

# Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat (Good Management Practices Towards Independent and Productive Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in East Bulak Village, Cipayung Village, Depok City, West Java)

Bernadin Dwi Mardiatmi<sup>1\*</sup>, Anita Nopiyanti<sup>2</sup>, Anggi Angga Resti<sup>3</sup>

Fakultas Bisnis dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta<sup>1,2,3</sup>

[bernadindwim@upnvj.ac.id](mailto:bernadindwim@upnvj.ac.id)<sup>1\*</sup>, [anita.nopiyanti@upnvj.ac.id](mailto:anita.nopiyanti@upnvj.ac.id)<sup>2</sup>, [anggianggaresti@upnvj.ac.id](mailto:anggianggaresti@upnvj.ac.id)<sup>3</sup>



## Riwayat Artikel

Diterima pada 19 Oktober 2021

Revisi 1 pada 3 November 2021

Revisi 2 pada 13 November 2021

Revisi 3 pada 18 November 2021

Revisi 4 pada 21 November 2021

Revisi 5 pada 4 Januari 2022

Revisi 6 pada 24 Februari 2022

Disetujui pada 25 Februari 2022

## Abstract

**Purpose:** to provide education to MSME business actors on good management practices in managing and determine MSME management models that can realize good management practices as an effort to improve MSME management performance. This management model contains aspects of company management, namely marketing management, production management, financial management, and human resource management.

**Method:** The method used is to provide education and literacy about good managerial practices. The material provided includes general management and human resources, production management, financial management, and marketing management. In measuring the level of understanding of participants before giving the material and filling out the post-test after the material is given. In addition, questionnaires were filled out to develop participants' understanding of good management practices using analytical indexes.

**Results:** The result of this study is an increase in understanding of management practices as seen from the increase in the average pre-test of 5.56, increasing in the post-test to 7.31. MSMEs actors understand the material provided on general management and human resources, production management, financial management, and marketing management. Based on the index analysis, the participants' level of understanding of the material on human resource management, marketing management, production management, and financial management is in the high category.

**Conclusions:** Educational and literacy activities about good management practices can increase partners' knowledge about aspects of business management and can put this knowledge into practice in business progress.

**Keywords:** MSMEs, Education, Literacy, Management Performance

**How to cite:** Mardiatmi, B, D., Nopiyanti, A., Resti, A, A. (2022). Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 119-131.

## 1. Pendahuluan

Era globalisasi ditandai dengan banyaknya berbagai teknologi, model bisnis baru, *platform*, dan inovasi-inovasi lainnya bisa menjadi sebuah peluang sekaligus tantangan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Indonesia untuk mampu meningkatkan daya saingnya ditingkat nasional, regional, dan

internasional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia berperan penting dalam perkembangan pembangunan dan ekonomi serta memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mengurangi angka pengangguran ([Sutrisno, 2016](#)).

Pandemi Covid-19 memberi akibat pada ketidakstabilan ekonomi, salah satu sektor yang terdampak adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengalami kerugian akibat pandemi Covid-19 karena menurunnya omzet penjualan ([Sugiarti et al., 2020](#)). Dampak negatif pandemi Covid-19 telah menurunkan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah baik dari sektor produksi maupun penjualan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh [ADB, \(2021\)](#) berjudul “*COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium- Sized Enterprises and Post-Crisis Actions*”, terdapat kurang lebih sebesar 48,6% UMKM usahanya sementara tutup. Adapun kurang lebih 30,5% permintaan dalam negeri UMKM turun, lebih kurang 14,1% pembatalan kontrak kerjasama dengan UMKM, dan 13,1% UMKM terhalang logistik bahan baku maupun pengiriman ke konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil survei akibat pandemi Covid-19 terhadap pelaku usaha yang dilakukan oleh [Badan Pusat Statistik, \(2020\)](#) menunjukkan bahwa mayoritas UMKM (69,02%) membutuhkan tambahan modal ([Limanseto, 2021](#)).

Berbagai trik yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya, salah satunya yaitu melakukan penjualan melalui media online. Untuk itu, pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah harus memiliki strategi agar dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi, sehingga bertahan dimasa sulit ([Adi, 2021](#)). Pemilihan media yang digunakan untuk promosi hendaknya disesuaikan dengan target konsumen yang menjadi sasaran agar menjadi efektif ([Nadya, 2016](#)).

Aneka macam tantangan yang wajib dihadapi UMKM dalam hal daya saing antara lain ialah menjaga standar kualitas, mempunyai keterampilan, mendapatkan akses pendanaan, dan jangkauan pasar. Keberadaan teknologi informasi serta komunikasi sebagai sebuah peluang yang sangat efektif. Teknologi informasi berperan besar dalam membantu UMKM. Pemerintah memiliki kiprah yang penting dalam mendorong keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk mendapatkan akses pemasaran yang luas secara simpel serta cepat. Penggunaan *website* atau *e-Commerce* merupakan hal yang wajib dilakukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada mempertinggi daya saing. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berbasis digital diyakini akan menjadi galat satu harapan untuk membawa perekonomian Indonesia ke masa yang lebih baik ([Sumaryono, 2017](#)). Hal ini ditujukan untuk meningkatkan kinerja UMKM dalam menghadapi tantangan yang dihadapi dipersaingan era digitalisasi sementara kompetensi SDM terbatas ([Naab & Bans-Akutey, 2021](#)).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi di Kota Depok, Jawa Barat sampai saat inibelum sepenuhnya menerapkan *Standar Operasional Procedure* (SOP) dan manajemen kinerja dengan standar-standar seperti *Key Performance Indicator* (KPI) dalam menjalankan kegiatannya. Hal tersebut diungkapkan oleh Mohammad Fitriawan Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (DKUM) Kota Depok. Berbagai upaya terus dilakukan untuk mengejar ketertinggalan. Kegiatan sinkronisasi dalam penyusunan pokok-pokok pikiran DPRD dalam Rencana Kegiatan Pembangunan Daerah Untuk Tahun Anggaran 2021 tersebut, menjelaskan bahwa tidak adanya *Standar Operasional Prosedure* (SOP) dan *Key Performance Indicator* (KPI) yang menyebabkan usaha mikro, kecil dan menengah dan Koperasi di Depok sulit berkembang.

