



Analisis Kepemimpinan Transformasional dalam Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi pada UMKM Kuliner Kabupaten Bekasi

Reni Hindriari¹, Umi Narimawati², Azhar Affandi³, Sidik Priadana⁴, Heri Erlangga⁵

¹Guru SMA Negeri 1 Manggelewa, Dompu, Nusa Tenggara Barat

²Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), Bandung, Jawa Barat, Indonesia

^{3,4,5} Universitas Pasundan, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: reni.hindriari@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-02-25 Revised: 2022-03-15 Published: 2022-04-03 Keywords: MSMEs; Leadership; Transformational; Creativity; Innovation.	During the Covid-19 pandemic, culinary MSMEs were affected a lot due to the implementation of restrictions on community activities (PPKM) issued by the Bekasi Regency Regional Regulation (Perda), which requires people to reduce activities/activities outside the home, maintain distance and obey health protocol rules. (proses). This study uses a literature study method, the data obtained are compiled and analyzed with a description approach to obtain a conclusion. The results of the thought in this study by taking literature data from sources, namely data collection techniques by examining literature, theories, books, articles and notes on the internet and social media (social media) in accordance with the related problems. The results of this study indicate that the existence of transformational leadership can encourage creativity and innovation in individuals to achieve a goal and form of creativity and innovation that can be carried out by culinary MSME actors in Bekasi Regency during this pandemic is to open minds to make a change to the environment. front to keep it alive.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-02-25 Direvisi: 2022-03-15 Dipublikasi: 2022-04-03 Kata kunci: UMKM; Kepemimpinan; Transformasional; Kreativitas; Inovasi.	Dalam masa pandemi Covid-19 UMKM kuliner banyak terkena dampak karena adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang dikeluarkan oleh Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Bekasi, yang mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas/kegiatan di luar rumah, tetap menjaga jarak dan mentaati aturan protokol kesehatan (prokes). Penelitian ini menggunakan metode studi literature, data yang diperoleh dikompilasi dan dianalisis dengan pendekatan deskripsi akan memperoleh suatu kesimpulan. Hasil pemikiran dalam penelitian ini dengan mengambil data literature dari sumber, yaitu teknik pengumpulan data dengan menelaah literature, teori-teori, buku-buku, artikel-artikel serta catatan-catatan yang ada di internet dan sosial media (sosmed) sesuai dengan masalah yang terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kepemimpinan transformasional dapat mendorong adanya Kreativitas dan inovasi di dalam diri individu untuk mencapai suatu tujuan dan bentuk Kreativitas dan inovasi yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Bekasi pada masa pandemi ini adalah terbukanya pikiran untuk melakukan suatu perubahan ke depannya agar terus tetap bertahan.

I. PENDAHULUAN

Salah satu sektor perekonomian Indonesia yang paling penting adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dengan keberadaan UMKM, sangat penting untuk menjadi penggerak kewirausahaan dan pembangunan ekonomi serta pencipta lapangan kerja. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki menerangkan bahwa UMKM memberikan peranan dan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Yang mana terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM memberikan kontribusinya sebesar 97% tenaga kerja dan 60% PDB nasional. Oleh karena itu, UMKM mengalami dampak dari Covid-19 ini, sehingga akan membawa dampak terbesar

terhadap perekonomian nasional (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2020). Salah satu dampak tersebut ialah terjadinya penurunan omzet yang terjadi pada pelaku UMKM (Milzam et al., 2020). Misalnya, bisnis kuliner atau food and beverage (F&B) merupakan suatu bisnis pada sektor industri yang mengalami keterpurukan atau kemunduran akibat terkena dampak pandemi virus corona (Covid-19). Adanya dampak Covid-19 pada UMKM kuliner sangat besar, salah satunya dapat menurunkan hasil pendapatan sektor industri UMKM kuliner dan menurunkan kemampuan daya beli masyarakat, pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) kuliner merupakan salah satu pilar ekonomi nasional

yang menyangkut hajat ekonomi masyarakat banyak. Karena UMKM kuliner lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Sehingga UMKM kuliner masih mampu untuk bertahan selama pandemi virus corona (Covid-19).

