



Penerapan Teori Pengambilan Keputusan Untuk Mengatasi Kendala Operasional dan Meningkatkan Daya Saing UMKM Angkringan

**Purnama Fazri¹, Raihan Ilham Ramadani²,
Rizki Radmhoni³, Ridha Firdaus⁴, Ujang Suherman⁵**

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3,4,5}

e-mail: mn22.purnamafazri@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, contributing significantly to gross domestic product (GDP) and employment. This study aims to explore the application of decision-making theory in helping MSMEs address these challenges and enhance their competitiveness. Using a qualitative descriptive approach, this research analyzes the main challenges of MSMEs in the areas of labor, capital, raw materials, and marketing. The findings indicate that theory-based decision-making helps MSMEs systematically evaluate strategic alternatives, identify risks, and determine the best solutions. Workforce training, structured financial management, collaboration with local suppliers, and digital marketing strategies are effective solutions for improving operational efficiency and competitiveness. The implications of this study highlight the importance of decision-making theory as a strategic guide for MSMEs to achieve business sustainability amidst increasingly complex market competition. The practical recommendations from this research serve as a guideline for MSMEs to manage their businesses more effectively and innovatively.

Keywords: MSMEs, Decision-Making, Strategy, Competitiveness, Efficiency.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan teori pengambilan keputusan dalam membantu UMKM mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan daya saing mereka. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis kendala utama UMKM pada aspek tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan berbasis teori dapat membantu UMKM mengevaluasi alternatif strategis secara sistematis, mengidentifikasi risiko, dan menentukan solusi terbaik. Pelatihan tenaga kerja, pengelolaan modal yang terstruktur, kolaborasi dengan pemasok lokal, serta strategi pemasaran digital merupakan solusi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya penerapan teori pengambilan keputusan sebagai panduan strategis bagi UMKM untuk mencapai keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks. Rekomendasi praktis dari penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih efektif dan inovatif.

Kata Kunci: UMKM, Pengambilan Keputusan, Strateg, Daya Saing, Efisiensi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Sektor ini menyumbang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, menjadikannya motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam perkembangannya, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga berpotensi untuk bersaing di pasar global. Namun, di balik kontribusinya yang besar, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam konteks persaingan yang terus meningkat seiring globalisasi dan perkembangan teknologi.

Kendala utama yang sering dihadapi oleh UMKM meliputi keterbatasan akses terhadap teknologi, keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan manajerial, serta kurangnya kemampuan untuk beradaptasi (Supriyanto *et al.*, 2024). Tantangan-tantangan ini semakin diperburuk oleh lingkungan bisnis yang tidak menentu, perubahan preferensi konsumen yang cepat, serta tekanan kompetitif dari perusahaan-perusahaan besar maupun produk impor. Dalam menghadapi kondisi tersebut, dibutuhkan strategi yang inovatif dan pendekatan yang efektif agar UMKM dapat bertahan dan berkembang. Pengembangan keterampilan manajerial, pemanfaatan teknologi secara optimal, serta kemampuan untuk merespons perubahan pasar secara cepat akan menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif (Supriyanto, Jayanti, *et al.*, 2023).

Salah satu pendekatan yang relevan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM adalah penerapan teori pengambilan keputusan. Teori ini memberikan kerangka kerja sistematis untuk membantu pelaku UMKM dalam menghadapi berbagai pilihan strategis di tengah kondisi yang tidak pasti. Dengan memanfaatkan teori pengambilan keputusan, pelaku UMKM dapat mengevaluasi setiap alternatif tindakan secara rasional, mengidentifikasi potensi risiko, serta menentukan langkah yang paling tepat untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka. Pengambilan keputusan yang efektif tidak hanya membantu pelaku usaha untuk mengatasi kendala operasional yang ada, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif (Supriyanto, 2022); (Supriyanto *et al.*, 2021). Pendekatan ini memungkinkan UMKM untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan terukur, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan dan kesuksesan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji manfaat penerapan teori pengambilan keputusan dalam konteks UMKM. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi pendekatan dan strategi pengambilan keputusan yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan

memahami teori pengambilan keputusan, diharapkan pelaku UMKM dapat memiliki panduan praktis dalam mengelola usaha mereka secara lebih efisien dan efektif. Kajian ini menjadi sangat relevan dalam mendukung pengembangan UMKM, terutama di Indonesia, di mana sektor ini memegang peran vital dalam perekonomian. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai cara memanfaatkan teori pengambilan keputusan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, sekaligus menciptakan peluang baru yang mampu mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif untuk memahami penerapan teori pengambilan keputusan dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fokus utama penelitian adalah menggambarkan dan menganalisis bagaimana pelaku UMKM membuat keputusan strategis dalam menghadapi tantangan persaingan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, serta dampaknya terhadap kinerja UMKM, khususnya dalam pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM sebagai instrumen utama, dan data yang dikumpulkan mencakup informasi primer melalui wawancara serta data sekunder dari dokumen pendukung, seperti laporan keuangan dan catatan operasional. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi kendala dalam pengelolaan sumber daya dan bagaimana teori pengambilan keputusan dapat digunakan untuk mengatasi masalah tersebut. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran mendalam tentang kendala yang dihadapi UMKM, tetapi juga menghasilkan rekomendasi berbasis teori untuk meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dalam bisnis kecil dan menengah.

PEMBAHASAN

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang melibatkan pemilihan tindakan terbaik di antara berbagai alternatif untuk mencapai tujuan tertentu. Beberapa ahli memberikan definisi yang beragam mengenai konsep ini. Menurut (Simon, 1977), pengambilan keputusan adalah inti dari manajemen, di mana pemimpin harus memilih tindakan terbaik dari beberapa alternatif yang ada. Stephen P. Robbins memandangnya sebagai proses identifikasi masalah, analisis alternatif, dan pemilihan solusi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan organisasi. Trewatha dan Newport menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih tindakan berdasarkan serangkaian kriteria yang telah ditentukan. Setiap individu atau organisasi memiliki gaya pengambilan

keputusan yang unik. Rowe dan Mason mengklasifikasikan gaya tersebut menjadi beberapa tipe, yaitu: directive yang cepat, berorientasi pada tugas, dan efisien; analytical yang mengutamakan data, analisis mendalam, dan logika; conceptual yang fokus pada ide kreatif dan inovasi jangka panjang; serta behavioral yang berorientasi pada manusia, mendengarkan, dan bekerja tim (Nafira and Supriyanto, 2022).

Pengambilan keputusan umumnya melalui tahapan-tahapan tertentu, seperti yang dijelaskan oleh (Simon, 1977), mulai dari identifikasi masalah, diagnosis, pengembangan alternatif, evaluasi alternatif, pemilihan alternatif, implementasi keputusan, hingga evaluasi keputusan untuk mengukur keberhasilannya. Menurut (Robbins & Judge, 2013) menambahkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan, langkah-langkah yang dilalui mencakup pengumpulan informasi untuk memahami konteks masalah, analisis data untuk menemukan pola dan hubungan yang signifikan, perumusan keputusan untuk menghasilkan pilihan terbaik, serta penggunaan umpan balik untuk meningkatkan proses di masa depan. Kualitas keputusan dapat diukur berdasarkan beberapa faktor, seperti ketepatan keputusan yang didasarkan pada informasi akurat, kecepatan pengambilan keputusan yang tetap efektif, efektivitas dalam mencapai tujuan yang diinginkan, efisiensi dalam penggunaan sumber daya, dan penerimaan keputusan oleh pihak terkait (Lestari and Supriyanto, 2022).