Dihadapan Perwakilan Organisasi Perangkat Daerah Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di wilayah Depok, Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, serta pelaku usaha atau *stakeholder* dikatakan ada enam poin pokok-pokok pikiran DPRD Kota Depok khususnya Komisi II Bidang Ekonomi yaitu pelatihan dan pemberdayaan terhadap Sumber Daya Manusia koperasi di Depok, memberikan kesempatan usaha yang kepada pelaku usaha UMKM dan koperasi untuk melakukan pengawasan, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia pada usaha mikro, kecil dan

menengah, memberikan kemudahan akses permodalan terhadap pelaku usaha, dan memfasilitasi dalam promosi usaha mikro, kecil dan menengah.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat akan memfasilitasi dalam upaya memberikan literasi, edukasi tentang praktik baik manajemen kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kelurahan Cipayung, Kota Depok. Literasi konsep-konsep manajemen, prinsip-prinsip manajemen serta mengenali fungsi-fungsi manajemen dalam mengelola sumber-sumber daya modal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah akan mampu meningkatkan efektifitas kinerja usaha mikro, kecil dan menengah. Praktik baik proses manajemen melalui fungsi-fungsi *planning, organizing, actuating, controlling* pada pengelolaan *man, money, materials* menjadi langkah prioritas bagi usaha mikro, kecil dan menengah Di Kelurahan Cipayung, Kota Depok agar mampu meningkatkan produktifitasnya melalui kerja efektif.

Manajemen merupakan kegiatan *planning, organizing, coordinating dan controlling* dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan ([Griffin & Moorhead, 2014](#)). Selain itu makna dari manajemen merupakan proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan dalam mencapai tujuan perusahaan efektif dan efisien ([Wibowo, 2016](#)). Literasi keuangan yaitu *knowledge* dalam mengelola dan mengambil keputusan mengenai keuangan dan pemahaman mengenai cara mengelola dan mengalokasikan dana yang dimiliki ([Herdjiono & Damanik, 2016](#)). Pengetahuan mengenai literasi keuangan yang erndah mengakibatkan terjadinya perencanaan keuangan yang salah dan dana yang dimiliki tidak produktif ([Rasyid, 2012](#)). Berdasarkan *prevoius research* menyatakan bahwa literasi keuangan penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan keuntungan usahanya ([Huston, 2010](#)). [Kinerja pemasaran merupakan faktor](#) yang digunakan dalam menilai akibat dari langkah-langkah yang diterapkan perusahaan ([T. A. Ferdinand, 2000](#)). [Pelham, \(1997\)](#) menyebutkan tiga indikator dalam mengukur kinerja pemasaran adalah meningkatnya volume penjualan, efektivitas perusahaan, dan peningkatan keuntungan.

Manajemen sumber daya manusia merupakan serangkaian kegiatan organisasi dan diarahkan untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja agar lebih produktif ([Fahmi, 2016](#)). Pengembangan sumber daya manusia memiliki indikator pengembangan tenaga kerja yaitu latihan, pendidikan, dan pengembangan ([Mangkunegara, 2013](#)). Gaya kepemimpinan sangat mempengaruhi kualitas dalam implementasi praktik baik pengelolaan UMKM ([Komakech et al., 2021](#)). Manajemen produksi merupakan suatu gambaran aktivitas dan perbaikan sistem untuk menciptakan suatu produk dan layanan ([Jacobs et al., 2009](#)). Ada beberapa fungsi-fungsi dasar manajemen produksi ([David, 2010](#)) : (1) *Process*, (2) *Capacity*, (3) *Stock*, (4) *work force*, (5) *Quality*.

## 2. Metode

Metode dan tahapan yang dilakukan melalui langkah-langkah berikut ini:

- a. Analisis situasi. Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi berdasarkan kebutuhan usaha dan memetakan profil pelaku UMKM. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 10 (sepuluh) pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat.
- b. Mengadakan *pre-test*. Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan awal peserta mengenai ilmu manajemen dalam bisnis. *Pre-test* ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana pemahaman peserta sebelum mendapatkan pelatihan atau sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- c. Memberikan edukasi dan literasi kepada pelaku UMKM berupa materi mengenai manajemen sumber daya manusia dan umum, manajemen keuangan, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran.
- d. Pelaksanaan *Post-test* di akhir pelatihan untuk mengetahui kemampuan akhir peserta. *Post-test* dilakukan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman peserta setelah mendapatkan edukasi dan literasi. Diharapkan setelah mengikuti pelatihan ini, pengetahuan peserta tentang praktik baik manajemen menjadi meningkat dan dapat mempraktikkan ilmunya sehingga tercapai tujuan.
- e. Evaluasi kegiatan. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan memberikan kuisisioner berisi beberapa

pernyataan untuk mengukur pemahaman peserta. Evaluasi ini menggunakan analisis indeks. Menurut [Ferdinand, \(2014\)](#) angka indeks digunakan untuk memperoleh gambaran deskriptif mengenai karakteristik responden. Teknik analisis indeks ini dilaksanakan dengan memberikan serangkaian pertanyaan dari kuisioner dan diukur dengan menggunakan skala likert.

