

PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA UMKM DI CIKARANG

Putri Apriliani¹, Ahmad Gunawan², Mar'ahtus Soleha³, Dinda Wulansari⁴

putriapriliani0990@gmail.com¹, ahmadgunawan@pelitabangsa.ac.id²,

marahthussoleha25@gmail.com³, dindawulan783@gmail.com⁴

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

UMKM memainkan peranan penting dalam perekonomian daerah Cikarang, namun tantangan keberlanjutan usaha mereka sering kali dikaitkan dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran yang diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas SDM dan strategi pemasaran terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Cikarang dengan menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas SDM yang baik, yang mencakup keterampilan teknis dan manajerial, sangat berkontribusi terhadap daya saing dan kelangsungan UMKM. Di sisi lain, strategi pemasaran yang efektif, terutama yang berbasis digital, juga berperan penting dalam memastikan UMKM dapat bertahan dan berkembang di era globalisasi.

Kata Kunci: Kualitas Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Keberlanjutan UMKM, Cikarang, Systematic Literature Review (SLR).

ABSTRACT

UMKM play a significant role in the economy of Cikarang, but the sustainability challenges they face are often linked to the quality of human resources (HR) and the marketing strategies implemented. This study aims to analyze the influence of HR quality and marketing strategies on the sustainability of UMKM in Cikarang using the Systematic Literature Review (SLR) method. The research results show that good HR quality, which includes technical and managerial skills, greatly contributes to the competitiveness and continuity of UMKM. On the other hand, effective marketing strategies, particularly those based on digital platforms, also play an important role in ensuring that UMKM can survive and thrive in the era of globalization.

Keywords: : Human Resource Quality, Marketing Strategy, UMKM Sustainability, Cikarang, Systematic Literature Review (SLR).

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran menjadi sangat penting untuk keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. UMKM berperan krusial dalam perekonomian lokal Indonesia, terutama di daerah Cikarang. Cikarang, yang dikenal sebagai salah satu kawasan industri terbesar di Indonesia, memiliki beragam jenis UMKM yang beroperasi di sektor produksi, perdagangan, dan jasa. UMKM di Cikarang tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, tetapi juga memainkan peran penting dalam mendukung perputaran ekonomi daerah. Dengan keberadaan berbagai UMKM, masyarakat setempat memiliki akses yang lebih baik terhadap barang dan jasa, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup mereka. Selain itu, UMKM juga mendorong pertumbuhan inovasi dan kewirausahaan di tingkat lokal, menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kualitas SDM memainkan peran penting dalam menentukan kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan produktivitas. SDM yang terampil dan berpengetahuan akan mampu mengelola operasi bisnis dengan lebih

efisien, menerapkan inovasi, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumen. Di sisi lain, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi tantangan bagi UMKM di Cikarang. Penerapan teknologi digital dan strategi pemasaran inovatif sering kali belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM. Dengan semakin ketatnya persaingan, khususnya dari perusahaan besar dan bisnis online, UMKM membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan dan berkembang. Hal ini mencakup pemahaman tentang perilaku konsumen, penggunaan platform digital, serta inovasi dalam menawarkan produk atau layanan.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, strategi pemasaran menjadi elemen krusial yang mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemasaran tidak lagi sekadar menawarkan produk kepada konsumen, tetapi juga melibatkan pendekatan yang lebih strategis dan terintegrasi. Ini mencakup penggunaan media digital yang efektif, analisis pasar yang mendalam, serta penerapan strategi branding yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan target pasar. UMKM yang mampu mengadopsi dan mengoptimalkan strategi pemasaran modern memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, analisis pasar yang baik memungkinkan UMKM untuk memahami tren dan preferensi konsumen, sehingga mereka dapat menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan.

Sebanyak 66 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia berkontribusi terhadap 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, menurut data dari Kemenkop UKM (2023). Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia juga mengungkapkan bahwa UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, membantu mengurangi tingkat pengangguran dengan mempekerjakan sekitar 117 juta orang. Angka-angka ini menegaskan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, usaha UMKM memerlukan perhatian dan dukungan khusus dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta, untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan mereka di masa depan.