Berkaitan dengan hasil observasi lapangan yang bertujuan untuk memberdayakan UMKM angkringan guna mendukung ekonomi kreatif, serta untuk mengetahui kendala yang dialami oleh pemilik angkringan dalam menjalankan usaha mereka, pada tanggal 29 November 2024 dilakukan wawancara dengan beberapa pemilik angkringan untuk meminta informasi mengenai permasalahan yang mereka hadapi. Permasalahan-permasalahan yang disampaikan oleh para pemilik angkringan tersebut kemudian dituangkan dalam artikel yang kami buat. Penelitian ini membandingkan kendala pengambilan keputusan yang dihadapi oleh pelaku UMKM angkringan. Berdasarkan data yang terkumpul, ditemukan bahwa ada empat aspek utama yang menjadi kendala, yaitu pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran, yang memengaruhi keberlanjutan usaha secara signifikan.

Pengelolaan tenaga kerja merupakan salah satu tantangan utama dalam operasional (Supriyanto, Chikmah, *et al.*, 2023). Sebagian besar angkringan mempekerjakan tenaga kerja lokal tanpa pelatihan khusus, dan perekrutan seringkali dilakukan berdasarkan hubungan personal, sehingga kompetensi tenaga kerja tidak selalu sesuai dengan kebutuhan usaha. Hal ini mengakibatkan tingginya pergantian tenaga kerja, terutama pekerja part-time, yang pada gilirannya mengganggu kelancaran operasional usaha. Untuk mengatasi hal ini, disarankan untuk memberikan insentif berbasis kinerja atau fleksibilitas waktu

kerja agar tenaga kerja lebih termotivasi dan bertahan lebih lama, serta memperkenalkan proses perekrutan yang lebih profesional untuk memastikan kesesuaian antara karyawan dan kebutuhan usaha. Pemilik angkringan sering mengalami kesulitan dalam mengatur jadwal kerja yang efisien karena keterbatasan jumlah tenaga kerja. Hal ini berimbas pada jam operasional yang tidak maksimal, terutama pada saat jam sibuk. Untuk mengatasi masalah ini, disarankan untuk menerapkan jadwal shift yang lebih terstruktur dan perencanaan tenaga kerja yang lebih baik guna memastikan ketersediaan staf yang cukup dan meningkatkan produktivitas. Di sisi lain, kurangnya pelatihan formal untuk tenaga kerja menyebabkan mereka kurang memahami standar pelayanan pelanggan yang baik, yang pada akhirnya berdampak pada ketidakpuasan pelanggan. Penting untuk menyediakan pelatihan dasar mengenai pelayanan pelanggan dan pengelolaan pesanan, yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan.

Pengelolaan modal menjadi salah satu kendala yang signifikan dalam operasional UMKM Angkringan. Sebagian besar pemilik angkringan mengandalkan dana pribadi atau pinjaman informal dari keluarga untuk modal usaha. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam melakukan ekspansi usaha atau pembelian peralatan baru, seperti gerobak tambahan, yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas usaha. Untuk mengatasi masalah ini, disarankan untuk memanfaatkan program pinjaman mikro dari pemerintah atau platform pendanaan digital yang dapat memberikan akses pendanaan yang lebih mudah dan terjangkau. Sebagian besar angkringan juga tidak memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur karena sebagian besar transaksi dilakukan secara tunai. Hal ini menyebabkan pemilik kesulitan dalam memantau arus kas dengan jelas, sehingga sering kali mengalami defisit. Sebagai solusi, disarankan untuk menggunakan metode pencatatan keuangan yang sederhana, seperti aplikasi keuangan yang dirancang khusus untuk UMKM, yang dapat membantu pemilik dalam mengelola keuangan dengan lebih efisien dan transparan.

