

EDUKASI EKSPOR PADA UMKM KOTA DEPOK GUNA MENINGKATKAN KREATIFITAS DAN KOMPETENSI WIRAUSAHA

¹Vivi Iswanti Nursyirwan, ²Sasmita Sari Ardaninggar, ³Adi Martono
^{1,2,3}Program Studi Akuntansi S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
E-mail: dosen02226@unpam.ac.id

ABSTRACT

MSMEs or known as micro, small and medium enterprises are part of an important pillar of the economy of a country, including Indonesia. The author observes MSME problems, namely in terms of human resource management, especially from the competency side of MSME human resources. Practically, MSME HR competencies are important in today's competitive era. Without adequate HR competencies, MSMEs will be left behind or even inferior to other MSMEs. HR competencies are not only related to HR making products, but HR must also have other competencies, for example: product marketing competencies, business financial management competencies, product quality improvement competencies, and other competencies. MSMEs need to be trained to be able to start international-based marketing. Go-Export is part of international marketing that needs to be socialized to MSME actors so that MSME actors at least get knowledge, skills and in the end can form relevant attitudes to support their business performance. The results of our observations regarding UMKM in Depok City, many MSME actors have been able to adapt well to be able to grow, but on the other hand, we also find that many UMKM do not know "know-how", experience misunderstanding of managerial matters. Both HR management, financial management, and marketing management. Following up on this, MSME actors are needed who have the creativity and competence of MSMEs to be able to compete competitively. In this activity with the concept of community partnerships, we lecturers of the Bachelor of Accounting study program at Pamulang University have held an entrepreneurship development program for MSME partners who are members of the online market community. The number of business actors in this PKM is 25 SMEs. In this activity, the lecturers focused on providing limited knowledge on export education to those who are used to marketing products online. The focus on export education has also been accompanied by business assistance for MSME players. The results of the PKM activities show that the PKM participants are enthusiastic in receiving the knowledge provided by the lecturers, and the PKM participants have more knowledge of product export education, and the PKM participants receive business assistance to consult with MSME companions to increase their business creativity.

Keywords: Export Education, HR Competence, Business Creativity, MSME Competence

ABSTRAK

UMKM atau dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah adalah bagian dari pilar penting perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Penulis mengobservasi permasalahan UMKM yakni dari sisi manajemen sumber daya manusianya, khususnya dari sisi kompetensi SDM UMKM yang dimilikinya. Secara praktis, kompetensi SDM UMKM penting di era penuh persaingan seperti saat ini. Tanpa kompetensi SDM yang memadai maka UMKM akan tertinggal atau bahkan kalah dengan UMKM lainnya. Kompetensi SDM tidak hanya terkait saat SDM membuat produk saja, tetapi juga SDM harus memiliki kompetensi lain, misal: kompetensi memasarkan produk, kompetensi pengelolaan keuangan usaha, kompetensi peningkatkan kualitas produk, dan kompetensi lainnya. UMKM perlu dilatih untuk bisa memulai pemasaran berbasis internasional. Go-Ekspor merupakan bagian dari pemasaran internasional yang perlu di sosialisasikan kepada para pelaku UMKM agar pelaku UMKM setidaknya mendapatkan pengetahuan, kecakapan dan pada akhirnya dapat membentuk sikap yang relevan untuk menunjang performa usahanya. Hasil observasi kami berkaitan UMKM Kota Depok, para pelaku UMKM banyak yang sudah dapat beradaptasi dengan baik untuk dapat bertumbuh, akan tetapi di sisi lain, kami juga masih menemukan banyaknya UMKM yang belum mengetahui "know-how", mengalami ketidakpahaman atas hal-hal manajerial, baik manajemen SDM, manajemen keuangan, maupun manajemen pemasaran. Menindaklanjuti hal ini, diperlukan pelaku UMKM yang memiliki kreatifitas dan kompetensi UMKM untuk bisa bersaing secara kompetitif. Pada kegiatan berkonsep kemitraan

