

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya

Nadia Putri Ananta^{1*}, Aditya Ramadhan², Meirinawati³, dan Firre An Suprpto⁴

¹ Universitas Negeri Surabaya

² Universitas Negeri Surabaya

³ Universitas Negeri Surabaya

⁴ Universitas Negeri Surabaya

Korespondensi: * nadia.22073@mhs.unesa.ac.id

 <https://doi.org/10.47266/bwp.v7i1.310> | halaman: 72 - 85

Dikirim: 07-05-2024 | Diterima: 31-05-2024 | Dipublikasikan: 31-05-2024

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan Sumber Daya Manusia di Sentra Wisata Kuliner Karah dengan fokus meningkatkan ekonomi lokal warga sekitar. Penelitian ini menerapkan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan teknik content analysis. Penelitian menghasilkan beberapa strategi pengembangan Sumber Daya Manusia yaitu: a) Sosialisasi dan pelatihan; b) Pemasaran dan promosi digital; c) Kolaborasi dan kemitraan; d) Rewarding dan Penghargaan. Dengan adanya strategi tersebut, Sentra Wisata Kuliner Karah dapat meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM.

Kata kunci: pengembangan sumber daya manusia; ekonomi lokal; UMKM.

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam ekonomi lokal di sejumlah negara, termasuk Indonesia. Dalam konteks ini, Strategi pengembangan sumber Daya Manusia (SDM) memainkan peran kunci dalam meningkatkan pendapatan perekonomian lokal. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah serangkaian upaya terencana dan berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan memperbaiki keterampilan individu melalui program pelatihan (Zulkifli, 2022). Memperkuat SDM yang ada di sektor UMKM dapat menjadi motor penggerak utama dalam menghasilkan inovasi, produktivitas, dan daya saing yang diperlukan untuk mengangkat perekonomian lokal ke tingkat yang lebih tinggi.

Peningkatan pendapatan ekonomi lokal melalui sektor UMKM memiliki dampak yang luas dan berkelanjutan. Selain berdampak pada peningkatan perekonomian nasional, UMKM juga menjadi pendorong utama penciptaan kesempatan kerja, distribusi pendapatan, dan pemberdayaan masyarakat setempat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019, terdapat sekitar 65,4 ribu unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Oleh karena itu, strategi pengembangan SDM yang terfokus pada sektor UMKM menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal. (Kementerian Keuangan RI, *Kontribusi UMKM Dalam perekonomian Indonesia 2023*).

Pemerintahan di Kota Surabaya mempunyai program Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang bertujuan meningkatkan bidang ekonomi pada sektor pangan warga kota Surabaya sekaligus penataan PKL dan wadah untuk UMKM berjualan. Ada total 48 Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang terletak di berbagai daerah di Kota Surabaya (Ginanjari, *Sentra Wisata Kuliner Surabaya Ramai Bukan Sekadar Faktor Lokasi 2022*).

Dalam perjalanannya, tidak semua SWK berhasil menarik minat pelanggan. Di balik suksesnya pemerintah Kota Surabaya dalam memberdayakan UMKM, Sektor UMKM di sentra wisata kuliner Karah dihadapkan pada sejumlah tantangan. Tidak sedikit dari mereka yang merasa bahwa SWK di tempat mereka berjualan cenderung tidak ramai pembeli.

Penelitian ini menganalisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya. Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan kontribusi dalam pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) bagi para pelaku UKM di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Karah, Kota Surabaya sehingga para pelaku UMKM dapat menghadapi berbagai hambatan untuk tetap eksis dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah individu memiliki peran menyumbangkan tenaga, bakat, kreativitas, serta usahanya untuk kepentingan aktivitas organisasi (Handoko, 1984: 233). Dalam konteks organisasi, tenaga kerja digunakan untuk mengelola dan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lainnya dengan tujuan mencapai target organisasi secara efektif dan efisien. Tanpa kehadiran tenaga kerja, sumber daya lainnya akan tidak termanfaatkan dan tidak berdaya dalam mencapai tujuan tersebut (Wirawan, 2010).

Menurut Ndraha (1999), sumber daya manusia yang memiliki kualitas unggul tidak hanya mampu menghasilkan nilai yang lebih tinggi dalam perbandingan, tetapi juga menciptakan nilai bersaing yang bersifat kreatif dan inovatif. Hal ini dicapai melalui pemanfaatan energi intelektual

seperti kecerdasan, kreativitas, dan imajinasi, bukan hanya mengandalkan sumber energi yang mentah seperti bahan baku atau tenaga fisik semata. Dengan konsep ini, sumber daya manusia diinterpretasikan sebagai kekuatan yang bisa digunakan oleh sebuah organisasi. Dengan demikian, istilah "sumber daya manusia" seharusnya dipahami sebagai manusia yang memiliki potensi yang dapat ditingkatkan, dan menjadi kekuatan bagi organisasi. Ide ini relevan dalam konteks bahwa peningkatan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia diperlukan agar mereka menjadi kekuatan yang efektif.

