

Penguatan Usaha Melalui Financial Planning dan Marketing Mix pada UMKM Keripik di Desa Karangduren

Feti Fatimah¹⁾, Nina Martiana²⁾, Budi Santoso³⁾

Universitas Muhammadiyah Jember^{1),2)3)}

Email: fetifatimah@unmuhjember.ac.id¹⁾, ninamartiana@unmuhjember.ac.id²⁾, budisantoso@unmuhjember.ac.id³⁾

Diterima: Juni 2023 | Dipublikasikan: Februari 2024

Abstrak

Mitra merupakan Kelompok UMKM Keripik Rahayu dengan alamat dusun Krajan 2 RT 03 RW 08 Desa Karangduren Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, yang beranggotakan 5 UMKM Keripik, dipimpin oleh Ibu Yayuk Wahyuningsih. Kelompok UMKM Keripik Rahayu beranggotakan ibu ibu rumah tangga yang memiliki usaha pembuatan keripik. persoalan prioritas yang disepakati antara tim pengusul dengan mitra antara lain Skala prioritas pertama ditekankan pada pelatihan dan pendampingan membuat Financial Planning. Skala prioritas kedua ditekankan pada pelatihan dan pendampingan mengaplikasikan marketing mix dalam menjalankan usaha. Guna menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra usaha, maka metode pendekatan yang digunakan dalam Program Kemitraan Masyarakat Stimulus ini adalah dengan menggunakan pendekatan problem solving dan partisipatif
Kata Kunci : UMKM Keripik, Financial Planning, marketing mix

Abstract

Partners are the Rahayu Chips UMKM Group with the address of Krajan 2 hamlet RT 03 RW 08 Karangduren Village, Balung District, Jember Regency, which consists of 5 Chips UMKM, led by Mrs. Yayuk Wahyuningsih. The Rahayu Chips UMKM group consists of housewives who have a chip-making business. Priority issues agreed upon between the proposing team and partners include, among other things, the first priority scale is emphasized on training and assistance in making Financial Planning. The second priority scale is emphasized on training and mentoring in applying the marketing mix in running a business. In order to solve the problems faced by business partners, the approach method used in this Stimulus Community Partnership Program is to use a problem solving and participatory approach.
Keywords: Chips SMEs, Financial Planning, marketing mix

Pendahuluan

Keripik pisang produksi UMKM di desa Karangduren memiliki ciri khas tersendiri dan diminati masyarakat sampai luar kota namun dalam pengelolaan usahanya belum menerapkan *Financial Planning* dan *Marketing Mix* sehingga usahanya sulit berkembang dan sulit mengetahui kondisi keuangan perusahaan, apalagi belum adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan uang perusahaan. *Financial Planning* adalah persiapan atau koordinasi terhadap rencana-rencana dalam rangka untuk mempersiapkan keinginan dan tujuan keuangan dimasa mendatang (Bertisch., 1994). Mengaplikasikan *Financial Planning* dalam usaha adalah melakukan perencanaan keuangan dan pencatatan keluar masuknya uang sehingga mencapai tujuan keuangan dimasa datang.

Marketing mix sebagai suatu strategi kegiatan pemasaran untuk mendapat kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan (B. Alma, 2016). *Marketing mix* terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* (R. Saragih and D. M. Elisabeth, 2020). Dengan menerapkan *marketing mix* maka produk, harga, tempat memasarkan serta kegiatan promosinya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang dituju sehingga usaha UMKM semakin berkembang (Suci, 2009).

Kegiatan ini melibatkan 3 (tiga) mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Univesitas Muhammadiyah Jember dengan harapan agar mereka belajar bagaimana penerapan *Financial Planning* dan *Marketing Mix* Pada UMKM keripik serta membantu terlaksananya kegiatan ini.



Gambar 1 Identifikasi masalah yang dihadapi mitra



Gambar 2 Kemasan keripik yang belum menarik perhatian konsumen



Gambar 3 Kemasan keripik yang belum menarik perhatian konsumen

Mitra merupakan Kelompok UMKM Keripik Rahayu dengan alamat dusun Krajan 2 RT 03 RW 08 Desa Karangduren Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, yang beranggotakan 5 UMKM Keripik, dipimpin oleh Ibu Yayuk Wahyuningsih. Kelompok UMKM Keripik Rahayu beranggotakan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha pembuatan keripik. UMKMini berada di sebelah selatan pusat kota Kabupaten Jember, sekitar 31,7 km dari Universitas Muhammadiyah Jember.

