



Pengaruh Kualitas Produk, Sistem Akuntansi, Dan Pemasaran Online Terhadap Kinerja Usaha UMKM Medan *The Kitchen Of Asia* (Mentai) Di Kota Medan

Ernita¹⁾, Bambang Suseno²⁾, Mustika Dewi³⁾, Muhammad Ilham⁴⁾

Program Studi Manajemen, Universitas Deli Sumatera

ernita@undas.ac.id¹⁾
bambangsuseno@unds.ac.id²⁾
mustikadewi@unds.ac.id³⁾
muhammadilham@unds.ac.id⁴⁾

Abstrak

Perkembangan industri kuliner semakin meningkat, sehingga menciptakan kompetisi bagi pelaku UMKM yang mempengaruhi kinerja UKM. Tentu ada upaya meningkatkan kinerja dengan cara kualitas prodyk, sistem akuntanasi dan pemasaran *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas produk, sistem akuntansi, dan pemasaran online terhadap kinerja UMKM. Populasi berjumlah 34 orang dengan teknik penarikan sampel dengan *nonprobability*metoda sampel jenuh maka semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik analisis data dengan regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesionet dan wawancara. Berdasarkan analisis statistik deskripsi nilai rata-rata kuliatas produk sebesar 38,88 pada ketegori baik, rata-rata sistem akunatasi sebesar 34,12 pada kategori baik, pemasaran *onliner* rata-rata sebesar 5 16,15 pada kategori baik dan kinerja UMKM sebesar 16,19 pada kategori baik. Berdasarkan hasil analisis regresi linerar secara parsial bahwa hasi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Kualita produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kineja UMKM, sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kineja UMKM dan pemasaran *online* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kinerja UMKM, Kualitas Produk, Sistem Akuntansi, Pemasaran *Online*

PENDAHULUAN

UMKM mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja dan menciptakan peluang investasi baik sekala daerah maupun regional (Dominczak, Fiedukowicz, & Olszewski, 2020). Keberadaan UMKM bagi Indonesia merupakan sesuatu yang sangat strategis dalam rangka meningkatkan perekonomian nasional, karena mampu menyerap jumlah pengangguran. UMKM dapat menjadi penggerak perekonomian suatu negara (Sumarwati & Rachman, 2019). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI tahun 2019 tentang perkembangan UMKM dengan Usaha besar (UB) sebagai berikut.

Tabel 1 Data UMKM dengan UB

Keterangan	UMKM	UB
Jumlah	65.465.497 Unit	5.637 unit
Menyerap Tenaga Kerja	119.562.843 jiwa	3.805.829 jiwa

Sumber: Website Kementerian Koperasi dan UKM RI

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa UMKM mengalami perkembangan lebih besar dari Usaha Besar dan menyerap tenaga kerja lebih banyak. Di sisi lain, semua industri serba digital. Ini dapat mendorong pengembangan bisnis dengan sangat cepat dan efektif, yang berkontribusi pada pengembangan jumlah UKM. Di tengah ketatnya perkembangan kelas menengah, industri makanan dan minuman tetap bertahan dan terus tumbuh sejak 2011.

Pertumbuhan ekonomi semakin tinggi, industri kulinerlah yang menampakan dalam menjaga eksistensinya. Hasil data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman atas dasar harga berlaku (ADHB) berada di angka Rp 1,12 kuadriliun pada tahun 2021. Semakin berkembang pesat industri makanan dan minuman menjadikan para pengusaha mencari solusi terbaik agar dapat kompeteisi dan eksistensi di segala perubahan lingkungan usaha yang terjadi (Rianto et al., 2021). Para pelaku UMKM meningkatkan kinerja yang baik dengan menciptakan usaha yang baru dan berbeda. Kinerja merupakan kumulatif hasil pekerjaan yang menjadi tolak ukur keberhasilan bagi sebuah entitas usaha dalam mencapai tujuan. Dalam menentukan kinerja UMKM harus mendiskripsikan situasi usaha secara empiris dengan sebuah skala ukur yang setuju bersama (Herman et al., 2018).