Faktor penyebab utama kegagalan dalam UMKM ialah kepemimpinan yang lemah dan tidak memadai (Madanchian & Taherdoost, 2017). Oleh karena itu, untuk menjalankan suatu kegiatan usaha baik ekonomi dalam skala kecil maupun ekonomi dalam skala besar, peran seorang pemimpin sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Peranan seorang pemimpin bersifat interpersonal, informasional dan pengambilan keputusan, seiring terjadinya perubahan lingkungan, kegiatan usaha semakin kompleks dan kompetitif sehingga menuntut kesiapan pemimpin agar usahanya mampu untuk bertahan. Pemimpin yang akan menentukan tujuan dari kegiatan usahanya, dan karyawan hanya mengikuti intruksi dari seorang pemimpin. Oleh sebab itu, seorang pemimpin dalam usaha mikro, kecil, dan menengah harus memiliki pemimpin transformasional yang bisa mempengaruhi karyawannya agar termotivasi dan terinspirasi, dalam pelaksanaan kegiatan UMKM kuliner ini, sangatlah dibutuhkan seorang pemimpin transformasional yang mampu menginspirasi, membangkitkan dan mengubah karyawan dengan visi dan semangat untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan oleh organisasi dan atau perusahaan.

Seorang pemimpin transformasional harus mampu mentransformasikan atau mengubah sesuatu menjadi bentuk lain yang berbeda. Kepemimpinan transformasional adalah suatu proses yang melibatkan antara individu yang satu dengan individu lain, dan mampu mewujudkan relasi yang dapat meningkatkan motivasi dan moralitas dalam seorang diri pemimpin dan bawahannya (Burns dalam Northouse, 2016). Sifat-sifat dari kepemimpinan transformasional antara lain kharismatik, memberikan dan membangun inspirasi, membangkitkan intelektual terhadap pengikutnya sehingga mampu untuk mengembangkan energi sumber daya baik secara individu, instrument, dan situasi untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Dimensi dari kepemimpinan transformasional yaitu pengaruh idealis, motivasi inspirasi, stimulasi intelektual, dan pertimbangan individu memiliki peranan yang sangat besar pada Kreativitas dan inovasi organisasi dan atau perusahaan. Melalui kepemimpinan transformasional dapat memberikan

inspirasi pada karyawan agar berpikir secara kreatif dan mengarah pada inovasi dalam organisasi dan atau perusahaan (Shafi et al, 2020).

Dengan adanya kepemimpinan transformasional, maka akan melahirkan ide kreativitas. Kreativitas pemilik UMKM kuliner. Karena Kreativitas adalah membangkitkan ide/gagasan dan efisiensi pada suatu sistem. Aspek yang paling dominan untuk menghasilkan penyempurnaan efektivitas dalam Kreativitas ialah proses dan manusia. Orientasi proses pada tujuan yang didesain untuk menyelesaikan solusi suatu masalah. Manusia adalah sumber daya yang memberikan solusi dan daya dorong. Kreativitas adalah bagian penunjang eksistensinya kehidupan seseorang. Setiap individu mempunyai kreativitas, dan yang membedakan adalah tingkat kreativitas antara individu satu dengan individu yang lainnya (Sutipyo, 2014).

a. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM)

Pada umumnya usaha yang dijalankan oleh sebuah individu atau kelompok atau suatu badan usaha yang sangat produktifitas disebut usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Menurut UU No 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) hanya menentukan kriteria dari UMKM. Kriteria UMKM dengan Kriteria modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro : Maksimal Rp 1 Milyar.
2. Usaha Kecil : Lebih dari Rp 1 Milyar - Rp 5 Milyar.
3. Usaha Menengah : Lebih dari Rp 5 Milyar - Rp 10 Milyar.

Semuanya tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan untuk kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

1. Usaha Mikro : Maksimal Rp 2 Milyar.
2. Usaha Kecil : Lebih dari Rp 2 Milyar - Rp 15 Milyar.
3. Usaha Menengah : Lebih dari Rp 15 Milyar - Rp 50 Milyar.

Besaran nominal kriteria tersebut dapat berubah sesuai perkembangan perekonomian (Pasal 35 ayat (7) PP UMKM). Selain itu, dapat pula digunakan kriteria tambahan oleh Kementrian/lembaga negara sesuai dengan sektor usahanya (Pasal 36 PP UMKM), sebelum adanya PP UMKM ini, kriteria UMKM

terlebih dahulu telah diatur pada UU UMKM. Secara lebih rinci, kriteria UMKM diatur pada Pasal 6 UU UMKM. Namun, terdapat perbedaan yang sangat mencolok diantara keduanya, salah satu kelompok dalam bidang bisnis yang memiliki jumlah sangat banyak dan mampu bertahan terhadap berbagai macam krisis ekonomi dan global pada perekonomian di Indonesia adalah UMKM. Peran khusus yang dimiliki UMKM adalah dalam aspek peluang untuk menciptakan lapangan kerja dan menjadi sumber pendapatan serta mempunyai peran dalam pembangunan ekonomi di pedesaan.