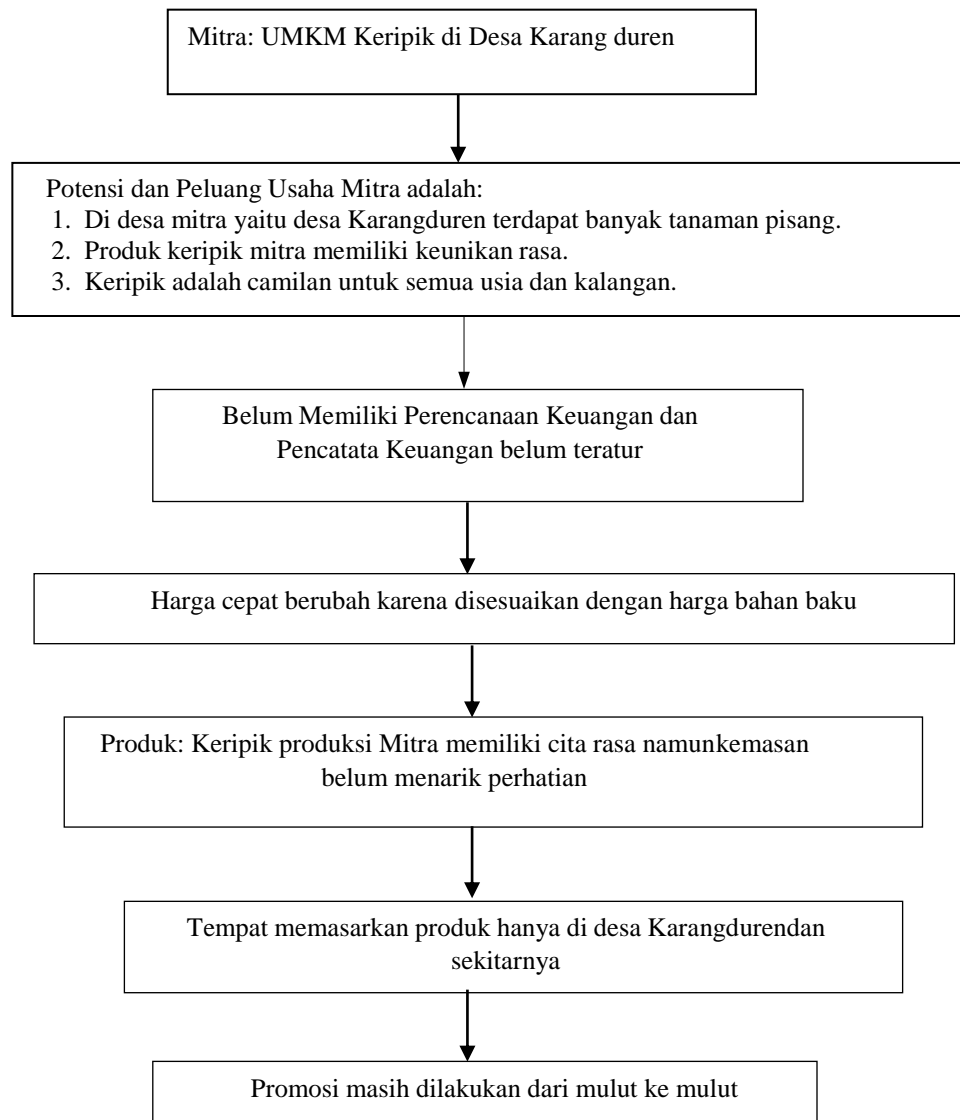
Berdasarkan pengamatan awal, maka diperoleh beberapa identifikasi masalah yang dihadapi mitra, antara lain:

- a. Belum menerapkan *Financial Planning* pada usahanya.
- b. Belum ada pencatatan keuangan pada usahanya
- c. Belum ada pemisahan uang perusahaan dengan uang pribadi
- d. Belum menerapkan *marketing mix* dalam usahanya, yaitu
 - 1) Kemasan produk sangat sederhana dan belum menarik perhatian
 - 2) Harga cepat berubah karena disesuaikan dengan harga bahan baku sehingga sering mengecewakan konsumen
 - 3) Tempat memasarkan produk hanya di desa Karangduren dan sekitarnya
 - 4) Promosi masih dilakukan dari mulut ke mulut

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijumpai pada mitra bahwa masalah yang dihadapi oleh mitra usaha cukup banyak. Oleh karena itu, diperlukan adanya justifikasi persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan selama pelaksanaan program PKMS. Beberapa justifikasi persoalan prioritas yang disepakati antara tim pengusul dengan mitra antara lain.