Adapun, untuk menghitung indeks jawaban responden dilakukan melalui rumus sebagai berikut:

$$((\%F_1 \times 1) + (\%F_2 \times 2) + (\%F_3 \times 3) + (\%F_4 \times 4) + (\%F_5 \times 5)) / 5$$

Dengan Keterangan:

F<sub>1</sub> adalah frekuensi responden yang menjawab 1

F<sub>2</sub> adalah frekuensi responden yang menjawab 2

F<sub>3</sub> adalah frekuensi responden yang menjawab 3

F<sub>4</sub> adalah frekuensi responden yang menjawab 4

F<sub>5</sub> adalah frekuensi responden yang menjawab 5

Hasil perhitungan indeks dari rumus nilai indeks kemudian diinterpretasikan melalui *three box method*. Untuk memperoleh rentang interpretasi dilakukan perhitungan batas terendah dan batas tertinggi terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan perhitungan perolehan rentang, sehingga diperoleh rentang untuk kategori rendah, sedang dan tinggi.

Batas terendah dan tertinggi diperoleh dari rumus berikut ini.

$$\frac{\text{Sampel X Jawaban tertinggi}}{\text{Jumlah jawaban}} = \frac{10 \times 5}{5} = 10 \quad (1)$$

$$\frac{\text{Sampel X Jawaban terendah}}{\text{Jumlah Jawaban}} = \frac{10 \times 1}{5} = 2 \quad (2)$$

Setelah diperolehnya batas atas dan batas bawah, selanjutnya dapat ditentukan rentang interpretasi dengan rumus *Three box method* yakni:

$$\frac{\text{Batas nilai tertinggi} - \text{Batas nilai terendah}}{3} = \frac{10 - 2}{3} = 2,6 \quad (3)$$

Sehingga hasil tersebut ditentukan sebagai rentang nilai interpretasi disetiap kategorinya pada jawaban responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Interpretasi Nilai Indeks

| Nilai Indeks | Interpretasi |
|--------------|--------------|
| 2,60 – 5,20  | Rendah       |
| 5,30 – 7,90  | Sedang       |
| 8,00 – 10,00 | Tinggi       |

Berdasarkan tabel 1 diatas, apabila hasil penilaian jawaban responden berkisar 2,6 – 5,2 maka dapat diinterpretasikan memiliki nilai rendah, sedangkan untuk nilai 5,3–7,9 diinterpretasikan bernilai sedang, dan terakhir jika hasil penilaian antara 8,0–10,0 maka nilainya dapat diinterpretasikan tinggi.

Praktik baik manajemen melalui edukasi dan literasi dengan prosedur kerja sebagai berikut:

Tabel 2. Prosedur Kerja

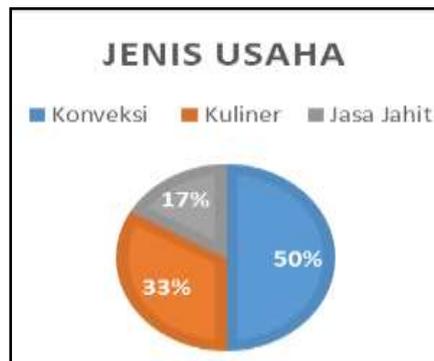
| Tahap Ke | Kegiatan   | Indikator   |
|----------|--|---|
| 1.       | Memberikan literasi dan edukasi pemahamankonsep manajemen, prinsip-prinsip manajemen dan fungsi manajemen, dalam upaya meningkatkan kinerja manajemen dan meningkatkan efektifitas dalam mengelola sumber-sumber daya dengan memberikan <i>pretest</i> | Melakukan <i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i> untuk menilai pencapaian peningkatan pemahaman materi > 75%. |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    | untuk melihat kapasitas manajemen sebelum diberikan literasi manajemen.  |   |
| 2. | Diskusi dan evaluasi kegiatan konsep manajemen, prinsip-prinsip manajemen dan fungsi manajemen, dalam upaya meningkatkan kinerja manajemen dan meningkatkan efektifitas dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. | Dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan pemahaman konsep dan prinsip manajemen yang dilakukan saat ini dalam memanager Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. |

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### *Pemetaan Profil Mitra*

*Data Mitra Berdasarkan Jenis Usaha*



Gambar 1. Jenis Usaha Mitra

Berdasarkan grafik 1, persentase jenis usaha mitra dalam bidang konveksi sebesar 50% (dari 10 peserta). Untuk bidang kuliner sebesar 33%, dan bidang usaha jasa jahit sebesar 17%. Artinya bahwa Sebagian besar mitra dalam kegiatan ini memiliki usaha disektor konveksi. Konveksi merupakan bidang unggulan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung yang merupakan UMKM telah bertahan cukup lama dan konsisten karena didukung oleh adanya kemudahan perolehan bahan baku dan sumber daya manusia yang turun temurun konsisten pada kegiatan ini.