Menurut Widiastututi (2019), pertumbuhan bisnis sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk mengelola usaha dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas SDM, terutama dalam aspek kompetensi seperti pengetahuan, keterampilan, dan sikap (Sidabutar & Seprini, 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, UMKM kini memiliki berbagai alternatif untuk melaksanakan strategi pemasaran. Andriana et al. (2023) menyatakan bahwa melalui pemasaran online, UMKM dapat mengelola biaya promosi dengan lebih efisien, yang pada akhirnya akan memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen.

Terdapat kesenjangan dalam penelitian yang mendasari studi ini, yang menunjukkan perlunya eksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kompetensi SDM diakui sebagai elemen krusial untuk kelangsungan bisnis, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Widiastuti (2019). Dalam konteks ini, peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM dapat berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan inovasi dalam usaha, sehingga menciptakan daya saing yang lebih kuat di pasar.

Selain itu, Faradillah et al. (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan

usaha. Media sosial tidak hanya memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tetapi juga memfasilitasi interaksi yang lebih baik antara produsen dan pelanggan. Hal ini membuka peluang bagi UMKM untuk membangun loyalitas pelanggan dan mengadaptasi produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan pasar. Namun, ada pandangan yang berbeda yang diungkapkan oleh Gunawan A (2024), yang berargumen bahwa kualitas SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun SDM memiliki peran penting, faktor-faktor lain mungkin juga berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha yang perlu dipertimbangkan.

Dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang dan temuan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kualitas SDM, strategi pemasaran terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Cikarang. Dari uraian tersebut adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh kualitas SDM dan strategi pemasaran terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Cikarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengumpulkan dan menganalisis data sekunder dari berbagai sumber ilmiah yang relevan. Proses SLR merupakan pendekatan sistematis yang memungkinkan peneliti untuk menyusun gambaran menyeluruh mengenai topik penelitian dengan cara yang terstruktur dan terorganisir. Dalam melakukan SLR, langkah pertama yang diambil adalah melakukan pencarian literatur dari database yang kredibel, seperti Google Scholar, Scopus, dan PubMed, di mana penelitian-penelitian yang terbit dalam jurnal-jurnal terakreditasi dapat ditemukan. Setelah tahap pencarian, proses penyaringan dilakukan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa hanya literatur yang paling relevan dan berkualitas tinggi yang dipertimbangkan dalam analisis. Penyaringan ini mencakup penilaian terhadap judul, abstrak, dan konten lengkap dari setiap penelitian yang ditemukan, sehingga dapat mengidentifikasi penelitian yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang hubungan antara kualitas SDM, strategi pemasaran, dan keberlanjutan UMKM.

Setelah literatur yang relevan diidentifikasi, analisis tematik dilakukan untuk mengekstrak informasi kunci dan menemukan pola-pola yang muncul dari penelitian yang telah ditinjau. Dalam analisis ini, peneliti dapat mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema tertentu yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Misalnya, analisis dapat menyoroti bagaimana kualitas SDM mempengaruhi strategi pemasaran dan bagaimana keduanya berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM. Penyusunan kesimpulan didasarkan pada bukti empiris yang ditemukan dalam literatur yang telah dianalisis. Langkah ini mencakup sintesis hasil penelitian yang ada, menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, serta menawarkan rekomendasi berdasarkan temuan tersebut. Metode SLR, seperti yang diuraikan oleh Kitchenham et al. (2009), memastikan bahwa proses penelitian dilakukan secara transparan dan reproducible, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

Tujuan dari penelitian Systematic Literature Review (SLR) beragam dan sangat penting dalam konteks penelitian akademis. Salah satu tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, menelaah, menilai, serta menginterpretasikan berbagai studi yang relevan dengan topik fenomena tertentu dan pertanyaan penelitian spesifik. SLR

seringkali diperlukan dalam penyusunan disertasi atau tesis, di mana peneliti diharuskan untuk memberikan latar belakang yang kuat dan pemahaman yang mendalam mengenai topik yang diteliti. Dengan melakukan SLR, peneliti dapat menyusun argumen yang lebih meyakinkan berdasarkan bukti yang ada. Selain itu, SLR juga berfungsi sebagai komponen penting dalam proses pengajuan proposal penelitian atau hibah riset (Hariyati, 2010). Dalam konteks ini, peneliti perlu menunjukkan bahwa mereka telah memahami dan mengeksplorasi literatur yang ada, serta mengidentifikasi celah pengetahuan yang perlu diisi melalui penelitian yang diusulkan. Dengan kata lain, SLR membantu peneliti untuk merumuskan pertanyaan penelitian yang lebih tajam dan relevan, serta mendukung pengembangan metodologi yang tepat.