- a. Skala prioritas pertama ditekankan pada pelatihan dan pendampingan membuat *Financial Planning*.
- b. Skala prioritas kedua ditekankan pada pelatihan dan pendampingan mengaplikasikan *marketing mix* dalam menjalankan usaha.

Ringkasan potensi dan peluang usaha, produksi dan manajemen usaha mitra disajikan pada Gambar 4.



Gambar 1 Ringkasan Potensi dan Peluang Usaha, Keuangan, Produk, Harga, TempatMemasarkan dan Promo

Metode Pelaksanaan

Tahapan yang akan dilakukan agar solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra agar terlaksana dirinci dalam Tabel 1 dan Gambaran Metode penerapan manajemen terpadu dan kewirausahaan yang akan ditransfer kepada Mitra diterangkan dalam Tabel 2.

Tabel 1. Tahapan Pemecahan Masalah Mitra

Tahapan	Uraian
Tahap 1	Diskusi dengan mitra untuk menentukan skala prioritas pemecahan masalah.
Tahap 2	Pelatihan dan pendampingan penerapan <i>Financial Planning</i>
Tahap 3	Pelatihan dan pendampingan pencatatan bukti-bukti transaksi baik pengeluaran dan penerimaan, Pembuatan laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi
Tahap 4	Pelatihan dan pendampingan penerapan <i>marketing mix</i> sehingga dapat meningkatkan kemajuan usaha
Tahap 5	Evaluasi dan Pendampingan setelah kegiatan pelatihan

Tabel 2 Gambaran Metode Penerapan *Financial Planning* dan *Marketing Mix*

Solusi	Luaran	Tahapan
Penerapan <i>Financial Planning</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu membuat perencanaan keuangan 2. Mampu membuat pembukuan keuangan 3. Mampu membuat pencatatan transaksi dan pelaporan keuangan 	Mampu membuat perencanaan keuangan
Penerapan <i>Marketing Mix</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu membuat kemasan produk yang menarik perhatian konsumen 2. Mampu menentukan harga yang dapat bersaing dan menimbulkan kesan positif pada konsumen 3. Mampu memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas 4. Mampu melakukan promosi baik secara offline maupun online dengan kalimat dan gambar yang mudah dimengerti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan dan pendampingan membuat kemasan produk yang menarik perhatian konsumen 2. Pelatihan dan pendampingan menentukan harga yang dapat bersaing dan menimbulkan kesan positif pada konsumen 3. Pelatihan dan pendampingan memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas

Guna menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra usaha, maka metode pendekatan yang digunakan dalam Program Kemitraan Masyarakat Stimulus ini adalah dengan menggunakan pendekatan *problem solving* dan partisipatif. Diharapkan dengan menggunakan pendekatan *problem solving*, permasalahan mitra segera dapat diketahui dan diselesaikan. Juga menggunakan pendekatan partisipatif karena diharapkan mitra usaha turut memiliki andil dan aktif dalam kegiatan ini. Hal ini disebabkan karena yang mengetahui permasalahan yang terjadi dalam diri mitra sebenarnya adalah mitra sendiri, sehingga mitra harus turut dalam proses penyelesaian persoalan yang mitra hadapi dan tim pengusul hanya sebagai fasilitator yang mengantarkan mitra dalam pemecahan masalah (*win-win solution*) dan pencapaian tujuan.

Solusi untuk mengatasi permasalahan mitra yang mana mitra merupakan subyek pada Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) diharapkan dapat berkontribusi dan ikut berpartisipasi aktif atas program ini. Beberapa partisipasi mitra dalam melaksanakan program yakni:

1. Mitra bersedia selalu melakukan koordinasi dengan Tim Pengusul terkait beberapa solusi dan target luaran yang ditawarkan.
2. Mitra bersedia terlibat aktif dan responsif dalam kegiatan yang direncanakan.

Mitra bersedia untuk melanjutkan program yang telah dilaksanakan secara mandiri dan berkelanjutan sehingga diharapkan usahanya semakin maju, mandiri dalam ekonomi dan banyak menyerap tenaga kerja.