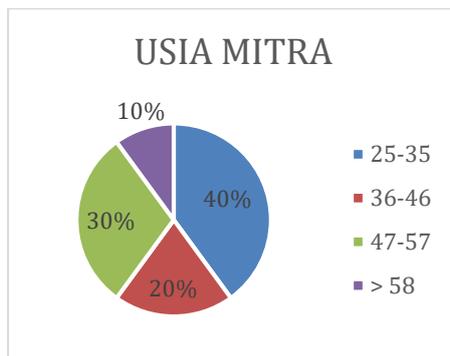
*Data Mitra Berdasarkan Tingkat Pendidikan*



Grafik 2. Tingkat Pendidikan Mitra

Grafik 2 memberikan gambaran tingkat pendidikan mitra jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) paling tinggi persentasenya yaitu sebesar 58% (dari 10 peserta). Jenjang Pendidikan tingkat Diploma III dan Strata 1 sebesar 17% dan jenjang Pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 8%. Artinya bahwa jenjang Pendidikan mitra terbanyak adalah jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA). Jumlah terbesar jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) menjadi potensi besar untuk ditingkatkan *knowledge* mengenai manajemen.

*Data Mitra Berdasarkan Usia*



Grafik 3. Usia Mitra

Berdasarkan grafik 3 tersebut, 40% (dari 10 peserta) mitra berada pada rentang usia 25-35 tahun yang berarti usia produktif untuk ditingkatkan potensi manajemen dalam upaya peningkatan kinerja manajemen pada pengelolaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Rentang usia mitra antara 47-57 tahun sebesar 30%. Rentang usia mitra antara 36-46 tahun sebesar 20% dan rentang usia mitra > 58 tahun sebesar 10%.

*Data Mitra Berdasarkan Omzet Penjualan*



Grafik 4. Tingkat Pendidikan Mitra

Pada grafik 4 diatas, omzet penjualan mitra perbulan Rp 20.000.000 sebesar 15% (dari 10 peserta). Omzet penjualan Rp 22.500.000 sebesar 23%. Omzet penjualan Rp 25.000.000 sebesar 30%. Omzet penjualan Rp 27.500.000 sebesar 19%, dan omzet penjualan Rp 30.000.000 sebesar 13%. Dapat dijelaskan bahwa persentase omzet penjualan terbesar adalah Rp 22.500.000. omzet tertinggi yang dicapai mitra Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebesar Rp 22.500.000 masih optimis utuk dapat ditingkatkan mengingat bahwa adanya potensi kapasitas manajemen yang akan mendukung pencapaian kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat.

**Pelaksanaan Pre-test**

*Pre-test* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pemahaman awal peserta tentang manajemen umum dan Manajemen Sumber Daya Manusia, manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Pretest dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan kepada peserta mengenai ilmu manajemen. Berikut ini merupakan hasil pretest peserta.

Tabel 3. Hasil *Pre-test*

| No. | Materi                                 | Nilai <i>Pre-test</i> |
|-----|--|-----------------------|
| 1.  | Manajemen Umum dan sumber daya manusia | 5,10                  |

|                        |                     |              |
|------------------------|---------------------|--------------|
| 2.                     | Manajemen Produksi  | 6,60         |
| 3.                     | Manajemen Keuangan  | 5,50         |
| 4.                     | Manajemen Pemasaran | 5,40         |
| <b>Total Nilai</b>     |                     | <b>22,60</b> |
| <b>Rata-rata Nilai</b> |                     | <b>5,56</b>  |

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas, penilaian *pre-test* kepada peserta terlihat relatif cukup memuaskan. Nilai awal 5,56 adalah nilai rata-rata yang relatif rendah (skala 1-100), artinya peserta lemah dalam pemahaman teori manajemen yang relevan dibutuhkan sebagai sarana pengelolaan UMKM yang efektif dan efisien. Upaya literasi dan edukasi bagi pelaku UMKM ini menjadi penting untuk segera diberikan agar dapat segera memperbaiki kinerja manajemen. Penekanan pada pelaksanaan edukasi dan literasi manajemen ini perlu segera dilakukan utamanya bagi pemahaman pentingnya manajemen. Pemahaman manajemen sumber daya manusia menjadi kunci utama, sumber daya manusia sebagai aktor yang menentukan kualitas kinerja usaha mikro, kecil dan menengah dituntut selalu *upgrade skill* melalui berbagai cara seperti mengikuti sosialisasi, *workshop* atau sejenisnya akan dapat bermanfaat.

Nilai paling rendah atau berada dibawah rata-rata yaitu materi mengenai manajemen umum dan sumber daya manusia dimana nilainya sebesar 5,10. Artinya bahwa sebelum diberikan edukasi dan pendampingan mengenai manajemen umum dan sumber daya manusia, pengetahuan para peserta akan bidang manajemen umum dan sumber daya manusia masih rendah. Selanjutnya, nilai kedua terendah yaitu *pre-test* materi manajemen pemasaran dengan nilai sebesar 5,40. Artinya bahwa para peserta belum mengetahui ilmu mengenai manajemen pemasaran yang digunakan dalam bisnis dengan baik. Terakhir, nilai terendah atau dibawah rata-rata adalah materi *pre-test* mengenai manajemen keuangan yaitu sebesar 5,50. Artinya bahwa sebelum materi disampaikan, pengetahuan para peserta akan manajemen keuangan masih rendah. Sedangkan untuk materi mengenai manajemen produksi berada diatas rata-rata yaitu sebesar 6,60. Artinya bahwa pengetahuan para peserta akan manajemen produksi dan operasional sudah baik dan mumpuni meskipun belum diberikan materi dan pengetahuan mengenai manajemen produksi.