1.2.2. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah upaya yang terorganisir dan berkelanjutan yang dilakukan oleh sebuah entitas untuk meningkatkan kemampuan karyawan serta kinerja keseluruhan organisasi melalui berbagai program pelatihan, pendidikan, dan pengembangan (Mondy dan Noe, 2010).

Pengembangan sumber daya manusia menghabiskan biaya yang cukup besar. Banyaknya dana yang dialokasikan untuk pelatihan dan pendidikan karyawan adalah hal yang umum. Banyak perusahaan bersedia menginvestasikan sejumlah uang dalam pengembangan ini dengan harapan mendapatkan produktivitas yang optimal (Bangun, 2012).

Werther dan Davis (1996) mengemukakan sumber daya manusia adalah individu yang telah terlatih, memiliki kemampuan, dan siap untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan, sumber daya manusia merupakan pondasi utama bagi sebuah organisasi. Mereka adalah para profesional yang tidak hanya memiliki keterampilan dan kompetensi yang diperlukan, tetapi juga memiliki dedikasi serta kesiapan untuk berkontribusi secara maksimal dalam mencapai tujuan organisasi.

1.2.3. Prinsip Pengembangan Sumber Daya Manusia

Menurut (Priansa, 2018), sejumlah prinsip dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang penting untuk diperhatikan, diantaranya:

- a) Dorongan yang kuat dan tingginya semangat pada pegawai yang mendorong mereka untuk belajar, mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan beradaptasi dengan organisasi dengan lebih cepat dan sungguh-sungguh. Motivasi ini berasal dari dalam diri sendiri. Oleh karena itu, pengembangan Sumber Daya Manusia harus terkait erat dengan motivasi pegawai agar mereka terlibat secara aktif dalam proses tersebut.
- b) Laporan kemajuan mengenai hasil pengembangan Sumber Daya Manusia dapat digunakan sebagai referensi untuk membandingkan kondisi pegawai sebelum dan setelah mengikuti program pengembangan.
- c) Pelatihan untuk menguasai pengetahuan dan keterampilan baru merupakan hal yang penting. Oleh karena itu, dibutuhkan program pengembangan Sumber Daya Manusia yang dirancang secara teliti dan tepat agar dapat diterapkan dengan baik dalam lingkungan kerja. Pendekatan yang paling efektif dalam pengembangan SDM adalah melalui pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan praktis yang dimiliki oleh pegawai. Namun, pelatihan semacam itu membutuhkan pengorbanan waktu dan biaya yang signifikan.
- d) Variasi dalam karakteristik individu harus menjadi dasar dalam pelaksanaan program pengembangan Sumber Daya Manusia. Perbedaan ini bukan hanya terbatas pada jenis kelamin atau status ekonomi, tetapi juga meliputi perbedaan dalam tingkat kecerdasan dan bakat pegawai. Oleh karena itu, pendekatan pengembangan SDM yang paling efektif adalah dengan menyesuaikan program pengembangan dengan kemampuan individu.

1.2.4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan Sumber Daya Manusia merupakan upaya meningkatkan kemampuan teknis, konseptual-teoritis, dan sikap pegawai agar sesuai dengan tuntutan pekerjaan atau posisi yang diemban, melalui program pendidikan dan pelatihan. Efektivitas pengembangan SDM dalam lembaga keuangan syariah dapat diwujudkan melalui strategi yang tepat, langkah-langkahnya meliputi: a) merancang perencanaan pengembangan SDM; b) menyusun program pengembangan SDM; c) menerapkan program pengembangan; dan d) melakukan evaluasi terhadap pengembangan SDM (Mathis & Jackhson, 2007).

Terdapat empat strategi dalam pengembangan sumber daya manusia, yaitu:

- a) Perencanaan mencakup rekrutmen, menetapkan tujuan, mengidentifikasi kebutuhan pengembangan SDM, dan membuat perencanaan pengembangan SDM.
- b) Pelaksanaan terdiri dari implementasi pengembangan, pengembangan profesional, dan pengembangan karir.
- c) Implementasi mencakup pelaksanaan program pengembangan SDM dan koordinasi tenaga profesional.
- d) Evaluasi melibatkan penilaian kinerja SDM dan metode pengembangan.

1.2.5. Ekonomi Lokal

Ekonomi lokal adalah sebuah rangkaian kegiatan ekonomi yang terpusat pada pengembangan dan penguatan sektor ekonomi dalam wilayah tertentu, baik itu pada tingkat lokal maupun regional. Fokus utama ekonomi lokal adalah memacu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Tujuan lainnya adalah mengurangi ketergantungan pada impor dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar domestik dan internasional. (Teori Ekonomi Lokal di tahun 2023: Mengenal Dan Menerapkan Konsep-Konsepnya, 2023).