Hasil Kegiatan

Kondisi Daerah Pengabdian

Balung adalah kecamatan Kabupaten Jember, [Provinsi Jawa Timur](#), [Indonesia](#). Terletak di sebelah selatan Kabupaten Jember, sekitar 24 km dari ibu kota kabupaten, Kecamatan Balung dilintasi oleh jalan raya yang menghubungkan [Kabupaten Jember](#) dengan [Kabupaten Lumajang](#). Ibu kotanya berada di [Balung Lor](#). Kecamatan Balung (khususnya di Gumelar, Balung Lor, dan Balung Kulon) dilewati oleh Sungai Bedadung, sungai besar di Kabupaten Jember, yang menuju ke muara di Pantai Puger, Kecamatan Puger, sebelah selatan Balung. Sungai Bedadung ini membelah desa Balung Lor menjadi dua, yakni bagian barat dan timur, dan sampai saat ini hanya tersedia satu jembatan besar untuk melintasinya. Hal inipun menjadi salah satu penyebab kemacetan pada jam-jam sibuk.

Komoditas utama kecamatan ini adalah beras dan tembakau. Pertanian adalah sektor utama pekerjaan penduduk Balung, diikuti perdagangan. Kegiatan perdagangan utama Kecamatan Balung terdapat di pasar kecamatan yang berada di Balung Lor, ibu kota kecamatan. Pasar ini terletak di persimpangan jalan menuju Kecamatan Rambipuji dan Kecamatan Ambulu, sehingga aktivitas di pasar ini makin semarak. Di seberang jalan Pasar Balung terdapat Masjid Jami' Balung, yang merupakan masjid kecamatan. Di sebelah selatan pertigaan utama Balung juga terdapat pasar yang cukup ramai, termasuk pasar buah.

Tempat perbelanjaan utama di kecamatan Balung adalah Pasar Balung yang terletak di pertemuan Jl. Rambipuji dan Jl. Ambulu, dua jalan utama yang melintasi jantung kota kecamatan. Pasar Balung terdiri dari bagian dalam, yang menjual bermacam-macam dagangan dalam bentuk kumpulan jongko atau tempat berjualan, dan bagian luar, mengelilingi pasar, dalam bentuk toko. Praktis, kegiatan keramaian di kecamatan Balung berada di sekitar Pasar Balung ini. Selain Pasar Balung, terdapat pasar tambahan di bagian selatan Balunglor, Jl. Puger, berdekatan dengan perbatasan dengan Balungkulon. Semula di lokasi ini disebut Pasar Senenan atau Pasar Kemisan, karena pada hari Senin dan Kamis digunakan sebagai pasar hewan, selanjutnya mulai dikenal dengan nama Pasar Buah, karena komoditas utama penggantinya adalah buah-buahan. Berikutnya dengan relokasi pedagang sayur-mayur yang sebelumnya berjualan di trotoar di Jl. Rambipuji, Pasar Buah ini menjadi tempat jual-beli keperluan memasak di pagi hari, khususnya sayur-mayur.

Di toko-toko yang mengelilingi Pasar Balung dijual bermacam-macam jenis dagangan, sesuai jenis toko tsb. dan merupakan kawasan awal perdagangan dalam bentuk toko di Balung. Sejak tahun 2000-an, mulai bermunculan swalayan kecil waralaba, seperti Alfamart dan Indomaret di beberapa lokasi di Balung. Pada tanggal 12 Maret 2016, di Balung dibuka swalayan besar, yaitu Dira Shopping Center, terletak di Jl. Puger, termasuk desa Balung Kulon.

Terdapat delapan desa di Kecamatan Balung, sebagai berikut:

1. Balung Kidul
2. Balung Kulon
3. Balung Lor
4. Curah Lele
5. Gumelar
6. Karangduren
7. Karang semanding

8. Tutul

Tempat pengabdian masyarakat adalah Desa Karangduren. Jumlah penduduk Desa Karangduren sebanyak 6.463 jiwa, yang terdiri dari 3.312 jiwa penduduk laki-laki dan 3.151 jiwa penduduk perempuan. Dengan jumlah penduduk Desa Karangduren yang banyak, tentunya perlu perhatian khusus baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Pertumbuhan penduduk yang besar sangat berpengaruh terhadap pembangunan suatu daerah, dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan. Dengan adanya pendidikan ini lah maka akan membentuk masyarakat yang mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas atau merubah pola pikir yang lebih baik.