Berikut adalah tabel perbandingan sederhana untuk beberapa aspek yang biasanya relevan dengan UMKM angkringan:

Pemasaran menjadi aspek yang sangat menantang bagi UMKM Angkringan. Sebagian besar pemilik angkringan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, dan beberapa juga menggunakan media sosial atau strategi pemasaran modern. Namun, cara-cara ini memiliki dampak terbatas, yang menyebabkan jangkauan pasar angkringan hanya terbatas pada pelanggan lokal. Solusi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan layanan pesan antar, untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, serta meningkatkan visibilitas usaha di dunia maya. Lokasi usaha sering kali dipilih tanpa melakukan analisis pasar yang memadai, sehingga angkringan kurang

strategis dalam menarik pelanggan baru. Dampaknya, jumlah pelanggan menjadi menurun, terutama di area dengan lalu lintas rendah. Untuk mengatasi hal ini, pemilik angkringan dapat menggunakan analisis sederhana untuk memilih lokasi usaha yang memiliki potensi tinggi dalam menarik pelanggan. Kehadiran warung modern atau kedai kopi kecil yang menawarkan suasana lebih nyaman juga menjadi tantangan bagi angkringan, terutama dalam bersaing dengan daya tarik yang ditawarkan kepada pelanggan muda. Sebagai solusi, angkringan dapat mengembangkan konsep yang lebih modern, namun tetap mempertahankan ciri khas tradisional, untuk menarik pelanggan yang lebih beragam dan meningkatkan daya saing.

Pengelolaan bahan baku menjadi salah satu tantangan penting bagi UMKM Angkringan. Sebagian besar angkringan mengalami kendala dalam mendapatkan bahan baku segar, terutama untuk menu tertentu, seperti sate usus atau gorengan. Masalah ini berdampak pada penurunan kualitas makanan yang disajikan, yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Sebagai solusi, disarankan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pemasok lokal yang dapat menyediakan bahan baku secara konsisten, memastikan kualitas bahan baku tetap terjaga. Keterbatasan ruang penyimpanan sering menyebabkan bahan baku tidak tersimpan dengan baik, yang mengarah pada pemborosan. Solusi untuk masalah ini adalah dengan mengadakan alat penyimpanan sederhana, seperti kotak pendingin, untuk menjaga kualitas bahan baku dan mengurangi pemborosan. Fluktuasi harga bahan baku, seperti beras, telur, dan minyak, juga sering terjadi, terutama saat musim tertentu. Fluktuasi harga ini dapat menurunkan margin keuntungan, karena harga jual sulit disesuaikan dengan kenaikan biaya bahan baku. Untuk mengatasi hal ini, disarankan untuk menyusun kontrak pembelian dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih stabil dan mengurangi dampak fluktuasi harga.

Tabel 1
Perbandingan UMKM Angkringan

Aspek	Angkringan A	Angkringan B	Angkringan B
Lokasi	Jalan Alteri	Area Car Free Night	Komplek Perumahan
Jam Operasional	18:00 - 24:00	16:00 - 01:00	17:00 - 22:00
Menu Andalan	Nasi kucing, sate usus, wedang jahe	Nasi goreng, gorengan, kopi susu	Mie instant , teh tarik, gorengan
Harga Rata-rata	Rp3.000 - Rp10.000	Rp5.000 - Rp15.000	Rp2.000 - Rp8.000
Fasilitas Tambahan	Wi-Fi	Musik akustik	Lesehan yang nyaman
Pemasaran	Mulut ke mulut	Media Sosial	Media sosial dan promo leaflet

Sumber: Data diolah, 2024

Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja menjadi kendala utama dalam operasional UMKM Angkringan, terutama karena sistem perekrutan dan pelatihan yang minim. Mayoritas angkringan mengandalkan tenaga kerja lokal tanpa melalui proses seleksi yang terstruktur. Hal ini berdampak pada rendahnya kompetensi tenaga kerja, terutama dalam memberikan layanan pelanggan yang baik. Ketidakmampuan dalam memberikan pelayanan yang optimal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan usaha angkringan itu sendiri.