SLR berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan secara keseluruhan dengan mengidentifikasi tren, tantangan, dan peluang dalam suatu bidang penelitian. Dengan mengumpulkan dan menganalisis literatur yang ada, peneliti dapat memberikan wawasan baru yang dapat membantu para praktisi, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan berbasis data. Dengan demikian, SLR tidak hanya menjadi alat yang berguna bagi peneliti individu, tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas ilmiah dan masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis literatur yang dilakukan dengan metode Systematic Literature Review (SLR), ditemukan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) berpengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM untuk bertahan dan beradaptasi dengan perubahan pasar. SDM yang berkualitas tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan manajerial dan inovatif yang sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan UMKM di era globalisasi dan digitalisasi. Dengan menggunakan pendekatan SLR, berbagai studi terdahulu yang relevan dengan topik ini dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh kualitas SDM dan strategi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM.

Dari hasil penelitian yang dikaji dalam SLR, ditemukan bahwa SDM yang memiliki kompetensi tinggi mampu mengelola bisnis dengan lebih efisien, termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya, inovasi, dan penerapan strategi yang efektif. Beberapa penelitian menekankan bahwa peningkatan keterampilan teknis dan manajerial di kalangan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Selain itu, kemampuan SDM untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital juga menjadi faktor kunci keberhasilan UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks dan berorientasi digital. Sesuai dengan hasil Penelitian Meliyanti, D, A dan Gunawan A (2024) menunjukkan Strategi pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan berkelanjutan di era Industri 4.0 merupakan landasan penting bagi kesuksesan organisasi

Penelitian yang dianalisis juga menunjukkan bahwa SDM yang berkualitas cenderung lebih responsif terhadap perubahan permintaan pasar. Ini memungkinkan UMKM untuk lebih cepat beradaptasi dengan tren pasar baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan produk serta layanan yang lebih inovatif. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Sidabutar dan Seprini (2022) menyoroti bahwa kompetensi SDM dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan sikap merupakan elemen krusial yang membantu UMKM dalam menjaga keberlanjutan usahanya. Penelitian ini juga menemukan bahwa SDM yang dilatih dengan baik lebih mampu mengatasi tantangan yang muncul akibat perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen.

Strategi pemasaran yang efektif diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan hasil analisis Systematic Literature Review (SLR), ditemukan bahwa UMKM yang berhasil menerapkan strategi pemasaran digital memiliki peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun global. Dalam konteks ini, Andriana et al. (2023) menyatakan bahwa pemasaran digital memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi UMKM dalam mengelola biaya promosi, sekaligus membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial dan situs web, UMKM dapat lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Strategi pemasaran online yang tepat memungkinkan UMKM untuk memperkuat citra merek mereka, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya, berdampak positif terhadap keberlanjutan usaha. Melalui pemasaran konten yang menarik, kampanye iklan yang ditargetkan, dan pengelolaan reputasi online yang baik, UMKM dapat menciptakan kesan yang positif di mata konsumen, serta mendorong mereka untuk memilih produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk melakukan analisis data yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen, sehingga mereka dapat mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

SLR juga menunjukkan bahwa inovasi dalam strategi pemasaran, yang didukung oleh SDM yang berkompeten, sangat penting dalam mempertahankan daya saing UMKM. SDM yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam pemasaran digital akan lebih mampu merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran yang efektif dan responsif terhadap perubahan tren pasar. Penelitian Pasamar et al. (2023) menyoroti pentingnya tiga aspek utama dalam keberlanjutan usaha, yaitu aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. UMKM yang dapat mengintegrasikan ketiga aspek ini dalam strategi mereka cenderung lebih mampu mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Aspek ekonomi mencakup kemampuan UMKM untuk menghasilkan keuntungan dan menjaga kesehatan finansial. SDM yang terlatih dalam manajemen keuangan dan analisis pasar dapat membantu UMKM mengoptimalkan sumber daya yang ada dan memaksimalkan keuntungan. Sementara itu, aspek lingkungan mengacu pada tanggung jawab UMKM terhadap dampak lingkungan dari kegiatan usaha mereka. Dengan inovasi dalam produk dan proses yang lebih ramah lingkungan, UMKM tidak hanya dapat memenuhi regulasi yang ada, tetapi juga menarik konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Terakhir, aspek sosial mencakup kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat, termasuk penciptaan lapangan kerja dan pengembangan komunitas lokal.