Potensi daerah Desa Karangduren mayoritas mata pencaharian masyarakatnya yakni rata-rata petani. Lahan pertanian yang berada di Desa Karangduren digunakan untuk menanam jagung, padi, tembakau, dan lainnya.

1. Peserta Pelatihan Pelatihan ini diikuti sejumlah 15 peserta. 7 peserta lulusan Sarjana (S1) dan 8 peserta lulusan SMU dengan usia rata-rata 30 tahun.
2. Komentar Peserta Peserta pelatihan kebanyakan sangat antusias terhadap mengikuti pelatihan ini. Bu Rida bertanya cara mengembangkan usaha. Bu Siti menanyakan bagaimana memupuk sikap wirausaha. Sedangkan yang lainnya mengharapkan adanya pelatihan/pembelajaran tentang Penguatan Usaha Melalui *Financial Planning* dan *Marketing Mix* Pada UMKM Keripik di Desa Karangduren.
3. Produk Pelatihan Pelatihan ini menghasilkan bagaimana cara Penguatan Usaha Melalui *Financial Planning* dan *Marketing Mix* Pada UMKM Keripik di Desa Karangduren.

Gambaran Ipteks yang di Transfer kepada Mitra

Transfer knowlagde dan *skill* pada mitra adalah bersifat *problem solving* sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh mitra. Adapun masalah yang dihadapi mitra adalah

1. Belum ada pencatatan keuangan pada usahanya
2. Belum ada pemisahan uang perusahaan dengan uang pribadi
3. Belum menerapkan *marketing mix* dalam usahanya, yaitu
 - a. Kemasan produk sangat sederhana dan belum menarik
 - b. Harga cepat berubah karena disesuaikan dengan harga bahan baku sehingga sering mengecewakan konsumen
 - c. Tempat memasarkan produk hanya di desa Karangduren dan sekitarnya

d. Promosi masih dilakukan dari mulut ke mulut

Penyelesaian masalah tersebut dengan cara:

1. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam penerapan *Financial Planning* dalam usahanya. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra tentang *Financial Planning* melalui kegiatan:
 - a. Pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana membuat *Financial Planning* terutama dalam pencatatan keluar masuknya uang.
 - b. Pelatihan dan pendampingan pencatatan bukti-bukti transaksi baik pengeluaran dan penerimaan serta pembuatan laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi.
2. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam penerapan *marketing mix* dalam usahanya. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra tentang *marketing mix* melalui kegiatan:
 - a. Pelatihan dan pendampingan membuat kemasan yang dapat menarik konsumen.
 - b. Pelatihan dan pendampingan menentukan harga yang dapat menarik konsumen.
 - c. Pelatihan dan pendampingan menentukan tempat memasarkan produk.
 - d. Pelatihan dan pendampingan melakukan promosi baik secara *offline* maupun *online*.

Metode untuk menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra usaha yang digunakan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini adalah dengan menggunakan pendekatan *problem solving* dan partisipatif. Diharapkan dengan menggunakan pendekatan *problem solving*, permasalahan mitra segera dapat diketahui dan diselesaikan. Juga menggunakan pendekatan partisipatif karena diharapkan mitra usaha turut memiliki andil dan aktif dalam kegiatan ini. Hal ini disebabkan karena yang mengetahui permasalahan yang terjadi dalam diri mitra sebenarnya adalah mitra sendiri, sehingga mitra harus turut dalam proses penyelesaian persoalan yang mitra hadapi dan tim pengusul hanya sebagai fasilitator yang mengantarkan mitra dalam pemecahan masalah (*win-win solution*) dan pencapaian tujuan. Oleh karena itu, diperlukan partisipasi mitra dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) ini.

Metode *Problem Solving* yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada agar usaha mitra semakin maju sehingga semakin banyak menyerap tenaga kerja. Metode *problem solving* meliputi pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan yang selama ini tidak pernah dilakukan oleh pihak manapun kepada mitra sebagaimana yang diuraikan pada SOP Pendampingan ini

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

- a. Penerapan *Financial Planning* agar keuangan terencana.
- b. Penerapan *Marketing Mix* oleh mitra dalam menjalankan usaha dilakukan secara menyeluruh yang mana selalu menjaga kualitas dan berusaha selalu memuaskan konsumen.
- c. Inovasi strategi pemasaran baik secara *offline* maupun *online* yang tepat dilakukan oleh mitra agar usaha mitra semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- d. Mitra membuat laporan keuangan agar dapat mengetahui dengan pasti perkembangan usahanya.