masyarakat ini, kami para dosen program studi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang telah menyelenggarakan program pengembangan kewirausahaan pada mitra UMKM yang tergabung dalam komunitas pasar online. Jumlah pelaku usaha pada PKM ini sebanyak 25 UMKM. Pada kegiatan ini, para dosen berfokus memberikan batasan pengetahuan pada edukasi ekspor kepada para mereka yang terbiasa memasarkan produk secara online. Fokus edukasi ekspor juga telah disertai dengan pendampingan usaha bagi para pelaku UMKM. Hasil kegiatan PKM menunjukkan peserta PKM antusias dalam menerima ilmu yang diberikan oleh para dosen, dan para peserta PKM memiliki pengetahuan lebih atas edukasi ekspor produk, serta para peserta PKM mendapatkan pendampingan usaha untuk berkonsultasi dengan pendamping UMKM guna peningkatan kreatifitas usahanya.

Kata Kunci: Edukasi Ekspor, Kompetensi SDM, Kreatifitas Usaha, Kompetensi UMKM

PENDAHULUAN

Dunia bisnis adalah dunia yang kompetitif. Arus globalisasi baik produk, layanan dan tenaga kerja di pasar bebas telah meningkatkan tekanan bagi bisnis untuk lebih kompetitif. Situasi ini mendorong perusahaan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif tersendiri. Untuk itu, inovasi baik produk dan layanan menjadi sangat penting. Dalam beberapa tahun terakhir, kreativitas telah menjadi bagian penting dari kehidupan organisasi. Mengingat kemunculan dan reproduksi kreativitas sebagai dispositif yang kuat (Reckwitz, 2018), “menjadi kreatif” bukan lagi pilihan tetapi keinginan dan keharusan yang mengakar pada saat yang sama, organisasi ingin menjadi kreatif, dan mereka harus melakukannya. Jadilah kreatif. Hal ini menjadi sangat jelas dalam apa yang disebut “industri kreatif” (Jones et al., 2016). Menurut (Manyika et al., 2016) ketika globalisasi semakin masif, hal ini bukan hanya dirasakan pada organisasi besar, berlevel multinasional ataupun start-up besar yang dapat memanfaatkan ekspansi arus global, namun juga pada peluang usaha kecil menengah (UKM) dan individu. Lingkungan bisnis yang terus berkembang dan berubah mengharuskan organisasi untuk memanfaatkan kreativitas dan kemampuan karyawan, yang pada akhirnya dimaksudkan untuk membuka jalan bagi kesuksesan kolektif secara berkelanjutan (Shaheen et al., 2020).

Menurut (Devloo et al., 2015) personil dapat memainkan peran penting dalam menciptakan dan menerapkan ide-ide baru untuk mempertahankan kesuksesan bisnis. UMKM atau dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah adalah pilar terpenting dalam perekonomian nasional Indonesia saat ini, baik ditinjau dari aspek jumlah usahanya yang beragam, penyerapan tenaga kerja, dan juga kontribusi terhadap perekonomian nasional (Efridiyanti & Cerya, 2021).

Sebanyak 65,47 juta unit UMKM atau 99,99% dari total unit usaha di Indonesia adalah UMKM. UMKM juga berkontribusi terhadap PDB sebesar Rp 7.034,1 triliun pada 2019, meningkat 22,9% dari tahun sebelumnya. Dari sisi ekspor, nilai ekspor non-migas (UMKM) tercatat sebesar Rp 339,2 triliun pada 2019, meningkat 15,43% dibandingkan tahun 2018. Sebanyak Rp 1.827,9 triliun atau 84,35% dari total ekspor nonmigas berasal dari usaha besar. Nilai ekspor non-migas dari usaha mikro mencapai Rp 30,3 triliun pada 2019, meningkat 21,13% dibandingkan tahun sebelumnya. Nilai ekspor non-migas dari usaha kecil sebesar Rp 56,4 triliun pada 2019, meningkat 19,76% dari tahun 2018. Nilai ekspor non-migas dari usaha menengah sebesar Rp 252,5 triliun pada 2019, meningkat 13,87% dibandingkan pada 2018.