Pengelolaan Modal

Keterbatasan modal menjadi kendala signifikan dalam pengambilan keputusan strategis UMKM Angkringan. Sebagian besar pemilik angkringan mengandalkan dana pribadi atau pinjaman informal, sehingga sulit untuk melakukan investasi yang diperlukan untuk pengembangan usaha. Keterbatasan modal ini juga menyulitkan pemilik angkringan untuk memperluas usaha, meningkatkan fasilitas, atau mengikuti perkembangan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional.

Pengelolaan Bahan Baku

Pengelolaan bahan baku menjadi kendala krusial dalam memastikan konsistensi produk Angkringan. Masalah ini terutama terkait dengan ketersediaan bahan baku yang terbatas, kualitas yang tidak konsisten, dan efisiensi dalam manajemen bahan baku. Ketidakteraturan dalam pengelolaan bahan baku dapat menghambat kelancaran operasional dan mempengaruhi kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan, yang berpotensi menurunkan kepuasan konsumen.

Pemasaran

Pemasaran menjadi salah satu aspek yang paling menantang bagi UMKM Angkringan. Keterbatasan dalam strategi promosi dan adaptasi terhadap tren pasar mengurangi daya saing usaha ini, terutama di tengah meningkatnya persaingan dengan warung modern atau kedai kopi yang lebih berfokus pada pengalaman pelanggan dan penggunaan teknologi dalam promosi. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan media sosial juga membuat banyak angkringan kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, yang berpotensi membatasi pertumbuhan usaha mereka (Dewi and Supriyanto, 2017).

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa teori pengambilan keputusan dapat membantu UMKM, khususnya sektor Angkringan, mengatasi berbagai tantangan seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Keterbatasan pelatihan tenaga kerja, akses modal yang minim, masalah

ketersediaan bahan baku, dan strategi pemasaran yang kurang efektif menjadi hambatan utama. Dengan menerapkan teori pengambilan keputusan, pelaku usaha dapat mengevaluasi pilihan strategis secara sistematis, mengidentifikasi risiko, dan memilih solusi terbaik. Pendekatan ini memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Implikasi penelitian ini adalah bahwa penerapan teori pengambilan keputusan dapat membantu UMKM, khususnya sektor Angkringan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Dengan pendekatan sistematis, pelaku usaha dapat mengatasi kendala seperti keterbatasan modal, pengelolaan tenaga kerja, masalah bahan baku, dan pemasaran. Pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran modern, dan akses pendanaan yang lebih baik dapat membuka peluang baru, meningkatkan daya saing, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Dewi, N.P. and Supriyanto, A. (2017) 'Dampak Media Sosial Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Pemasaran Berbasis Output Dan Biaya', *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2).
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Lestari, P.I. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi', *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), pp. 12-22.
- Nafira, S. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MS Glow pada Generasi Millennial dan iGeneration', *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 2(1), pp. 21-30.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
- Rowe, A. J., & Mason, R. O. (1987). *Managing with Style: A Guide to Understanding, Assessing, and Improving Decision Making*. Jossey-Bass.
- Simon, H. A. (1977). *The New Science of Management Decision*. Prentice-Hall.
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69-82.
- Supriyanto, A. et al. (2021) 'Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0', *JANAKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), pp. 55-65.
- Supriyanto, A. et al. (2024) 'Pendampingan Pembuatan Konten Digital Marketing Melalui Media Sosial pada CV Seleksi Alam Muria', *At Ta'dzim: Journal of Community Development*, 1(1), pp. 29-42.

- Supriyanto, A., Chikmah, I.F., et al. (2023) 'Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?', *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 1-16.
- Supriyanto, A., Jayanti, T., et al. (2023) 'The Influence of Perceived Credibility, Trustworthiness, Perceived Expertise, Likeability, Similarity, Familiarity, and Attractiveness on Purchase Intention: A Study on Halal Bakery Products in Kudus Regency', *NIZAM: International Journal of Islamic Studies*, 1(1), pp. 29-45.
- Trewatha, R. L., & Newport, M. G. (1982). *Management and Organizational Behavior*. South-Western Publishing.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.