SDM yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan ketiga aspek tersebut cenderung lebih mampu mempertahankan keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi SDM harus menjadi prioritas bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di era yang semakin kompetitif ini. Dengan mengembangkan keterampilan yang relevan, termasuk dalam penggunaan teknologi digital dan pemahaman tentang tanggung jawab sosial, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan mencapai keberlanjutan jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran berperan signifikan dalam keberlanjutan UMKM di Cikarang. Untuk

meningkatkan keberlanjutan usaha, para pelaku UMKM perlu memprioritaskan pengembangan keterampilan SDM, termasuk pengetahuan dan kemampuan teknis yang relevan dengan perkembangan bisnis modern. Selain itu, adopsi strategi pemasaran yang inovatif, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital seperti pemasaran online, menjadi faktor kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Peran pemerintah dan lembaga terkait sangat penting dalam memberikan dukungan, seperti pelatihan dan pendampingan teknis, agar pelaku UMKM dapat mengakses teknologi digital yang diperlukan. Pelatihan yang berfokus pada penggunaan alat digital, manajemen bisnis, serta strategi pemasaran berbasis teknologi dapat membantu UMKM lebih siap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, dukungan berupa akses pada infrastruktur teknologi dan insentif untuk inovasi juga dapat mendorong keberlanjutan jangka panjang bagi UMKM di Cikarang. Penelitian ini menekankan bahwa kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga terkait sangat penting untuk memfasilitasi peningkatan kualitas SDM dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, sehingga UMKM dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana M, Sumarlin T, Rakasiswi S, Fitriani N, Setiawan D, Fitrianto Y, Manalu G, & Nurmana A H B. (2023). Implementasi digitalisasi umkm di kabupaten boyolali melalui pelatihan pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 4(2), 994–999.
- Bennis (2011). *Management Organization*. South-Western, West Texas.
- Danamik I P C, Bangun J A, Saragih R R S, Manula V S B N, Purba D, Anggraini T dan Salsabila T. (2024). Tantangan UMKM Lokal dalam Algoritma Pasar Global. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*. Vol. 10 No. 1.
- Faradillah W Z, Maslichah & Afifudin. (2022). Pengaruh pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan bisnis umkm di masa pandemi covid-19 di kota batu. *E-JRA*, 11(3), 68–76.
- Gunawan A. (2019). Konsep Motivasi dalam Mewujudkan Produktivitas Karyawan pada PT Nanbu Plastics Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 30-40.
- Gunawan A, Soer Ucok D Dan Wirjawan Tri W. (2023). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pelatihan Digital Entrepreneurship Bagi Umkm Di Desa Sukaragam. *Jurnal Gembira*. Vol 1. No 3. 548-555.
- Hariyati, R, T, S “Mengenal Systematic Review Theory dan Studi Kasus,” *J. Keperawatan Indones.*, vol. 13, no. 2, pp. 124–132, 2010.
- Ikhfa L dan Gunawan A. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan. *Neraca Manajemen, Ekonomi*. Vol 3 No. 4
- Inayah N, Nandang dan Kanita G G. (2024). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Brebes. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Admistrasi dan Pelayanan Publik*. Universitas Bina Taruna Gorontalo. Volume 11 Nomor 3
- Kemenkop UKM. (2023). Dorong umkm naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi. *Kemenkop UKM*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>.
- Meliyanti D P dan Gunawan A. (2024). Strategi Pengelolaan SDM Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan Berkelanjutan Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. Vol. 01. No. 03
- Pasamar S Borney-Barrachina M dan Morales-Sánchez, R. (2023). Institutional pressures for sustainability: a triple bottom line approach. *European Journal of Management*

- and Business Economics. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2022-0241>
- Sidabutar D E dan Seprini. (2022). Pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan rambah. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 11(2), 24–34.
- Triandini E, Jayanata S, Indrawan A, Putra G W dan Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platform dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)* Vol. 1, No. 2, Februari 2019
- Widiastuti E. (2019). Peningkatan pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan sumber daya manusia sebagai strategi keberlangsungan usaha pada umkm batik di kabupaten banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 21(1).