Ekspor merupakan pengiriman barang atau komoditas yang diperdagangkan ke luar negeri, atau barang-barang yang dikirimkan ke luar negeri. Berdasarkan UU No.7 Tahun 2014, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Daerah pabean adalah suatu bagian wilayah dari Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, wilayah perairan dan ruang udara di atasnya, juga meliputi tempat-tempat tertentu yang ada dalam Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) serta landas kontinen. Ekspor terkait erat dengan pertumbuhan ekonomi negara, semakin tinggi aktivitas ekspor maka iklim investasi dan pertumbuhan ekonomi semakin baik. Dalam rangka meningkatkan ekspor negara, perusahaan memberikan kemudahan dalam regulasi dibandingkan aktivitas impor. Pajak ekspor hanya dikenakan pada beberapa komoditas, seperti rotan, kayu, crude palm oil, kulit. Aktivitas ekspor terbagi menjadi dua, yaitu ekspor langsung (tanpa perantara) dan ekspor tidak langsung (dengan perantara). Saat ini Pemerintah Indonesia mendorong dan memfasilitasi para UMKM untuk melakukan ekspor. Target pemerintah Indonesia adalah menjadikan Indonesia sebagai eksportir nomor 1 di Asia Tenggara bahkan Asia. Adapun tujuan dan manfaat ekspor, diantaranya: mengendalikan harga produk, menumbuhkan industri dalam negeri, menambah devisa negara, memperbanyak lapangan pekerjaan, serta survive saat krisis.

Observasi penulis berkaitan dengan permasalahan pada UMKM adalah dari sisi manajemen sumber daya manusianya, khususnya dari sisi kompetensi SDM UMKM yang dimilikinya. Secara praktis, kompetensi SDM UMKM menjadi penting di era dimana persaingan usaha antar pemilik usaha demikian kompetitif dan laju perkembangan teknologi digital berkembang pesat. Tanpa kompetensi SDM yang memadai maka UMKM akan tertinggal atau kalah dengan UMKM lainnya. Kompetensi SDM tidak hanya terkait saat SDM membuat produk saja tetapi juga SDM harus memiliki kompetensi lainnya, kompetensi dalam memasarkan produk, kompetensi dalam pengelolaan keuangan usaha, kompetensi dalam peningkatan kualitas produk, dan kompetensi lainnya sehingga masyarakat bisa mengakses buah dari kreatifitas dan pemasaran serta kompetensi yang melekat pada diri suatu UMKM tersebut. Pemasaran produk pun yang dimaksud dalam era disruptif sekarang ini juga tidak hanya terfokus pada pemasaran skala nasional. UMKM perlu dilatih untuk bisa memulai pemasaran berbasis internasional.

Go-Ekspor merupakan bagian dari pemasaran internasional yang perlu di sosialisasikan kepada para pelaku UMKM agar pelaku UMKM setidaknya mendapatkan pengetahuan, kecakapan dan pada akhirnya dapat membentuk sikap yang relevan untuk menunjang performa usahanya.

Penulis telah melakukan observasi pada pelaku UMKM Kota Depok, hasil observasi kami menjelaskan bahwa para pelaku UMKM banyak yang sudah dapat beradaptasi dengan baik untuk dapat bertumbuh, akan tetapi di sisi lain, kami juga masih temukan banyak UMKM yang belum mengetahui "*know-how*", mengalami ketidakpahaman atas hal-hal manajerial, baik manajemen SDM, manajemen keuangan, maupun manajemen pemasaran. Hal ini juga sejalan dengan literatur yang diungkap oleh (Dhamayantie, 2017) yang menyebutkan bahwa rendahnya kinerja yang dihasilkan UMKM di Indonesia disebabkan rendahnya kualitas sumber daya manusia. Rendahnya kualitas SDM ditunjukkan dengan masih rendahnya pengembangan dan penguasaan ilmu pelaku UMKM dibidang manajemen, organisasi, teknologi, pemasaran dan kompetensi lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha. Menindaklanjuti hal ini, diperlukan

pelaku UMKM yang memiliki kreatifitas dan kompetensi UMKM untuk bisa bersaing dalam industri.

Literatur mengungkap bahwa kreatifitas UMKM dan Kompetensi Wirausaha merupakan hal-hal substansial yang menjadi kata kunci bagi kemajuan UMKM. 2 hal ini bukanlah hal yang stabil, melainkan dua hal yang sangat dinamis. Gagasan kegiatan yang akan kami lakukan merupakan hasil studi pada beberapa penelitian sebelumnya (Barazandeh et al., 2015) yang menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat berkontribusi pada kinerja UMKM. Oleh karena itu dibutuhkan pelaku UMKM yang memiliki kompetensi memadai untuk meningkatkan daya saingnya. Komponen yang berakar dari latar belakang wirausaha (seperti sifat, kepribadian, sikap, citra diri, dan peran sosial). Komponen yang dapat diperoleh pada pekerjaan atau melalui teori atau pembelajaran praktis (seperti keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman).

