

PENERAPAN STRATEGI PEMBINAAN SDM UNTUK MEMAKSIMALKAN MOTIVASI DAN KREATIVITAS KARYAWAN GUNA MENINGKATKAN PROFIT UMKM DI MASA PANDEMI

^{1*}Joko Purnomo, ²Fahri, ³Nadya Mustika Kansa S, ⁴Edy Santoso
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*jockypoer@gmail.com](mailto:jockypoer@gmail.com)

Abstrak

Pengabdian ini berjudul Penerapan Pembinaan Strategi SDM untuk Memaksimalkan Motivasi dan Kreativitas Karyawan Guna Meningkatkan Profit di Masa Pandemi pada UMKM di Wilayah Depok. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen tentang penerapan pembinaan strategi SDM untuk memaksimalkan motivasi dan kreativitas karyawan guna meningkatkan profit di masa pandemi yang berdampak pada kesejahteraan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai ilmu manajemen tentang motivasi dan kreativitas serta penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan pendampingan dalam manajemen dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota Depok khususnya pada masyarakat penggiat UMKM.

Kata Kunci: Manajemen, Motivasi, Kreativitas, UMKM, Kesejahteraan Masyarakat

Abstract

This service is entitled Application of HR Strategy Development to Maximize Employee Motivation and Creativity to Increase Profits in the Pandemic Period for MSMEs in the Depok Region. The general objective of this community service activity is to provide practical training and knowledge of management science regarding the application of HR strategy development to maximize employee motivation and creativity in order to increase profits during the pandemic which has an impact on the welfare and development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The method used is a survey method and direct delivery of material as well as simulations and discussions about management science about motivation and creativity as well as the application of Human Resource Management in the development of Micro, Small and Medium Enterprises that have an impact on people's welfare. The conclusion of this community service is that there will be assistance in management in the development of Micro, Small and Medium Enterprises in an effort to realize the welfare of the people of the city of Depok, especially the MSME activist community.

Keywords: Management, Motivation, Creativity, MSMEs, Public Welfare

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dan bisnis kecil sangat berkaitan namun ada beberapa perbedaan dari keduanya walaupun perbedaan itu sangat kecil. Perbedaan antara kewirausahaan dan bisnis kecil menurut Griffin dan Ebert, yang disebut wirausahawan adalah mereka yang menanggung resiko kepemilikan usahanya dengan pertumbuhan dan ekspansi sebagai tujuan utama. Pemilik usaha bisnis kecil seringkali mencirikan sebagai usahawan namun banyak yang tidak memiliki keinginan untuk memperluas bisnisnya seperti yang dilakukan

wirausahawan sejati Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang memberikan kontribusi signifikan dalam memacu perekonomian di Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berasal dari industri keluarga atau rumahan serta daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil.

Selain itu, UMKM adalah salah satu bentuk usaha yang dalam krisis ekonomi dapat bertahan, seperti yang pernah terjadi di Indonesia dan sebagai salah satu program

pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia untuk terus berkembang dan maju. Agar UMKM dapat terus berkembang dan maju tentunya memerlukan suatu strategi yaitu dengan memperkuat peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga dapat menjadi solusi yang nyata dalam mengatasi pengangguran. Namun karena banyaknya persoalan, secara kasat pertumbuhan kualitas UMKM kurang mengalami perubahan yang berarti. Persoalan yang dihadapi pelaku UMKM di antaranya adalah kurangnya pengetahuan dan kesadaran pentingnya perencanaan keuangan (Irawati, W., et al, 2019).

