November 19). Inovasi Produk UMKM jadi Kunci Tingkatkan Ekonomi Pasca Pandemi. *Jawapos.Com*.
- Talegeta, S. (2014). Innovation and Barriers to Innovation: Small and Medium Enterprises in Addis Ababa. *Article in Journal of Small Business and Enterprise Development*.

<https://www.researchgate.net/publication/349142456>

- Yuningsih, E., & Silaningsih, E. (2020). *MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*. Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Dadan Sumantri., S.E., M.M.



Staf pengajar di S1 Prodi Manajemen Universitas Widyatama; Studi D3 Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung; S1 Manajemen Universitas Indonesia Jakarta; S2 Magister Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Dr. Yenny Maya Dora, S.T., M.M.



Staf pengajar di Pasca Sarjana Universitas Widyatama; S1 Teknik Manajemen Dan Industri Universitas Pasundan Bandung; S2 Program Magister Manajemen Universitas Widyatama Bandung; S3 Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Padjadjaran Bandung.

Oktora Yogi Sari, S.SOS., M.T.



Staf pengajar di S1 Prodi Manajemen Universitas Widyatama; Studi D3 Program Ahli Administrasi Pendidikan Universitas Padjadjaran Bandung; S1 Administrasi Niaga Universitas Padjadjaran Bandung; S2 Magister Teknik dan Manajemen Industri Institut Teknologi Bandung.

Dr. Nugraha Saefudin, S.T., M.M.



Staf pengajar di Pasca Sarjana Universitas Widyatama; S1 Teknik Manajemen Industri Universitas Islam Bandung; S2 Magister Manajemen Universitas Padjajaran Bandung, S3 Doktoral Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Asep Sudrajat S.E, M.T.



Staf pengajar di S1 Universitas Widyatama; S1 Manajemen Universitas Islam Bandung; S2 Magister Teknik dan Manajemen Industri, Institut Teknologi Bandung.

Dr. Intan Widuri Sakti, S.T., M.M.



Staf pengajar di S1 Universitas Widyatama; S1 Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung; S2 Magister Manajemen Universitas Pasundan Bandung; S3 Doktoral Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.