b. Kepemimpinan Transformasional (*Transformational Leadership*)

Menurut Kent, Crotts, & Aziz, (2001) mengemukakan bahwa kepemimpinan transformasional adalah proses dimana perubahan atau transformasi diperkenalkan kepada individu dan atau organisasi. Kepemimpinan transformasional adalah suatu proses yang melibatkan antara individu yang satu dengan individu lain, dan mampu mewujudkan relasi yang dapat meningkatkan motivasi dan moralitas dalam diri seorang pemimpin dan pengikutnya (Burns dalam Northouse, 2016). Pemimpin transformasional selalu memperhatikan kebutuhan pengembangan diri bawahannya, memandu bawahannya untuk melihat dan memecahkan masalah dengan sudut pandang yang baru, serta dapat memotivasi bawahannya untuk mencapai tujuan-tujuan bersama organisasi dengan bekerja keras (Juniarta, Wardana, & Putra, 2017). Dvir, Dov, Avolio, & Shamir (2002) mengatakan bahwa pemimpin transformasional berusaha lebih keras memperluas dan meningkatkan tujuan para pengikut mereka dan memberikan rasa percaya diri untuk melakukan pekerjaan mereka diluar ekspektasi yang ditentukan. Pemimpin transformasional menunjukkan perilaku karismatik, menginspirasi, memotivasi, membangkitkan kekaguman, memberikan stimulasi dan intelektual (Modassir & Singh, 2008). Tian et.al., (2020) menyatakan pemimpin menginspirasi pengikut untuk mengesampingkan kepentingan pribadi demi organisasi dan memberi pengaruh yang luar biasa pada diri karyawan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM memerlukan pemimpin dengan gaya transformasional untuk mengembangkan organisasinya agar

dapat menangkap peluang pasar dan membawa organisasi pada capaian yang lebih tinggi.

c. Kreativitas

Menurut UU No 24 Tahun 2019 mengenai Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari Kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Peranan penting dalam dunia bisnis, harus memiliki Kreativitas dan inovasi. Tahapan pertama untuk menuju inovasi adalah Kreativitas (Yani dan Wadi, 2019). Kreativitas adalah kemampuan dalam menciptakan produk baru (Conny Semiawan, 2009:44). Kemampuan tersebut ialah kombinasi antara konsep lama dengan konsep baru atau modifikasi untuk membuat konsep baru sehingga menjadi suatu kekuatan dalam persaingan bisnis. Kreativitas ini mampu ditunjukkan dengan cara proses berpikirnya individu dalam menyelesaikan masalah dengan memunculkan ide/gagasan-gagasan yang efektif, menurut Baron yang dikutip dari Ngilimun, dkk (2013: 44) Kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Sedangkan Gullford yang dikutip dari Ngilimun, dkk (2013 : 44) mengatakan bahwa Kreativitas mengacu pada kemampuan yang menandai seorang kreatif.

d. Inovasi

Inovasi ialah suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide/gagasan yang dapat dipasarkan. Inovasi adalah Kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Menurut UU No.18 Tahun 2002 mengemukakan bahwa inovasi adalah suatu kegiatan penelitian, pengembangan, atau pun perekayasaan yang dilakukan dengan tujuan pengembangan penerapan praktis nilai dalam konteks ilmu pengetahuan yang baru dan cara baru tersebut akan diterapkan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada pada saat proses produksi atau pengembangan produknya. Inovasi sebagai ide dan penerapan pada sebuah objek yang dianggap baru oleh penggunaanya (Hills, 2008). Oleh karena itu, inovasi ialah kombinasi kreativitas, visi, ide, serta dedikasi untuk mengimplikasikan ide yang telah terumuskan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode studi literature adalah penelitian kepustakaan, dengan teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai literature, artikel-artikel, teori-teori, serta buku-buku yang ada pada internet sesuai dengan masalah yang terkait (Nazir 1998:112), dalam penelitian ini dilakukan dengan studi literature sehingga peneliti tidak perlu turun langsung ke lapangan dan bertatap muka langsung dengan responden, sebab saat ini masih berlakunya PPKM level 3 pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan model analisis kualitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepemimpinan transformasional adalah perilaku seorang pemimpin yang memberikan motivasi, rasa bangga, percaya diri, menginspirasi, melatih dan memberi pengarahan pada bawahan untuk mencapai tujuan bersama. Dalam penelitian ini, ada 4 dimensi kriteria kepemimpinan transformasional, antara lain:

- a. Pengaruh idealisasi (*idealized influence*) adalah pemimpin sebagai panutan yang dapat diandalkan pengikutnya, misalnya dipuji/dikagumi, keyakinan dan kepercayaan karyawannya,
- b. Motivasi inspirasi (*inspirational motivation*), adalah pemimpin yang berbicara tentang harapan yang tinggi dan memotivasi mereka melalui visi, misalnya memberikan inspirasi dan memotivasi pada karyawan terhadap tugas,
- c. Stimulasi intelektual (*intellectual stimulation*), adalah pemimpin yang mendorong karyawan untuk menciptakan metode, cara baru, kreatif dan inovasi.
- d. Pertimbangan individual (*individualized consideration*) yang menggambarkan pemimpin yang membangun iklim pendukung dengan mendengarkan kebutuhan pengikutnya teraktualisasi.

Cara untuk meningkatkan kepemimpinan transformasional dalam diri individu, antara lain:

- a. Membuat visi yang jelas. Visi yang jelas selalu digunakan oleh semua pemimpin besar. Karena seorang pemimpin harus memberikan jawaban yang pasti.
- b. Mengelola penyampaian visi, Mengelola penyampaian visi haruslah jelas dan inspiratif.
- c. Memotivasi tim, Memberikan motivasi yang kuat untuk mencapai visi yang telah ditetapkan.

- d. Kreatif dan inovatif, Sangat penting kreatif dan inovatif, karena akan menjadikan diri sendiri, tim dan organisasi yang berbeda dengan yang lain.
- e. Membangun budaya belajar di dalam organisasi.
- f. Untuk membangun budaya ini sangat penting menciptakan anggota tim yang produktif dan tangguh.

Kreativitas

UMKM kuliner di Kabupaten Bekasi semakin meningkat bahkan lebih eksis, apabila adanya dorongan dari dalam diri pemilik UMKM kuliner untuk terus maju dan mengembangkan usahanya. Semakin tinggi keinginan pemilik UMKM kuliner untuk terus memajukan usahanya maka semakin tinggi pula keinginannya untuk bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Semakin tinggi motivasi pemilik UMKM kuliner dalam menumbuhkan dan mengembangkan bisnisnya maka akan semakin termotivasi untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) nya karena diperlukan sumber daya manusia (SDM) terutama karyawannya dengan semakin berkembangnya era teknologi digital, agar tidak kalah bersaing dan ketinggalan dengan para pesaing (kompetitor) lainnya yang lebih kreatif dengan hal-hal yang baru dengan kemajuan teknologi saat ini. Salah satu aspek dalam era teknologi digital adalah menambah pengetahuan dan wawasan manfaat digitalisasi untuk meningkatkan cakupan yang lebih luas di bidang usaha dan penjualannya untuk memperluas jaringan secara digital agar bisnisnya semakin berkembang dan tumbuh, mencermati trend positif saat ini, pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menyesuaikan diri dengan pola konsumsi pasar baik dari segi produk maupun pelayanan termasuk salah satunya pesan antar (COD), untuk menjawab permintaan konsumen yang beraneka ragam, diperlukan jasa pengiriman yang fleksibel agar bisa sampai ke tangan konsumen dengan aman dan tepat waktu.

Menurut Wan Laura Hardilawati (2020) mengatakan bahwa cara Kreativitas yang mampu bertahan pada masa pandemi Covid-19 ini, antara lain:

- a. Bergantinya offline menjadi daring atau online.
- b. Menerapkan protokol kesehatan (prokes) untuk mengantisipasi penyebaran virus corona (Covid-19) yang semakin bertambah.
- c. Mampu menciptakan produk baru yang memiliki keunikan dari produk sebelumnya.

- d. Memodifikasi produk, seperti pengemasan, motifnya, dan kualitas.
- e. Melakukan perubahan pada produk pengganti yang berbeda dari produk yang sudah ada.
- f. Semua kegiatan bisnis dilakukan dengan perencanaan yang baik dalam menyesuaikan produk yang dihasilkan.
- g. Masuk dalam pasar digital untuk memasarkan produk secara online atau daring.