Awal tahun 2020 pandemi melanda negara Indonesia yaitu dengan merebaknya virus covid-19 yang menyebar luas ke seluruh negara Indonesia. Tidak sedikit para pekerja pabrik yang diputus hubungan pekerjaannya karena perusahaannya atau pabrik tempat pekerja mencari nafkah sudah tidak mampu lagi bertahan dalam memproduksi hasil olahan mereka. Penyebaran virus covid-19 juga memberikan dampak langsung yaitu penurunan secara signifikan pendapatan dari UMKM, walaupun banyak perusahaan atau pabrik yang gulung tikar tidak tertutup kemungkinan pelaku UMKM juga akan mengalami hal yang sama. Seperti yang telah disampaikan oleh Menteri Koperasi dan UMKM bahwa sekitar 47% pelaku UMKM akan berhenti berusaha dikarenakan penyebaran virus covid-19 yang telah menjadi sebuah pandemi di negara Indonesia.

Secara umum, khususnya dalam hal pengembangan sumber daya manusia pelaku UMKM juga menghadapi persoalan bagaimana cara mengembangkan usahanya dan mempertahankan pendapatan, khususnya saat pandemi sekarang ini.

Pengembangan motivasi pelaku UMKM sangat berpengaruh signifikan dalam menghasilkan produk yang mereka jalankan. Ada saatnya pelaku UMKM merasa menyerah dengan situasi pandemi yang berlangsung lama saat ini karena omset mereka jauh dibawah rata-rata sebelum terjadinya pandemi.

Melalui pembinaan yang dilakukan oleh kelompok PKM SDM diharapkan dapat mendorong semangat pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok agar mampu untuk melihat

peluang baru dalam pengembangan usaha mikro mereka dan memiliki daya saing dengan produk lainnya. Produk yang dihasilkan juga harus bertujuan pada pasar dan sudah tentu dalam rangka meningkatkan omset serta perekonomian pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok.

Dengan diselenggarakannya pembinaan tentang pengembangan sumber daya manusia pelaku UMKM diharapkan dapat memacu semangat dan kreativitas pelaku UMKM Jabar Depok agar dapat bertahan dimasa pandemi dan bahkan dapat mengembangkan usahanya sehingga menjadi lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Selain peningkatan motivasi kepada pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok, kami selaku kelompok PKM SDM Pasca Sarjana Universitas Pamulang juga memberikan penyegaran tentang peningkatan kreativitas sumber daya manusia yaitu dengan cara pembinaan kreativitas produk hasil olahan UMKM Jabar Juara Depok untuk lebih bervariasi lagi serta variasi transaksi penjualan secara *digital marketing*, yaitu dengan cara penggunaan *e-money* dalam proses transaksi keuangan UMKM Jabar Juara Kota Depok.

Kreativitas hasil olahan produk dan variasi transaksi penjualan dengan metode pembayaran digital kami tingkatkan kembali pengetahuan tentang penggunaan aplikasi pembayaran atau transaksi secara non tunai dengan menggunakan aplikasi qris yang sudah dijabarkan oleh Bank Jabar Banten (BJB). Dengan adanya aplikasi pembayaran secara non tunai maka diharapkan akan mengurangi beberapa resiko yaitu :

1. Mencegah penularan covid-19 saat pandemi
2. Mengurangi penggunaan uang palsu yang mungkin beredar di masyarakat
3. Meminimalisir kerusakan uang yang beredar di masyarakat

Selain pembinaan pengembangan motivasi dan kreativitas, kami kelompok PKM SDM Pasca Sarjana Universitas Pamulang juga memberikan pembinaan tentang inovasi produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok. Inovasi ini bertujuan agar produk hasil olahan UMKM Jabar Juara Kota Depok dapat bersaing dengan produk lainnya dan diharapkan dapat memberikan omset yang lebih baik dari

sebelumnya. Pembinaan inovasi hasil olahan UMKM Jabar Juara Kota Depok awalnya menemui kesulitan yaitu pelaku UMKM kurang memahami apa arti inovasi dan apa saja yang harus dilakukan agar hasil olahan produk mereka dapat diterima dan bersaing dengan produk luar negeri yang dengan kemasan beranekaragam warna, bentuk dan bahkan kata-kata ajakan untuk mengkonsumsinya.