Saran

- a. Dari segi pemasaran perlu adanya pendampingan dalam memperbaiki pemasaran produk yang dihasilkan karena mitra belum melakukan promosi secara teratur.
- b. Menjaga kualitas produk yang dihasilkan dan penambahan wawasan mengenai *Financial Planning* dan *Marketing Mix* pada mitra merupakan hal yang masih perlu pendampingan agar tercapai tujuan dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini.

Ucapan Terimakasih

- a. Lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Universitas muhammadiyah jember Telah Membiayai Kegiatan
- b. Kepada mitra yang diberikan kesempatan untuk dijadikan objek dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini

Daftar Pustaka

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember*. National Multidisciplinary Sciences, Vol 1 No 3, 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- B. Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bertisch. (1994). *Personal Finance*. Harcout Braceand Company.
- Fatqurhohman, F., and R. Rusdiyanto. 2022. "Pelatihan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Online Di Madrasah Aliyah At-Taqwa Jember." Jurnal

- Pengabdian Masyarakat Manage Vol 3 No 2. 99-108. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v3i2.8317>
- Herlambang, T., & Rusdiyanto, R. (2022). *Pelatihan Literasi Keuangan Untuk Peningkatan Kapasitas Usaha pada Pelaku Usaha Mikro*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage, 3(1), 47-58. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v3i1.7379>
- Hafidzi, Achmad Hasan & Qomariah, Nurul. (2022) The Role of Return on Asset Mediation in Influencing Corporate Social Responsibility on Stock Returns in Manufacturing Companies. J. Qual. Access Success. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.30>
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. Jurnal Aplikasi Manajemen, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Qomariah, N., Sari, M. I., & Budiarti, D. A. (2016). *Perbandingan kinerja reksadana syariah dan reksadana konvensional (pada reksadana saham dan reksadana pendapatan tetap yang terdaftar di BEI periode 2010-2014)*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 20(3), 417-427. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.273>
- Rusdiyanto, (2022). *Sosialisasi dan Pendampingan Penerapan Pembagian Harta Bersama Pasca Perceraian Menurut UU No 16 Tahun 2019 dan Kompilasi Hukum Islam*. Jurnal Pengabdian Mujtama. 2 (2). 61-68. <https://doi.org/10.32528/mujtama'.v2i2.7628>.
- Rusdiyanto, 2019. *Upaya Penciptaan Budaya Religius dilingkungan Kampus Universitas Muhammadiyah Jember*. Tarlim: Jurnal Pendidikan Agama Islam. Vol 2 No 1. 43-54 <https://doi.org/10.32528/tarlim.v2i1.2070>
- R. E. Supeni, Nurhayati, N. Puspitasari, D. Wulandari, and M.I. Sari, “Does Indonesian businesswomen entrepreneurial orientation of small and medium enterprises (SMEs) matter in their financial performance?,” Seybold Rep., vol. 18, pp. 322–340, 2023, doi: 10.17605/OSF.IO/QKBSZ
- Syafi'i, Muhammad & Rusdiyanto (2023). *Pendampingan Pengelolaan Keuangan Melalui Produk Tabungan Pendidikan Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember*, Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage Vol. 4 No 2. <https://doi.org/10.32528/manage.v4i02.558>
- Satoto, Budi, Eko. (2023). *Boosting Homeownership Affordability for Low-Income Communities in Indonesia*. International journal of sustainable Development and Planning. Hal 1365-1376. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180506>
- Setianingsih, Wahyu Eko & Nursaidah. (2023). *How Does Hotel Service Innovation Affect Experiential Value and Consumer Decisions to Stay in Hotels?*. Jurnal Manajemen Bisnis. Hal 62-178. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16601>
- Sanosra, Abadi. Hakim, Arief Rahman. Cahyono, Dwi. Qomariah & Nurul.Thamrin, Muhammad. (2022) *Role of Knowledge Sharing and Leadership Style in Improving Employee Performance With Work Culture As An Intervening Variable*. JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.14>
- Susbiyani, A., Halim, M., & Animah, A. (2022). *Determinants of Islamic social reporting disclosure and its effect on firm's value*. Journal of Islamic Accounting and Business Research. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0277>
- Suci, R. P. (2009). *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.11, No