### ***Pelaksanaan Edukasi dan Literasi***

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di Kampung Bulak Timur, Kota Depok yang dihadiri oleh 10 pelaku UMKM. Kegiatan edukasi dan literasi praktik baik manajemen dilaksanakan dengan memberikan materi mengenai manajemen sebagaimana tercantum pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Materi Edukasi dan Literasi

| <b>No.</b> | <b>Materi</b>                          | <b>Pemateri</b>   |
|------------|--|-------------------|
| 1.         | Manajemen Sumber Daya Manusia dan Umum | Bernadin Dwi M    |
| 2.         | Manajemen Produksi                     | Anggi Angga Resti |
| 3.         | Manajemen Keuangan                     | Anita Nopiyanti   |
| 4.         | Manajemen Pemasaran                    | Bernadin Dwi M    |

Uraian materi berdasarkan tabel 4 diatas sebagai berikut.

1. Materi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Umum, muatan materi terdiri dari:
  - a. Seleksi Sumber daya manusia. Seleksi pada manajemen sumber daya manusia dimaksudkan sebagai upaya memilih calon SDM yang sesuai dengan kebutuhan (*skill & pengalaman kerja*)
  - b. Pelatihan dan Pengembangan Sumber daya manusia, upaya terus meningkatkan mutu sumber daya manusia dilakukan untuk meningkatkan produktivitas kerjanya.
  - c. Motivasi, sebagai upaya untuk mendorong dan memberikan semangat agar mampu terus berkreasi sesuai dengan perubahan yang ada. Temuan lebih lanjut menganjurkan untuk meningkatkan perhatian yang menghubungkan promosi dengan kepuasan kerja karyawan sebagai strategi penghargaan finansial, strategi penghargaan non-finansial dan promosi sebagai upaya meningkatkan motivasi kerja ([Ochwo & Mwesigwa, 2021](#)).

2. Manajemen Produksi. Materi yang relevan pada prinsip pengelolaan persediaan/atau *management inventory* perlu dipahami dalam mengelola persediaan bahan-bahan yang digunakan. Dengan menerapkan FIFO (*first in first out*) dan LIFO (*last in first out*), artinya prinsip ini mengajarkan bagaimana mengelola persediaan bahan baku agar sesuai dengan kondisi waktu pengadaan dan penggunaan. FIFO (*first in first out*), strategi ini memberlakukan dengan mendahulukan bahan yang digunakan pada periode saat ini dari bahan bahu yang masuk pertama kali digudang sehingga sirkulasi persediaan bahan di gudang selalu tersedia bahan yang terbaru. Demikian sebaliknya dengan LIFO (*last in first out*). Manajemen produksi juga diajarkan untuk menghitung jumlah nilai persediaan bahan di gudang agar cukup tersedia dalam jumlah yang tepat, sehingga tidak terjadi penumpukan bahan yang dapat beresiko rusak atau hilang.
3. Manajemen Keuangan. Materi ini diberikan dengan memperhatikan prinsip-prinsip manajemen keuangan. Penrhitungan biaya produksi yang tepat agar harga jual yang ditetapkan tidak menyimpang prinsip-prinsip keuangan yang ada. Konsentrasi materi juga pada pencatatan dan pembukuan yang disiplin dari setiap transaksi sehari-hari. Selain itu, materi yang diberikan adalah cara mengelola modal usaha dan bagaimana mendapatkan modal untuk usaha. Peraturan pemerintah telah disampaikan mengenai bantuan modal usaha bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah.
4. Manajemen Pemasaran. Pada materi ini peserta di internalisasi tentang strategi promosi yang paling sederhana dengan cara promosi *mouth to mouth* dan juga cara promosi yang lebih kekinian melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*. Selain itu, pembelajaran atau materi mengenai promosi melalui *marketplace* dan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang harus dipelajari untuk diimplementasikan dalam usaha yang dimiliki untuk saat ini. Strategi pemasaran yang kekinian dianggap efektif dalam kondisi saat ini terutama adanya pandemi dapat membatasi ruang gerak promosi secara *face to face*. Maka dari itu, penting bagi pelau usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk dapat mengelola usahanya melalui platform digital agar dapat menjangkau konsumen yang potensial. Dengan dukungan pelaku UMKM yang kemampuannya memenuhi persyaratan dalam tugas dan fungsinya khususnya pada pengelolaan manajemen pemasaran. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa perencanaan dan manajemen strategis berhubungan positif signifikan dengan kesuksesan bisnis UKM (Lim & Teoh, 2021).



Gambar 1. Pelaksanaan Edukasi dan Literasi

### ***Pelaksanaan Post-test***

Berikut ini merupakan hasil *post-test* peserta pendampingan pelaku usaha menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mandiri dan produktif.