Menurut (Kaur & Bains, 2013) kompetensi adalah sejumlah pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan selama hidup untuk keefektifan kinerja dalam tugas atau pekerjaan. Menurut (Ng & Kee, 2013) kompetensi yang harus dimiliki oleh UMKM idealnya adalah kompetensi wirausaha (fokus pada peluang bisnis dan penciptaan nilai), kompetensi manajerial (fokus pada manajemen manusia dan kompleksitas perencanaan, pengorganisasian, koordinasi dan pengawasan yang efektif), dan kompetensi teknikal (fokus pada ilmu dan teknologi, dan inovasi kebutuhan pelanggan).

Kompetensi kewirausahaan menunjukkan kemampuan untuk mengamati lingkungan untuk memilih peluang menjanjikan dan memformulasi strategi, sementara kompetensi manajerial memerlukan keterampilan konseptual, interpersonal dan teknikal. Mengingat pentingnya aspek kompetensi wirausaha pada pelaku UMKM, maka solusi yang kami tawarkan pada kegiatan PKM ini adalah pendampingan usaha pada pelaku UMKM guna membangun kreatifitas dan kompetensi wirausaha. Kegiatan ini kami inisiasi agar UMKM dapat naik kelas. Pada kegiatan pengembangan masyarakat ini, kami para dosen program studi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang telah menyelenggarakan program pengembangan kewirausahaan pada UMKM yang tergabung dalam komunitas pasar online. Jumlah pelaku usaha pada PKM ini sebanyak 25 UMKM. Kami batasi terlebih dahulu jumlah ini, mengingat kami perlu fokus pada audience yang kami dampingi guna meninjau ulang efektifitas kegiatan.

Komunitas pasar online merupakan bagian dari komunitas sahabat Quran yang juga memiliki usaha berbentuk UMKM. Komunitas pasar online ini adalah para pelaku UMKM dengan produk dan layanan yang beragam, yang memfokuskan pada usahanya pemasaran online. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, para dosen prodi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang memberikan batasan pengetahuan pada edukasi ekspor kepada para mereka yang terbiasa memasarkan produk secara online. Fokus edukasi ekspor juga juga disertai dengan pendampingan usaha bagi para pelaku UMKM agar setelah acara kegiatan PKM dilakukan, para pelaku UMKM tetap akan dapat berkonsultasi usaha, sehingga kreatifitas dan kompetensi UMKM dapat benar-benar terwujud.

METODE

Kegiatan berbasis pengabdian kepada masyarakat ini mengusung skema kemitraan masyarakat, dilakukan oleh tim dosen program studi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang, yang terdiri dari Ibu Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.M.M sebagai ketua pengusul, Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E., M.Sc sebagai narasumber, serta Bpk Adi Martono, S.T.,M.M sebagai fasilitator. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada komunitas pasar online dibawah naungan Sahabat Quran, dengan bertempat pada aula Saqu-Sawangan, Depok. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan, diantaranya: Edukasi Ekspor, dan Pendampingan Usaha. Audience diberikan edukasi berkaitan dengan kompetensi SDM, dan kreatifitas, serta edukasi ekspor, dan telah diberikan kegiatan pendampingan usaha dalam bentuk pendampingan perizinan usaha. Sebelum kegiatan PKM, peserta diberikan pre-test guna mengukur aspek kompetensi audience sebelum acara, serta setelah acara juga peserta diberikan post-test untuk mengukur efektifitas edukasi dan pendampingan yang diberikan. Kegiatan berlangsung pada hari ahad, 12 maret 2023. Mitra kegiatan ini adalah komunitas pasar online dibawah naungan sahabat Quran. Komunitas ini adalah komunitas yang juga terdiri dari pelaku UMKM yang telah berfokus pada pemasaran secara online. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga (3) bagian, diantaranya:

- a. **Tahap Pendahuluan**, adalah tahapan *fact-finding* apa yang menjadi kebutuhan mitra pengabdian. Tahap ini merupakan tahapan mencari kebutuhan apa yang menjadi masalah mitra, apa tantangan yang dihadapi mitra, serta apa saja analisis kebutuhan spesifik yang diharapkan mitra.
- b. **Tahap Pelaksanaan**, Tahapan ini terdiri dari **pelaksanaan pra kegiatan**, dan **pelaksanaan saat kegiatan**. Tahapan pelaksanaan pra kegiatan adalah tahapan merumuskan formulasi kegiatan apa yang relevan untuk menjawab masalah mitra. Pada tahapan ini para dosen melakukan *brainstorming* berkaitan formulasi praktis apa yang relevan bagi mitra, dan dapat di tindaklanjuti oleh *resources* dosen. Untuk tahapan pelaksanaan saat kegiatan adalah: tahapan melakukan edukasi berdasarkan hasil *brainstorming* oleh para dosen. Tahapan ini adalah tahapan implementasi praktis kegiatan PKM yang dilakukan. Kegiatan PKM dilaksanakan secara padat dalam 1 hari, kegiatan 1 hari adalah kegiatan edukasi dan pendampingan usaha secara singkat. Untuk pendampingan usaha secara berkelanjutan dapat dilakukan setelah kegiatan acara PKM. Tahapan pelaksanaan saat kegiatan dilakukan secara kolaboratif diantara dosen-dosen prodi Akuntansi S-1 Universitas Pamulang, diantaranya: Ibu Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.,M.M., Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E.,M.Sc., selaku narasumber dan Bpk.Adi Martono selaku fasilitator kegiatan.

Kegiatan PKM ini juga melibatkan juga konsultan pendamping UMKM Ibu Yuliana Dewi sebagai narasumber yang bertugas mendampingi pelaku UMKM terkait perizinan usaha. Perizinan usaha merupakan bagian dari kendala yang menjadi momok bagi para pelaku UMKM. Kami inisiator menginisiasi hal ini agar para pelaku UMKM dapat merasakan mudahnya mengakses legalitas usaha. Harapannya, semakin banyak pelaku usaha yang berizin, dan mudah dalam mendapatkan legalitas, aspek kognisi, *skill* dan *attitude* yang relevan atas performa usaha pelaku bisnis semakin kompetitif.

Kegiatan abdimas ini juga telah melibatkan 2 mahasiswa prodi S-1 Akuntansi, yakni sdri. :Nur Kamaliah, dan sdri. Annisa Azka Afdaliya dengan. 2 Mahasiswa yang

terlibat ini diikuti dalam membantu dosen untuk secara praktis membantu tahapan pelaksanaan saat kegiatan.

- c. **Tahap Evaluasi**, tahapan ini merupakan tahapan monitoring efektifitas kegiatan yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan bertajuk pengabdian kepada masyarakat ini telah dilakukan oleh para Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Program Sarjana dengan memberikan edukasi ekspor dan pendampingan usaha kepada para peserta PKM. Kegiatan ini melibatkan setidaknya 33 peserta PKM, baik terdiri dari dosen, mahasiswa, dan para peserta PKM dibawah naungan Komunitas Pasar Online Sahabat Daqu Kota Depok.

Pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada hari ahad, 12 maret 2023. Kegiatan selama 1 hari ini berupa pemberian materi secara padat terkait edukasi ekspor, serta pendampingan usaha oleh pendamping UMKM, Ibu Yuliana Dewi. Pendamping UMKM juga telah berkomitmen untuk melanjutkan pendampingannya setelah acara selesai. Hal ini dilakukan guna membantu keberlanjutan pendampingan usaha para pelaku UMKM dibawah naungan Komunitas Pasar Online Sahabat Daqu Kota Depok.

Selama acara berlangsung, peserta PKM sangat antusias dalam memerhatikan materi edukasi yang disampaikan oleh para narasumber. Peserta merasa menerima pengetahuan lebih terkait ekspor yang diawali dengan pemikiran yang cukup rumit, namun melalui edukasi ekspor para peserta merasakan bahwa ekspor dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM meskipun tidak dapat scope yang besar. Adanya antusiasme dari para peserta PKM merupakan hal positif yang civitas akademika rasakan dalam semangat berbagi kebermanfaatn dengan lingkungan sekitar. Para dosen sebagai civitas akademika merasa perlu mengembangkan kegiatan pengabdian masyarakat yang benar-benar dapat dirasakan kepada mitra sasarannya.