Pembinaan inovasi yang dilakukan oleh kelompok PKM SDM berupa pandangan bahwa inovasi yang dimaksud tidak membutuhkan anggaran atau biaya yang besar, pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok diberikan pandangan tentang apa saja produk yang akan dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat sebagai hasil olahan berupa produk makanan atau minuman yang menarik untuk dikonsumsi dan sudah pasti tidak mengandung bahan kimia dengan kata lain menggunakan bahan alami.

Pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok harus pandai dalam menemukan kebutuhan pasar yang sesuai dengan kondisi pandemi saat ini. Pembinaan inovasi berupa pandangan situasi dan kondisi masyarakat saat ini yang sangat peduli dengan kebersihan dan kesehatan hasil olahan makanan atau minuman. Maka kelompok PKM SDM memberikan masukan bagaimana cara menghasilkan olahan makanan atau minuman yang enak namun memiliki kandungan bahan alami dan nilai gizi yang tinggi.

Pembinaan inovasi yang dilakukan oleh kelompok PKM SDM juga berupa masukan tentang bagaimana makanan atau minuman dikemas dengan desain yang menarik sehingga dapat membuat konsumen akan mengkonsumsi hasil olahan UMKM Jabar Juara Kota Depok. Pembinaan inovasi kepada pelaku UMKM berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengemas produk hasil olahan mereka agar dapat dipasarkan dan dapat bersaing dengan produk lainnya.

Pembinaan inovasi juga tidak hanya terbatas pada kemasan produk, tetapi pada strategi pemasaran dan pembinaan cara inovatif untuk tampilan bentuk fisik dan rasa dari produk olahan UMKM Jabar Juara Kota Depok.

Oleh karena itu pembinaan yang diberikan kepada pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok diharapkan dapat selalu kreatif dan tetap berinovasi dalam mempertahankan kelangsungan hidup UMKM saat krisis global pandemi ini.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kali ini dilaksanakan selama 3 hari yaitu pada tanggal 20 Oktober 2021 hingga 22 Oktober 2021, melalui teknik kombinasi online dan offline. Kegiatan online dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2021 dan 22 Oktober 2021 menggunakan aplikasi zoom yang melibatkan seluruh UMKM Kota Depok peserta JABAR JUARA dengan seluruh mahasiswa peserta PKM Universitas Pamulang. 11 Kegiatan offline dilakukan pada tanggal 21 oktober 2021 di gedung Balai Latihan Koperasi (BALATKOP) Kota Depok dengan melibatkan seluruh UMKM peserta JABAR JUARA Kota Depok yang disertai dengan kegiatan gelar produk UMKM.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Melalui *Offline* di *Balatkop*

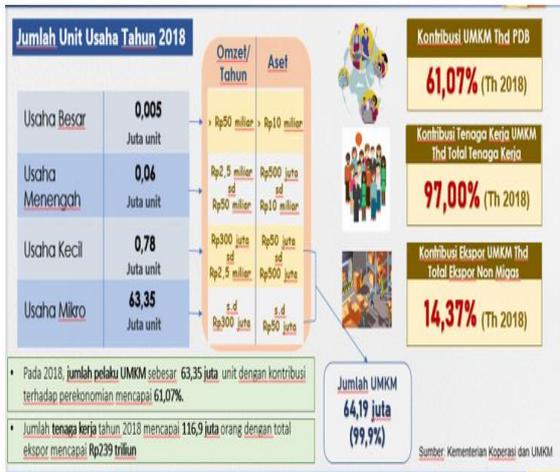
HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan salah satu subsektor penggerak ekonomi daerah dan merupakan tulang punggung ekonomi nasional sekaligus ujung tombak perputaran ekonomi dalam negeri. Adapun berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2018, Indonesia memiliki 64,19 juta usaha atau sekitar 99,99 persen dari total unit usaha yang tersebar di seluruh negeri. Dari angka 64,19 juta tersebut, usaha mikro masih yang terbesar, yakni 63,35 juta usaha (98,68 persen), disusul usaha kecil 783.132 usaha (1,22 persen), dan usaha menengah sebanyak 60.702 usaha (0,09 persen). Dari data tersebut sektor UMKM merupakan penyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. UMKM memberikan