Tabel 5. Hasil *Post-test*

| No.                    | Materi                                 | Nilai <i>Post-test</i> |
|------------------------|--|------------------------|
| 1.                     | Manajemen Sumber Daya Manusia dan Umum | 7,40                   |
| 2.                     | Manajemen Produksi                     | 7,10                   |
| 3.                     | Manajemen Keuangan                     | 7,50                   |
| 4.                     | Manajemen Pemasaran                    | 6,50                   |
| <b>Total Nilai</b>     |  | <b>28,50</b>           |
| <b>Rata-rata Nilai</b> |  | <b>7,31</b>            |

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 5 diatas, nilai rata-rata *post-test* sebesar 7,31. Artinya adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai manajemen relatif cukup baik dimana rata-rata nilai *pre-test* hanya 5,56 (tabel 3). Implementasi pada kegiatan masing-masing perlu dikoreksi secara langsung sebagai upaya perbaikan kinerja manajemen usaha mikro, kecil dan menengah. Potensi untuk meningkatkan pemahaman materi terlihat cukup tinggi melalui diskusi aktif dan menyampaikan pertanyaan kepada pemateri menunjukkan antusias cukup tinggi. Antusiasnya para peserta ditunjukkan dengan keaktifan peserta dalam berdiskusi kelompok, pertanyaan-pertanyaan peserta yang intensif dan menunjukkan progres dari peningkatan pemahaman tentang pentingnya implementasi manajemen.

Nilai *post-test* paling rendah atau berada dibawah rata-rata adalah materi mengenai manajemen pemasaran yaitu sebesar 6,50. Artinya bahwa pengetahuan para peserta mengenai manajemen pemasaran masih rendah meskipun telah diberikan edukasi dan literasi mengenai manajemen pemasaran. Pengetahuan peserta akan manajemen pemasaran masih terbatas tetapi terdapat potensi untuk ditingkatkan pada kegiatan sejenis berikutnya. Selanjutnya, nilai terendah kedua atau dibawah nilai rata-rata *post-test* adalah materi mengenai manajemen produksi yaitu sebesar 7,10. Dapat diartikan bahwa pengetahuan para peserta mengenai manajemen produksi setelah dilakukan *post-test* masih rendah. Para peserta masih belum sepenuhnya memahami mengenai materi manajemen produksi yang diberikan. Sedangkan nilai untuk *post-test* materi manajemen umum dan sumber daya manusia berada diatas rata-rata yaitu sebesar 7,40. Dapat diartikan bahwa pemahaman para peserta mengenai manajemen umum dan sumber daya manusia berada diatas rata-rata. Peserta mengerti dan memahami mengenai proses seleksi sumber daya manusia, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, dan cara memotivasi karyawannya. Selain itu, peningkatan juga terjadi pada pemahaman mengenai manajemen keuangan yaitu menjadi 7,50 yang sebelumnya sebesar 5,50 pada *pre-test* (tabel 3). Angka kenaikan tersebut berada diatas rata-rata. Dapat diartikan bahwa peserta memahami materi yang diberikan mengenai manajemen keuangan diantaranya paham akan pencatatan dan pembukuan yang disiplin dari setiap transaksi sehari-hari.

Secara keseluruhan, terdapat kenaikan pemahaman pengetahuan para peserta mengenai manajemen umum dan sumber daya manusia, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen produksi. Jika dikaitkan dengan profil mitra berdasarkan usia, maka sebesar 40% berada pada rentang usia 25-35 tahun yang merupakan usia produktif untuk ditingkatkan potensi pemahaman manajemen melalui kegiatan-kegiatan sejenis. Selain itu, sebesar 58% tingkat pendidikan rata-rata mitra yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sederajat yang juga berpotensi untuk diinternalisasi penguatan kapasitas manajemennya.

### ***Evaluasi Kegiatan***

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan pada kuisisioner yang berisi materi yang telag diberikan sebelumnya. Berikut ini merupakan dokumentasi peserta pada saat pengisian kuisisioner.



Gambar 2. Kegiatan Pengisian Kuisisioner

Berdasarkan gambar 1 diatas, peserta didampingi tim pengabdian dalam melakukan pengisian kuisioner yang berisi pernyataan mengenai materi yang telah diberikan yaitu manajemen sumber daya manusia dan umum, manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan manajemen produksi. Hasil evaluasi kegiatan menggunakan metode indeks adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Pemahaman Materi Manajemen Pemasaran

| No               | Pemahaman Mengenai Bauran Pemasaran  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Indeks (%)  |
|------------------|--|---|---|---|---|---|-------------|
|                  |  | F | F | F | F | F |             |
| 1                | Pemahaman produk sebagai keseluruhan fungsi, merek, kemasan dan pelayanan  | 0 | 2 | 3 | 1 | 4 | 8,25        |
| 2                | Pemahaman promosi sebagai kegiatan untuk membujuk, mempengaruhi dan memutuskan membeli produk/jasa melalui <i>media sosial / e-marketing</i> | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 7,00        |
| 3                | Pemahaman mengenai distribusi sebagai strategi memudahkan pelanggan membeli produk atau jasa   | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 7,50        |
| 4                | Pemahaman mengenai harga produk harus sesuai dengan kualitas barang dan jasa.  | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 7,25        |
| <b>Rata-Rata</b> |  |   |   |   |   |   | <b>7,50</b> |

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Berdasarkan hasil analisis indeks pada tabel 6 diatas, terdapat hasil tertinggi sebesar 8,25 (kategori tinggi) pada materi manajemen pemasaran. Artinya pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memahami pentingnya memahami teori bauran pemasaran atau *marketing mix* sebagai sarana untuk mencapai peningkatan kinerja manajemen. Nilai terendah sebesar 7,00. Hasil ini berada di bawah rata-rata yaitu 7,50 (kategori sedang) artinya pemahaman promosi sebagai kegiatan untuk membujuk, mempengaruhi dan memutuskan membeli produk/jasa rendah. Hal ini perlu terus diberikan literasi dan edukasi untuk dapat lebih memahami kegiatan promosi penting peranannya untuk dapat meningkatkan omzet penjualan. Promosi penjualan melalui *word of mouth* sebagai kegiatan yang telah dilakukan selama ini, perlu disempurnakan konten materi promosinya agar semakin menambah nilai kualitas kegiatan promosi pada umumnya. Pemahaman lainnya tentang penetapan harga pruduk perlu pencerahan pemahaman terkait cara menetapkan harga poko atau biaya produksi. Pencatatan atau pembeukuan tentang biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan umkm secara umum perlu ditingkatkan pengawasannya, agar tidak terjadi kesalahan dalam pembukuannya. Manajemen keluar masuknya dana dalam manajemen umkm perlu peningkatan pengawasan dan disiplin dalam penggunaan dana-dana umkm, sehingga efektifitas dan efisiensi kegiatan mampu mendukung upaya peningkatan manajemen UMKM.