Kinerja merupakan seperangkat kegiatan manajemen yang memberikan suatu deskripsi berkaitan hasil yang sudah dicapai berupa keberhasilan dan kegagalan di bidang tanggung jawab publik yang telah dicapai dalam pemenuhan tugas dan tanggung jawabnya (Ranto, 2007). Kinerja adalah suatu hasil dari proses atau keberhasilan seseorang dalam menunaikan tugasnya dalam kurun waktu tertentu, baik secara kualitatif maupun kuantitatif (Mangkunegara, 2001). Kinerja UMKM adalah suatu ukuran penilaian yang dihasilkan oleh UMKM dalam kurun waktu tertentu. Indikator tercapainya perkembangan kinerja UMKM yaitu mengalami peningkatan keuntungan, bertambah pelanggan, bertambah penjualan, dan bertambah jumlah aset. (Setiawan & Feranita, 2018)

Ada faktor upaya dalam meningkatkan kinerja UMKM seperti kualitas produk, penggunaan sistem akuntansi dan pemasaran *online*. Kompetisi pasar yang semakin tinggi mendorong usaha makanan dan minuman melakukan upaya menjaga kualitas produk. Kualitas produk adalah fokus utama usaha dalam menentukan kebijakan sebagai upaya meningkatkan daya saing produk yang memberikan kontribusi kinerja usaha (Marbun, Yona, & Ariyati, 2016). Persepsi kualitas produk yang lebih tinggi juga mengarah pada penjualan dan kinerja bisnis yang lebih baik. Organisasi harus menetapkan standar kualitas dari awal dan mempertahankan tingkat kualitas ini dari waktu ke waktu (Kotler & Andreasen, 1995).

Kualitas produk adalah faktor yang mengakibatkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki nilai untuk tujuan diproduksinya produk tersebut dan memenuhi kebutuhan konsumen yang dituju oleh perusahaan. Jika produk memenuhi harapan konsumen, maka pembelian konsumen akan dengan sendirinya terjadi dan akan meningkatkan nilai penjualan perusahaan serta mengurangi keluhan konsumen. Faktor yang mempengaruhi kualitas makanan yaitu (1) warna, kombinasi warna sangat bermanfaat bagi konsumen. (2) Jelas, ungkapan "makan enak" tidak berlebihan. (3) Porsi, setiap porsi makanan memiliki standar penyajian tertentu yang disebut standar porsi. (4) bentuk dan bentuk makanan penting untuk menarik perhatian. (5) Suhu, konsumen menyukai variasi suhu antar makanan. (6) Tekstur, kekentalan dan keempukan makanan, serta bentuknya dapat dirasakan dari tekanan dan pergerakan reseptor di dalam mulut. (7) aroma, aroma merupakan reaksi makanan yang mempengaruhi konsumen, sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium bau makanan tersebut. (8) Kematangan dan kematangan makanan mempengaruhi struktur makanan. (9) Rasa, titik pengecap lidah adalah kemampuan untuk mempersepsikan hal-hal dasarnya yaitu. manis, asam, asin dan pahit (Gaman dan Sherrington dalam Sugiarto, 2014).

Sistem akuntansi merupakan kumpulan tenaga kerja, peralatan, informasi dan modal dalam suatu perusahaan yang bertanggung jawab atas informasi finansial seperti pencatatan dan pemrosesan berbagai transaksi yang terjadi dalam perusahaan. (Prastika & Djauhar, 2019). Dilapangan banyak terjadi pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan laporan keuangan



dengan baik bahkan tidak melakukan pencatatan atas transaksi usaha yang dijalankan. Pencatatan akuntansi sangat penting guna mengetahui laba bersih dari usaha yang dijalankan dan pengelolaan keuangan yang akurat dan jelas merupakan hal yang dibutuhkan pelaku UMKM agar kinerja meningkat dan terhindar aksi curang dalam perusahaan maupun diluar usaha. Saat ini pelaku UMKM dapat menggunakan teknologi untuk akuntansi seperti Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sehingga jika ketidakadaan sistem tersebut dipandang menjadi suatu kelemahan sebab lama nya mendapatkan informasi bagi UMKM (Ermawati & Arumsari, 2021). Kemudian sistem akuntansi memiliki arti suatu pencatatan dan pengendalian internal perusahaan sebagai sarana untuk memberikan informasi tentang keadaan finansial dan non finansial perusahaan, yang berguna untuk memonitoring segala sesuatu yang telah terjadi dan mengantisipasi hal-hal yang akan terjadi sebagai akibat dari berbagai keputusan (Aliyah & Hidayat, 2014).