kontribusi besar dalam pertumbuhan perekonomian nasional yang meliputi jumlah unit usaha, penyedia lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, pedapatan nasional, ekspor nonmigas dan investasi. Kapasitas UMKM dapat berperan secara maksimal jika dipengaruhi oleh iklim usaha yang menjamin kesetaraan dan kepastian usaha, perlindungan usaha, serta ketersediaan insentif untuk pengembangan usaha.

Dengan posisi seperti ini maka kontribusi UMKM terhadap sektor ekonomi, dalam artian PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia adalah sebesar 61.07%. Sementara jika dibandingkan dengan negara-negara anggota G-20 industri kecil-menengah memberikan kontribusi di bawah 25% dari total GDP.

Tabel 1. Jumlah Unit Usaha dan Peranan UMKM 2018



Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, bahwa struktur UMKM di bagi menjadi 4 (empat) kriteria, yaitu :

1. Usaha Besar, merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp. 10 miliar Rupiah dan omset diatas Rp. 50 miliar (pada tahun 2018 berjumlah 5.550 Unit)
2. Usaha Menengah, merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp. 500 juta hingga Rp. 10 miliar dan omset diatas Rp. 2,5 miliar hingga Rp. 5 miliar (pada tahun 2018 berjumlah 60.702 Unit)
3. Usaha Kecil , merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp. 50 juta hingga Rp. 500 juta dan omset diatas Rp. 300 juta hingga Rp. 2,5 miliar (pada tahun 2018 berjumlah 783.132 Unit)
4. Usaha Mikro, merupakan usaha yang memiliki aset maksimum Rp. 50 juta dan

omset maksimum sebesar Rp. 300 juta (pada tahun 2018 berjumlah 63.5 juta Unit)

Tabel 2. Kriteria Usaha

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia.

Tabel 3. Perkembangan UMKM Indonesia 2015-2018

Indikator	2015	2016	2017	2018
Jumlah UMKM (unit)	59.280.000	61.650.000	62.922.617	64.194.057
Tenaga Kerja (orang)	123.230.000	112.890.000	116.431.224	116.978.631
PDB Konstan (Rp. Triliun)	1.655,43	5.371,06	5.445,56	5.721,14
PDB harga Berlaku (Rp. Triliun)	6.228,29	7.009,28	7.820,28	8.573,89
Ekspor non migas (Rp. Triliun)	185,98	255,13	301,62	293,84
Investasi Harga Berlaku (Rp. Triliun)	1.818,75	2.057,97	2.377,41	2.564,54
Produktivitas UMKM per unit usaha (unit)	27.930.000	83.880.000	86.220.000	124.300.000
Produktivitas UMKM per Tenaga Kerja (unit)	13.430.000	45.830.000	46.500.000	68.320.000

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2018

Peranan UMKM ini berkontribusi dalam perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif serta kontribusinya dalam ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi (Tabel 3).

UMKM memiliki peranan yang sangat strategis untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia dimana UMKM telah mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi lainnya dari UMKM dalam penopang perekonomian Indonesia adalah 61,07% dari pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), 14,37% dari sisi ekspor non migas dan 60,42% penciptaan modal tetap/investasi.