Tabel 7. Pemahaman Materi Manajemen Keuangan

| No               | Pemahaman Mengenai Manajemen Keuangan  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Indeks (%)  |
|------------------|--|---|---|---|---|---|-------------|
|                  |  | F | F | F | F | F |             |
| 1                | Pemahaman bahwa manajemen harus dapat dipertanggung jawab kan kepada investor/pemilik modal                | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 6,75        |
| 2                | Pemahaman pentingnya membuat pembukuan dan pencatatan penggunaan dana sebagai bentuk pelaporan yang tepat. | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 7,75        |
| 3                | Pemahaman Manajemen keuangan harus dapat menghasilkan dalam pemanfaatan modal yg memberikan hasil/laba     | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 7,75        |
| 4                | Pemahaman Memilih sumber penyedia modal yang tepat   | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 8,00        |
| <b>Rata-Rata</b> |  |   |   |   |   |   | <b>7,56</b> |

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Sebagaimana dalam tabel 7 diatas, hasil tertinggi sebesar 8,00 (kategori tinggi) pada pemahaman mengenai materi manajemen keuangan dalam memilih sumber penyedia modal yang tepat. Artinya

pelaku UMKM sangat berhati-hati dalam upaya mencari tambahan modal pada saat diperlukan. Pelaku menghindari hutang sedapat mungkin, yang sering terjadi adalah negosiasi dengan supplier bahan baku. Nilai terendah sebesar 6,75 hasil ini berada di bawah rata-rata yaitu 7,56 artinya pemahaman bahwa manajemen harus dapat dipertanggungjawabkan kepada investor/pemilik modal perlu di tingkatkan serta disiplin dalam pencatatan/pembukuan perlu ditingkatkan. Kepercayaan investor dalam hal ini kelompok pemasok bahan baku menjadi strategi tersendiri sebagai upaya pemanfaatan hubungan baik selama ini.

Tabel 8. Pemahaman Materi Manajemen Produksi

| No               | Pemahaman Mengenai Manajemen Produksi   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Indeks (%)  |
|------------------|---|---|---|---|---|---|-------------|
|                  |   | F | F | F | F | F |             |
| 1                | Pemahaman pada pengelolaan bahan yang digunakan pada proses produksi                  | 0 | 0 | 5 | 2 | 3 | 8,75        |
| 2                | Pemahaman pengelolaan manajemen <i>inventory</i> (FIFO, LIFO)                         | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 7,50        |
| 3                | Pemahaman bahwa barang yang diproduksi sesuai dengan keinginan pelanggan/hasil survei | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 8,00        |
| 4                | Pemahaman bahan baku yang berkualitas   | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 7,75        |
| <b>Rata-Rata</b> |   |   |   |   |   |   | <b>8,00</b> |

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Berdasarkan tabel 8 diatas, hasil tertinggi sebesar 8,75 (kategori tinggi) pada materi manajemen produksi. Artinya bahwa pelaku UMKM memiliki pemahaman pada pengelolaan bahan yang digunakan pada proses produksi. Sistem *first In first out* dari bahan baku yang digunakan menjadi strategi tepat sebagai upaya menjaga kualitas bahan yang ada sebagai persediaannya. Nilai terendah sebesar 7,50. Artinya pemahaman pengelolaan manajemen *inventory* (FIFO, LIFO) harus ditingkatkan agar dampak dari kesalahan pengelolaan bahan baku tidak terjadi, karena akan berdampak pada penurunan kualitas produk. Metode FIFO/LIFO menjadi strategi terbaik dalam upaya menjaga kualitas bahan baku yang digunakan. Kualitas manajemen persediaan bahan baku yang sesuai dengan urutan keluar masuk dalam kegiatan dalam penggunaannya menjamin ketersediaan bahan baku yang digunakan dalam kegiatan proses produksi selama ini mampu menjamin kontinuitas ketersediaannya.

Berikut ini merupakan dokumentasi salah satu mitra yang sedang melakukan produksi pakaian anak.



Gambar 3. Proses Produksi Pakaian Anak

Berdasarkan gambar 3 diatas, salah satu pelaku usaha pakaian anak tengah melakukan proses produksi. Proses produksi dimulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan pola pakaian, *cutting* (pemotongan bahan sesuai pola), dan proses penjahitan bahan menjadi pakaian.