Akuntansi memiliki peranan dalam memberikan keterangan data sebagai otoritas untuk pengambilan kebijakan suatu usaha (Wibowo, 2015). Akuntansi diartikan proses memasukan informasi transaksi sebagai input dan menghasilkan keterangan data akuntansi sebagai output. Kemudian, tujuan dari sistem informasi akuntansi adalah untuk mengoleksi dan menyimpan semua keterangan data keuangan yang mempengaruhi keuangan suatu usaha, kemudian mengelola dan mentransfer informasi tersebut kepada *stakeholder* yang membutuhkannya dari usaha tersebut (Juita, 2016). Sebab itu, sistem akuntansi memiliki peran penting bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja. Komponen dalam sistem akuntansi yang diukur melalui beberapa indikator yang terdiri atas 5 macam, yaitu *manusia, prosedur dan data, perangkat lunak, dan infrastruktur teknologi informasi* (Romney & Steinbart, 2011)

Pemasaran juga mempengaruhi kinerja UMKM, kegiatan pemasaran seperti penjualan, pengiklanan, promosi serta penetapan harga. Pemasaran *online* yang adalah segala yang kegiatan pemasaran melalui sebuah media online, yakni media internet. Pemasaran *online* dilakukan perusahaan untuk proses memperkenalkan dan memasarkan produk yang dihasilkan (Prabowo, 2018). Perusahaan melakukan pemasaran banyak menggunakan media online karena dapat meminimumkan anggaran untuk biaya pemasaran, jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran melalui media cetak, media audio, maupun media audiovisual, pemasaran melalui media online jauh lebih efektif dan efisien. Media online sebagai media untuk pemasaran menjadi pilihan yang tepat bagi pemasar yang ingin memangkas biaya promosinya. Selain itu pemasaran online juga menciptakan peluang pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Pemasaran online yang memberikan keluwesan yang besar, bagi pelaku usaha melakukan penyesuaian terus menerus terhadap produk dan rencana mereka (Rachmadi, 2020). Dalam penelitian ini indikator pemasaran online yang digunakan dari Kim (2002), yaitu *interactive, incentive program, site design, dan cost*. Berdasarkan penjelasan dari pendahuluan maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang memadai tentang pengaruh variabel kualitas produk, sistem akuntansi dan pemasaran *online* terhadap kinerja UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif yang tujuannya untuk menggambarkan data dalam bentuk angka atau persentase menunjukkan pengaruh dengan menggunakan regresi linear berganda yang hasilnya menghasilkan pengaruh antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan UMKM kuliner pada komunitas Medan Kitchen of Asia (MENTAI) di Kota Medan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket instrumen, kemudian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menguji alat instrumen sahi atau tidak. Hasil pengujian terhadap 25 pertanyaan dengan jumlah pernyataan pada variabel kinerja UMKM (Y) berjumlah 4 pernyataan, variabel kualitas produk

(X_1) berjumlah 9 pernyataan, variabel sistem akuntansi (X_2) sebanyak 8 soal, dan variabel pemasaran *online* (X_3) sebanyak 4 soal. Hasil dari pengujian validitas menampilkan seluruh pernyataan valid dan dapat digunakan dalam angket penelitian. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas dengan tujuan untuk mengetahui instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah handal. Pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach alpha (α) dengan nilai 0,60. Berikut hasil dari uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cornbach alpha(α)	Ket.
Kualitas produk	0,898	Handal
Sistem akuntansi	0,944	Handal
Pemasaran <i>online</i>	0,775	Handal
Kinerja UMKM	0,905	Handal

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Setelah melakukan sebaran kuesioner penelitian final tersebut berjumlah 34 responden sesuai kriteria jumlah sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada jenis kelamin diketahui bahwa responden terbanyak yang mengisi kuesioner adalah perempuan berjumlah 19 orang atau 44,1% dan sisanya laki-laki berjumlah 15 orang atau 55,9%. Didasarkan lama usaha terbanyak menjalankan usaha 7-9 tahun berjumlah 11 orang atau 32,4%, disusul 1 sampai 3 tahun berjumlah 9 orang atau 26,4%. >10 tahun berjumlah 8 orang atau 23,6% dan lama usaha 4 sampai 6 tahun berjumlah 6 orang atau 17,6% merupakan frekuensi terkecil. Data dapat simpulkan pada Tabel 3.