Potensi UMKM ke depan dapat dipengaruhi oleh sisi internal dari UMKM dan eksternal (lingkungan). Potensi internal yaitu:

1. Jumlah UMKM yang besar merupakan modal dasar untuk berkontribusi lebih besar dalam perekonomian;
2. Struktur dan karakteristik organisasi, usaha dan pengelolaan UMKM yang cukup fleksibel memberi kemudahan untuk menyesuaikan dengan perubahan kapasitasnya, serta perubahan pasar dan perekonomian;
3. UMKM menghasilkan produk dan jasa dengan harga yang terjangkau masyarakat, sehingga berkontribusi dalam penguatan pasar domestik, khususnya dalam penyediaan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat;
4. Produk-produk UMKM sebagian besar memiliki kaitan yang kuat dengan sumberdaya dan budaya lokal, serta pengetahuan, keterampilan tangan dan pola kerja yang diwariskan secara turun-temurun. Penggunaan sumber daya lokal mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku impor; dan
5. Jumlah UMKM yang besar merupakan potensi untuk pengembangan keterkaitan usaha dalam skema rantai nilai dan rantai pasok sehingga efisiensi sistem produksi dan pemasaran dapat ditingkatkan.

Potensi Eksternal UMKM yaitu:

1. Kepastian hukum bagi pengembangan UMKM;
2. Kemudahan mendirikan usaha secara informal di Indonesia, khususnya pada skala mikro, menjadikan potensi penumbuhan wirausaha baru dan UMKM sangat besar;
3. Kemudahan untuk mendirikan usaha juga didukung dengan ketersediaan sumber daya alam dan skala permintaan yang besar (populasi penduduk yang besar);
4. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah, serta dukungan pemangku kepentingan lainnya; dan
5. Peningkatan proporsi penduduk usia produktif, yang disertai pendidikan dan keterampilan yang lebih tinggi, menjadi sumber tenaga kerja.

Berdasarkan penjelasan diatas melihat Potensi UMKM ditunjukkan oleh perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa domestik, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang

berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. Potensi UMKM akan dilihat dari perspektif dalam menciptakan

1. Potensi sumber pendapatan masyarakat (Jumlah Usaha/Perusahaan);
2. Potensi penanggulangan pengangguran (Jumlah Tenaga Kerja);
3. Potensi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB);
4. Potensi terhadap devisa negara;
5. Potensi Investasi

Dilihat dari potensi sumber pendapatan masyarakat yang berpendapatan rendah juga dapat menjalankan kegiatan ekonomi. Tak hanya pada saat kondisi normal dan stabil, UMKM terbukti mampu menghadapi krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1998 dan 2008. Kekuatan UMKM tersebut tidak terlepas dari perputaran transaksi yang cepat dan bersentuhan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat. Namun selain berpotensi besar menumbuhkan perekonomian nasional, UMKM di Indonesia masih dihadapkan dengan beragam tantangan khususnya dalam kualitas sumber daya manusia yang rendah, peran sistem pendukung yang kurang optimal, serta kebijakan dan peraturan yang kurang efektif.

Dalam kualitas sumber daya manusia masih banyak dari para pelaku UMKM yang belum bisa dikatakan bertahan dimasa pandemi karena masih kurang pengembangan dalam aspek peningkatan motivasi dan kreativitas dalam melakukan transaksi penjualan produk UMKM tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi saat ini dapat sangat membantu dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, dalam hal ini aspek kreativitas pelaku UMKM dapat bergerak dengan sangat cepat didalam perputaran ekonomi menuju kesejahteraan UMKM itu sendiri.

Peningkatan sumber daya manusia yaitu pengembangan motivasi dan kreativitas dapat membantu bertahan dimasa pandemi. Pengembangan motivasi dan kreativitas pelaku UMKM dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM antara lain :

1. Peningkatan profit pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok.
2. Peningkatan kualitas dan kesejahteraan pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok.

3. Faktor penentu mencapai kesuksesan dalam usaha UMKM di Indonesia.

Kondisi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tengah pandemi Covid-19 membutuhkan peran pemerintah untuk bertahan hidup. Untuk selamat dari pandemi, UMKM dalam negeri dituntut cepat beradaptasi agar usaha terus berjalan.

Era pandemi yang 'memaksa' semua orang untuk lebih banyak tinggal di rumah, mengharuskan pelaku usaha menyikapi pola berbelanja yang makin dipercepat menuju digitalisasi. Memasuki 2022 maka para pelaku usaha UMKM perlu pendampingan untuk segera menyesuaikan usahanya dengan yang serba digital termasuk proses pembayaran. Menurut data Bank Indonesia hingga saat ini baru 13% UMKM yang berbasis digital.