Tabel 8. Pemahaman Materi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Umum

| No | Pemahaman Mengenai Manajemen SDM  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Indeks (%) |
|----|---|---|---|---|---|---|------------|
|    |   | F | F | F | F | F |            |
| 1  | Pemahaman bahwa sumber daya manusia untuk diberi motivasi sebagai mitra kerja | 0 | 2 | 2 | 4 | 2 | 8,50       |

|                  |  |   |   |   |   |   |             |
|------------------|--|---|---|---|---|---|-------------|
| 2                | Pemahaman bahwa sdm perlu diberi hak-haknya sesuai dengan kinerjanya                             | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 8,00        |
| 3                | Pemahaman bahwa sdm perlu diberi motivasi dan diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat/ ide | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 7,50        |
| 4                | Pemahaman bahwa sdm perlu diberi apresiasi atas prestasinya                                      | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 9,00        |
| <b>Rata-Rata</b> |  |   |   |   |   |   | <b>8,25</b> |

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Berdasarkan tabel 9 diatas, hasil tertinggi sebesar 9,00 (kategori tinggi) pada materi manajemen sumber daya manusia dan dari nilai rata-rata sebesar 8,25. Dapat diartikan bahwa pelaku usaha mikro, kecil dan menengah memiliki pemahaman bahwa sumber daya manusia sebagai anggota organisasi UMKM perlu diberi apresiasi atas prestasinya. Pemberian bonus dan apresiasi dirasakan oleh para pekerja. Hal ini yang menjadikan karyawan termotivasi dalam bekerja dengan semangat dan suasana kerja yang terlihat kekeluargaannya tinggi. Nilai terendah sebesar 7,5 (kategori sedang) artinya pemahaman bahwa sumber daya manusia perlu diberi motivasi dan diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat/ide perlu ditingkatkan. Pelaku UMKM berbasis produk-produk kreatif mampu memberikan masukan sebagai perbaikan out putnya. Kemampuan manajemen memberikan apresiasi kepada anggota manajemennya menjadi tumpuan dalam menghadapi persaingan pasar.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Praktik Baik Manajemen Menuju UMKM Mandiri dan Produktif Kampung Bulak Timur Depok Jawa Barat” telah terlaksana dengan baik dan lancar di tengah masa pandemi Covid-19. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mentaati protokol kesehatan yang berlaku. Peserta yang hadir 10 (sepuluh) pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang ada di Kampung Bulak Timur, Depok Jawa Barat. Peserta antusias dan semangat mengikuti kegiatan edukasi dan literasi praktik implementasi manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia. Pemahaman mengenai ilmu-ilmu manajemen pada umumnya ditandai dengan adanya hasil Pre-test dan Post-test yang secara rata-rata mengalami peningkatan, artinya target kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah tercapai. sesuai dengan rencana.

Saran untuk terus dilakukan monitoring dan pendampingan pada upaya meningkatkan knowledge management pengelolaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan menerapkan manajemen berkelanjutan pada UMKM khususnya di Kota Depok, Jawa Barat agar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terus maju dan berkembang pesat terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

#### Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini Tim Pengabdian Kepada masyarakat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Lurah Cipayung beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk berkegiatan di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat dan sekitarnya.
2. Mitra Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Depok, Jawa Barat yang dikoordinir oleh Bapak-Ibu Purwanto.

#### Referensi

- Adi, S. W. (2021). *Peluang Pengembangan UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. Jawa Pos.  
 BPS. (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*.  
 David, F. (2010). *Manajemen Strategis Konsep (12ed ed.)*. Salemba Empat.

- Fahmi, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, T. A. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik. Research Paper Series*. UNDIP Semarang.
- Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2014). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations (Eleventh E)*. South Western.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Managemen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241.
- Huston, S. . (2010). Measuring Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–312.
- Jacobs, F. ., Chase, R. ., & Aquilano, N. . (2009). *Operations & Supply Management (12th ed.)*. Mcgraw-Hill.
- Komakech, E., Obici, G., & Mwesigwa, D. (2021). Efficacy of inspirational motivation on the performance of public health workers in mid-north of Uganda. *Annals of Human Resource Management Research*, 1(2), 85–97. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v1i2.509>
- Lim, C. H., & Teoh, K. B. (2021). Factors influencing the SME business success in Malaysia. *Annals of Human Resource Management Research*, 1(1), 41–54. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v1i1.380>
- Limanseto, H. (2021). *Peningkatan Daya Saing UMKM sebagai Ujung Tombak Perekonomian Indonesia Menuju Pasar Global*.
- Mangkunegara, A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya.
- Naab, R., & Bans-Akutey, A. (2021). Assessing the use of e-business strategies by SMEs in Ghana during the Covid-19 pandemic. *Annals of Management and Organization Research*, 2(3), 145–160. <https://doi.org/10.35912/amor.v2i3.800>
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing dalam Eksisten Bisnis Kuiner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 133–144.
- Ochwo, B. O., & Mwesigwa, D. (2021). Reward strategies and job satisfaction in private companies: a case of Uganda Breweries-Luzira. *Annals of Human Resource Management Research*, 1(1), 69–83. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v1i1.406>
- Pelham, A. M. (1997). Mediating Influences on the Relationship Between Market Orientation and Profitability in Small Industrial Firms. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 55–76.
- Rasyid, R. (2012). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Strudi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Kajian Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Shinozaki, S., Rap, L, N. (2021). *COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium- Sized Enterprises and Post–Crisis Actions*. Asian Development Bank.
- Sugianti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309. [https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10/24198/k\\_umawula.v3i2.28181](https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10/24198/k_umawula.v3i2.28181)
- Sumaryono. (2017). *Investor Memacu Daya Saing UMKM*.
- Sutrisno, D. (2016). *UMKM Berperan Memerangi Kemiskinan Dan Pengangguran*.
- Wibowo. (2016). *Manajemen kinerja*. Rajawali Pers.