Inovasi

Dapat diartikan juga bahwa inovasi adalah proses perubahan untuk mengubah peluang menjadi ide yang mulanya dapat menjadi ide baru atau yang sudah ada untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan seseorang. Menurut Kasali (2005) mengatakan bahwa adanya inovasi dapat menekan individu untuk mengalami perubahan sebuah drama kehidupan dengan memberikan rasa ketakutan sekaligus harapan, menurut Nasution (2005) terdapat 3 macam inovasi, antara lain :

- a. Inovasi pada setiap produk dilakukan dengan cara menciptakan produk atau jasa yang baru dalam memenuhi kepentingan pasar dan mampu meningkatkan mutu, agar keuntungan perusahaan yang diperoleh semakin meningkat.
- b. Inovasi pada setiap proses dilakukan dengan cara memperoleh elemen baru yang mengacu dalam meningkatkan penekanan detail pada prosedur kerja atau layanan yang akan diproduksi.
- c. Inovasi pada administrasi dilakukan dengan cara berkaitan dengan perubahan metode operasi bisnis secara efektif yang melibatkan suatu perubahan dengan memanfaatkan dari kebijakan organisasi, alokasi sumber daya, dan faktor lainnya.

Inovasi yang telah dilakukan UMKM kuliner di Kabupaten Bekasi, antara lain :

- a. Inovasi pada jenis menu. enganekaragaman menu dengan cita rasa daerah maupun nusantara yang ditawarkan oleh UMKM kuliner Kabupaten Bekasi mampu menarik minat konsumen untuk berkunjung kembali. Karena konsumen merasa ketagihan dengan jenis menu apalagi. setelah merasakan dan mencicipi aneka menu masakan terbaru yang disajikan dibandingkan dengan cita rasa menu yang lama.
- b. Inovasi pada lokasi usaha. Pada lokasi usaha UMKM kuliner Kabupaten Bekasi sedapat mungkin letak lokasinya yang strategis yang mudah dijangkau oleh pengunjung, memiliki

fasilitas parkir kendaraan yang luas dan membuat nyaman para pengunjung baik lokal dan nasional. Serta ditambah adanya fasilitas bermain, seperti taman, kolam ikan untuk terapi.

- c. Inovasi pada desain produk. Inovasi pada desain produk UMKM kuliner Kabupaten Bekasi masih mempertahankan kearifan lokal budaya nusantara. Karena budaya nusantara memiliki ciri khas yang harus tetap dipertahankan sampai akhir zaman.
- d. Inovasi pada promosi produk. Inovasi pada promosi produk UMKM kuliner Kabupaten Bekasi untuk menarik minat konsumen dilakukan dengan cara memberikan diskon harga, membuat card member, memberikan voucher belanja, memberikan makan gratis pada hari tertentu

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dengan pendekatan deskripsi dari berbagai teori yang telah diuraikan sebelumnya sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu bahwa pada masa pandemi Covid-19 sangat dibutuhkan peran kepemimpinan transformasional modern yang mampu mengubah dari visi misi menjadi aksi, memotivasi karyawan agar kreatif dan inovatif dan membangun komunikasi yang efektif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka penulis dapat memberikan saran atau masukan untuk penelitian berikutnya, agar dapat melakukan Analisis yang lebih mendalam terhadap Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi Pada UMKM Kuliner Kabupaten Bekasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Cherian, J., & Jacob, J. (2013). Impact of self efficacy on motivation and performance of employees. *International journal of business and management*, 8(14), 80.
- Dalimunthe, L., & Haryadi, R. N. (2022). The Effect of Learning Methods and Vocabulary Mastery on English Speaking Ability. *Lingua Educationist: International Journal of*

Language Education, 1(1), 1-7.

Edison, E. dkk (2018). "Manajemen Sumber Daya Manusia". Bandung : Alfabeta.

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.

Heslin, P. A., & Klehe, U. C. (2006). Self-efficacy. Encyclopedia Of Industrial/Organizational Psychology, SG Rogelberg, ed, 2, 705-708.

Maulana, F. H., Hamid, D., & Mayoan, Y. (2015). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BTN Kantor Cabang Malang. Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 22 (1), 85893.

Nazir (1998). Metode Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta.

Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 2(1), 67-77.

Sonora.id. (2019). Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik, Mana yang Lebih Penting untuk Penunjang Karier? Retrieved November 2, 2020, from [www.sonora.id website: https://www.sonora.id/read/421840531/motivasi-intrinsik-dan-ekstrinsik-mana-yang-lebih-penting-untuk-penunjang-kaier?page=all](https://www.sonora.id/website:https://www.sonora.id/read/421840531/motivasi-intrinsik-dan-ekstrinsik-mana-yang-lebih-penting-untuk-penunjang-kaier?page=all).

Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. Digitalisasi UMKM, 57.