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Metode yang digunakan dalam peningkatan omset UMKM saat pandemi yaitu melalui pemberian motivasi dan kreativitas kepada pelaku UMKM Jabar Juara Depok.

Peningkatan motivasi, kreativitas dan inovasi pelaku UMKM Jabar Juara Kota Depok sangat layak dalam hal financial karena SDM merupakan faktor utama dalam menggerakkan kegiatan bisnis dibidang UMKM. Dengan peningkatan motivasi, kreativitas dan inovasi maka akan mempengaruhi peningkatan omset UMKM. Dengan meningkatnya kualitas SDM maka akan menciptakan antusiasme pasar terhadap hasil produk UMKM yang semakin kreatif dan inovatif. Dengan peningkatan kualitas SDM maka pengelolaan lingkungan pada UMKM akan dapat menjadi langkah strategis yang harus diambil karena kepedulian lingkungan tidak hanya berpengaruh kepada tingkatan internal lingkungan namun juga eksternal lingkungan yaitu pemulihan usaha ramah lingkungan.

Dengan peningkatan kualitas SDM UMKM sangat berpengaruh terhadap peningkatan omset disaat masa pandemi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 1999. Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi, Rajawali Press, Jakarta.
- Bakhshi, Hasan, Alan freeman and Peter Higgs. 2013. A Dynamic Mapping of The UK'S
- Dr. Hemy Suyatna. Dosen dan Kepala Pusat Kajian Pembangunan Sosial (SODEC) Departement PSdK Fisipol UGM; Surat kabar Kedaulatan Rakyat, Selasa 20 juni 2017
- Fandy Tjiptono, (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Guitman LJ, Z. C. (2012). Principles of Managerial Financial Global Edition 13th Edition. England:: Person Education Limited 2012.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 10-16.
- Iskandar, J. (2016). Indek dan Skala dalam Penelitian. Bandung: Puspaga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. Marketing Management, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1994. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2010. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Laudon, K. C. (2008). E-Commerce: business, technology. Person India.
- Mangkunegara. Dr. A. A Anwar Prabu. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. PT Remaja Rosdakarya. Bandung. 2011
- Peraturan Menteri Keuangan No. 32 Tahun 2018 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2019
- Ramdhani, A., & Ramdhani, M. A. (2017). Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik. Jurnal Publik, 11(1), 1-12.
- Rangkuti, Freddy. (2015). Riset Pemasaran. Cetakan kedua belas Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rhenal Kasali, Mimbidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning, Grtamedia Pustaka Umum, Jakarta 2007.

- Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001. Pemasaran Barang dan Jasa, Kanisius, Yogyakarta.
- Salim, Hengky Tjoan (2003): Kreativitas Dan Motivasi
- Sunarto, Andi. 2009. Seluk Beluk E-commerce. Panduan Bagi Pemula Untuk Menjual Produknya Melalui Internet. Jogjakarta: Garailmu.
- Sukirno, S. (2002). Teori Mikro Ekonomi. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: CV. Alfabeta .
- Sugiyono. (2013). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sedarmayanti. Prof. Dr. Hj. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT Refika Aditama. Bandung. 2016
- Akhimelita, Lita (2013). TEKNIK INDUSTRI ANALISA PERANCANGAN KERJA. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Diakses pada 23 Oktober 2021, dari <http://repository.kemdikbud.go.id/10202/1/TEKNIK-INDUSTRI-ANALISA-PERANCANGAN-KERJA-2.pdf>
- Hadari, Nawawi, 1997. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nadeak, B. (2019). Sejarah Teori Sumber Daya Manusia. Diakses pada 23 Oktober 2021, dari http://repository.uki.ac.id/1004/2/Pe_rtemuan_I.pdf.