Gambar 1- Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E.,M.Sc sedang menyampaikan materi PKM terkait Edukasi Ekspor



Gambar 2- Pendampingan UMKM Kota Depok bersama Ibu Yuliana Dewi



Gambar 3-Foto bersama dengan para peserta PKM

KESIMPULAN

Kesimpulan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, diantaranya:

1. Peserta PKM antusias dengan materi edukasi ekspor yang dirasa perlu untuk ditumbuhkan dalam lingkungan usaha mereka.
2. Peserta PKM merasa terbantu dengan adanya pendampingan usaha, sehingga masalah waktu dan izin usaha dapat dilanjutkan setelah acara PKM berlangsung.
3. Kreatifitas usaha pada para pelaku usaha dapat distimulus melalui kegiatan pengabdian masyarakat, karena adanya peningkatan pengetahuan.
4. Kompetensi wirausaha dapat dihadirkan melalui penekanan pada aspek *knowledge* para pelaku usaha.

SARAN

1. Kegiatan akan datang perlu menekankan aspek kompetensi lainnya, seperti: peningkatan *skill*, dan *attitude* peserta PKM terkait kompetensi wirausaha
2. Kegiatan akan datang perlu di stimuli untuk peningkatan kreatifitas pelaku usaha UMKM.
3. Kegiatan akan datang perlu menindaklanjuti materi edukasi ekspor selanjutnya.
4. Kegiatan akan datang juga perlu menindaklanjuti strategi pemasaran agar para pelaku usaha meningkat volume penjualannya (Nursyirwan et al., 2020)
5. Kegiatan akan datang juga perlu untuk menekankan pada startegi pemasaran digital melalui layanan e-commerce (Andita et al., 2022)

DAFTAR PUSTAKA

- Andita, A., Wulaningsih, E., Arip, M. S., Adawiyah, N. H., Ela, S., Masjum, R., Manajemen, M., Pascasarjana, P., & Pamulang, U. (2022). Berwirausaha Melalui Digital Marketing Terutama Marketplace Bagi Siswa Di Smk Satria Kembangan. 3(1), 1–8.
- Barazandeh, M., Parvzian, K., Alizadeh, M., & Khosravi, S. (2015). Investigating the effect of entrepreneurial competencies on business performance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data). *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5, 1–12.
- Devloo, T., Anseel, F., De Beuckelaer, A., & Salanova, M. (2015). Keep the fire burning: Reciprocal gains of basic need satisfaction, intrinsic motivation and innovative work behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(4), 491–504.
- Dhamayantie, E. (2017). Kewirausahaan Untuk Meningkatkan. 11(1), 80–91.
- Efridiyanti, M., & Cerya, E. (2021). Faktor-Faktor Penentu Produktivitas UMKM Songket. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 389–404.
- Jones, C., Svejenova, S., Pedersen, J. S., & Townley, B. (2016). Misfits, mavericks and mainstreams: Drivers of innovation in the creative industries. In *Organization Studies* (Vol. 37, Issue 6, pp. 751–768). Sage Publications Sage UK: London, England.
- Kaur, H., & Bains, A. (2013). Understanding the concept of entrepreneur competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(11), 31–33.
- Manyika, J., Lund, S., & Bughin, J. (2016). *Digital Globalization: The New Era Global Flows*. McKinsey Global Institute.
- Ng, H. S., & Kee, D. M. H. (2013). Effect of entrepreneurial competencies on firm performance under the influence of organizational culture. *Life Science Journal*, 10(4), 2459–2466.
- Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Septiningrum, L. D., Gustiasari, D. R., & Hasan, J. M. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 238–244.
- Reckwitz, A. (2018). *The invention of creativity: Modern society and the culture of the new*. John Wiley & Sons.
- Shaheen, K., Waheed, A., & Hashmi, W. H. (2020). Extrinsic rewards and creative performance syndrome : The mediating mechanism and interacting effects. *Thinking Skills and Creativity*, 38(April), 100713. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100713>