Tabel 2. Data Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	15	44,1%
2	Perempuan	19	55,9%
Total		34	100 %
No	Lama usaha	Jumlah	Presentase
1.	1 sampai 3 tahun	9	26,4%
2.	4 sampai 6 tahun	6	17,6%
3.	7 sampai 9 tahun	11	32,4%
4.	> 10 tahun	8	23,6%
Total		34	100 %

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran hasil respon objek penelitian terhadap setiap variabel penelitian yang diteliti. Hasil analisis statistik deskriptif untuk mengetahui nilai maksimum, minimum, rata-rata, standar deviasi, dan varians frekuensi. Hasil analisis deskripsi dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Mean	Min	Max	Std. Deviasi	Varians
Kualitas Produk	34	38,88	28	45	5.504	30.289
Sistem Akuntansi	34	34,12	26	40	5.139	26.410
Pemasaran Online	34	16,15	12	19	2.298	5.281
Kinerja UMKM	34	16,19	12	19	2.536	6.431

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Pada Tabel 3 menerangkan bahwa: (1) variabel kualitas produk nilai maksimal sebesar 45, nilai minimum sebesar 28 dan rata-rata total nilai sebesar 38,88; (2) variabel variabel sistem akuntansi nilai maksimal sebesar 40, nilai minimum sebesar 26 dan rata-rata total nilai sebesar 34,12; (3) variabel pemasaran *online* nilai maksimal sebesar 19, nilai minimum sebesar 12 dan rata-rata total nilai sebesar 16,15; (4) variabel kinerja UMKM nilai maksimal sebesar 19, nilai minimum sebesar 12 dan rata-rata total nilai sebesar 16,19.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan model regresi linear berganda untuk mengetahui data penelitian terdistribusi sudah normal atau tidak. Pada penelitian disini menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* dan pengamatan *Scatterplot* bertujuan untuk mengetahui data penelitian normal atau tidak.

**Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52714036
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.083
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

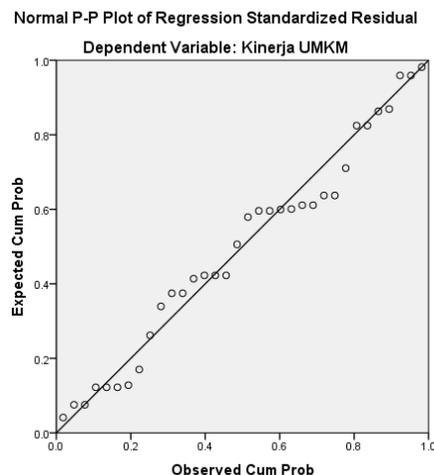
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Tabel 5 dapat dilihat hasil *Kolmogorov-Smirnov* menampilkan tingkat signifikansi > 0,5 yaitu sebesar 0,200. Sehingga simpulan data yang akan digunakan berdistribusi normal. Begitu juga hasil *Scatterplo* menampilkan data sebaran mengikuti garis diagonal. Hasil *Scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Scatterplot Uji Normalitas
Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui setiap variabel penelitian memiliki hubungan yang linera atau tidak secara signifikan. Taraf signifikan yaitu 0,05, maka hasil perhitungam dengan dibantu IBM SPSS Vers 25 bahwa ketiga variabel bebas terhadap varibel terikat memiliki nilia 0,000. Hal tersebut karena nila $< 0,05$. Maka simpulan didapat ketiga variaebel yang digunakan dapat digunakan untuk penelitian. Hasil pengujian linearitas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Uji Linearitas

Variabel	Sig
Kualitas Produk	0,000
Sistem Akuntansi	0,000
Pemasaran Online	0,000
Kinerja UMKM	0,000

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Uji Multikolinearitas

Model regresi linear berganda harus menggunakan pengujian multikolinearitas untuk mengetahui terjadi korelasi antar variabel bebas (indepeden). Suatu model regresi yang baik jika tidak ada korelasi antar variabel bebas (Abdullah I, 2014)

Tabel 7 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		
	B	Toleranc e	VIF
1 (Constant)	-1.387		
Kualitas Produk	.138	.143	7.011
Sistem Akuntansi	.116	.151	6.631
Pemasaran Online	.536	.222	4.512

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Pada Table 7 menjelaskan bahwa: (1) kualitas produk didapat nilai tolerance sebesar 0,145 dan VIF sebesat 7,011; (2) sistem akuntansi dadapat nilai tolerance sebesar 0,151 dan nilai VIF sebesar 6,631; dan pemasaran *online* didapat nilai tolerance 0,222 dan nilai VIF sebesar 4,512. Dapat disimpulka bawah model regresi penelitian ini menjelaskan tidak terdapat adanya gejala multikolinearitas dan dapat digunakan untuk penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisisi regresi linear berganda bertujuan mengetahui pengaruh antara variabe bebas dengan variabel terikat, dengan pengaruh positif atau negatif dan mendapatkan prediksi nilai dari variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	-1.387	.708		-1.958	.060
Kualitas Produk	.138	.046	.300	2.984	.006
Sistem Akuntansi	.116	.048	.235	2.404	.023
Pemasaran Online	.536	.089	.485	6.020	.000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: IBM SPSS Vers 25 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 8 hasil persamaan analisis regresi linear berganda didapat sebagai berikut:

$$Y = -1.387 + 0,138 X_1 + 0,166 X_2 + 0,536 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda di atas menjelaskan bahwa; (1) nilai konstanta sebesar -1,387 hal tersebut menjelaskan jika variabel kualitas produk, sistem akuntansi dan pemasaran *online* memiliki nilai nol (0) maka kinerja UMKM akan memiliki nilai -1,387; (2) koefisien variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai 0,138 yang artinya jika terjadi peningkatan 1 satuan maka nilai kinerja UMKM mengalami kenaikan sebesar 0,138; (3) koefisien variabel sistem akuntansi (X_2) memiliki nilai 0,166 yang artinya jika sistem akuntansi mengalami peningkatan 1 satuan maka nilai kinerja UMKM mengalami kenaikan sebesar 0,166; (4) koefisien variabel pemasaran *online* (X_3) memiliki nilai 0,536 yang artinya jika pemasaran *online* mengalami peningkatan 1 satuan maka nilai kinerja UMKM mengalami kenaikan sebesar 0,536.

Hasil perhitungan regresi linear berganda melalui *software* IBM SPSS Vers 25 untuk variabel kualitas produk memiliki regresi arah positif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,984 dengan tingkat signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa H_1 diterima, sehingga disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, yang artinya ketika kualitas produk ditingkatkan maka semakin meningkat kinerja UMK atau sebaliknya ketika kualitas produk rendah maka kinerja UMKM akan semakin rendah pula.

Nilai koefisien regresi variabel sistem akuntansi bernilai positif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $0,023 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa H_2 diterima, sehingga disimpulkan sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan, yang artinya ketika sistem akuntansi semakin baik maka kinerja UMKM semakin baik atau sebaliknya sistem akuntansi semakin buruk maka kinerja UMKM semakin buruk.

Nilai koefisien regresi variabel pemasaran *online* bernilai positif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa H_3 diterima, sehingga disimpulkan sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan, yang artinya ketika pemasaran *online* diterapkan dengan baik maka kinerja UMKM akan semakin baik atau sebaliknya jika pemasaran *online* diterapkan dengan buruk maka kinerja UMKM akan semakin buruk.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari pembahasan yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
2. Sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Pemasaran *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

SARAN

Bagi UMKM komunitas Medan *The Kitchen* (MENTAI) terus mempelajari mengelola keuangan usaha agar permodalan berjalan lancar. Untuk meningkatkan penjualan diharapkan terus mengembang pemasaran online agar target pasar bukan hanya untuk masyarakat kota Medan namun bisa menjangkau daerah lain.



DAFTAR RUJUKAN

- Dominczak, Fiedukowicz, & Olszewski. (2020). Geographical and Economic Factors Affecting the Spatial Distribution of Micro, Small, and Medium Enterprises: An Empirical Study of the KujawskoPomorskie Region in Poland. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9(7). <https://doi.org/10.3390/ijgi9070426>
- Ermawati, N., & Arumsari, N. R. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 58.
- Emilia & M. Hasanbasri (eds.); 3rd ed.). GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS
- Kotler, P., & Andreasen, A. R. (1995). Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba. Edisi ketiga
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). International Journal of Science and Engineering I nvention The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 04(19–21), 8–21.
- Mangkunegara, A.P. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Marbun, M., Yona, M., & Ariyati, Y. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT Cipta Group Kota Batam (Studi Kasus Pada Perumahan Buana Bukit Permata di Batam). *Jurnal Bening*, 3(2), 1–10
- Prastika, N. E., & Djauhar, E. P. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekalongan. *LITBANG*.
- Ranto, B. 2007. Analisis Hubungan antara Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Kemandirian Usaha terhadap Kinerja Pengusaha pada Kawasan Industri Kecil di Daerah Pulogadung. *Jurnal Usahawan*. 36(10).
- Rachmadi, Tri. 2020. The Power Of Digital Marketing
- Rianto, M. R., Jasfar, F., & Arafah, W. (2021). Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change, Knowledge Management and Transformational Leadership ; Case of Indonesia Islamic Banks. 10(3), 26–49
- Sugianto, J. dan Sugiharto, S. 2013. Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Konssumen Restorant Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Sumarwati, E. D., & Rachman, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Kasus Umkm Perempuan Di Kabupa ten, (November), 242–250.
- Wibowo, Alex. 2015. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Sentra Konveksi Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga) <https://doi.org/10.24914/jeb.v18i2.269>