Menurut Darmawan, potensi ekonomi lokal merupakan kapasitas ekonomi suatu wilayah yang dapat diperluas serta terus berkembang, sekaligus menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat di sekitarnya. Bahkan, potensi tersebut dapat berpengaruh pada peningkatan keseluruhan perekonomian daerah agar lebih maju (Darmawan, 2022).

1.2.6. Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) adalah proses di mana pemerintah lokal dan organisasi masyarakat bekerja sama untuk mendorong, merangsang, dan mendukung kegiatan usaha guna menciptakan lapangan kerja (Blakely and Bradshaw, 1994). Ini dapat dijelaskan sebagai proses merancang struktur institusi untuk pembangunan di wilayah tertentu, meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menghasilkan produk berkualitas, serta mendukung pertumbuhan industri dan aktivitas kewirausahaan di tingkat lokal. Ini merupakan sinergi diantara pemerintah daerah, masyarakat, dan sektor swasta untuk membuat peluang ekonomi yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan tenaga kerja, serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam lokal yang ada. Sedangkan (Munir, 2007) mengemukakan bahwa, pengembangan ekonomi lokal (PEL) adalah upaya untuk mengembangkan struktur kelembagaan pembangunan di daerah, meningkatkan kemampuan tenaga kerja dalam menciptakan produk yang unggul, serta mendukung pertumbuhan industri dan usaha lokal.

Pengembangan ekonomi lokal juga dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk di suatu wilayah melalui optimalisasi penggunaan sumber daya setempat

seperti pekerja dan tanah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan ekonomi lokal dengan cara yang berkelanjutan (Timothy J. Bartik, 2005). Menurut World Bank, pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) dapat dijelaskan sebagai proses yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi di tingkat lokal melalui pemberdayaan sumber daya ekonomi dan manusia setempat melalui kolaborasi antara masyarakat, badan usaha, dan organisasi non-pemerintah bekerjasama untuk menciptakan kondisi yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal. Sasaran utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan seluruh individu melalui perbaikan kondisi lingkungan (World Bank, 2003: 1).

Berdasarkan definisi-definisi yang di atas, pengembangan ekonomi lokal (PEL) adalah sebuah cara yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah lokal, masyarakat, sektor swasta, dan organisasi non-pemerintah, dalam upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Fokus utamanya adalah pada pengoptimalan penggunaan sumber daya setempat seperti pekerja dan tanah, untuk menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan produk yang berkualitas. Kolaborasi antara berbagai pihak diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang memberikan dukungan bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal. Hal ini sejalan dengan upaya untuk menghasilkan situasi yang lebih baik bagi seluruh individu di wilayah tersebut, sesuai dengan tujuan utama pengembangan ekonomi lokal.

1.2.7. UMKM

Menurut Ketetapan MPR Nomor XVI/MPR/1998 mengenai Politik Ekonomi untuk Demokrasi Ekonomi tahun 1998, yang memperkuat prinsip-prinsip yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perlu diperkuat sebagai bagian yang tak terpisahkan dari struktur ekonomi yang melayani kepentingan masyarakat. Mereka memiliki posisi, peran, dan potensi yang penting dalam menciptakan struktur ekonomi nasional yang lebih merata, maju, dan adil. Ini menunjukkan pentingnya memperkuat dan mendukung UMKM menjadi salah satu fondasi utama dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan. (Ketetapan MPR Nomor XVI/MPR/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi 1998).

Definisi UMKM dibentuk melalui UU Nomor 9 Tahun 1999, namun karena perubahan yang semakin kompleks, definisi tersebut kemudian direvisi melalui UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Oleh karena itu, pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha individu yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan tingkat kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan dalam undang-undang ini.

- 4) Usaha Besar adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan tingkat kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar dari Usaha Menengah, mencakup usaha nasional yang dimiliki oleh negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia usaha meliputi Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan memiliki domisili di Indonesia.

1.2.8. Karakteristik UMKM di Indonesia

Menurut Isnawan dalam jurnal tentang Pembangunan Model Pembukuan untuk Usaha Mikro di Kabupaten Tana Toraja (Studi Kasus: Usaha Kuliner), karakteristik UMKM meliputi:

- a) Jenis barang atau komoditas yang dijual tidak stabil, dan dapat berubah kapan saja.
- b) Tempat usaha tidak tetap, dan mungkin sering berpindah.
- c) Belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang sederhana, serta cenderung tidak memisahkan keuangan pribadi dengan usaha.
- d) Pemilik usaha umumnya belum memiliki semangat kewirausahaan yang memadai.
- e) Tingkat pendidikan pemilik usaha umumnya rendah.
- f) Mayoritas belum memiliki akses ke perbankan, walaupun sebagian sudah memiliki akses ke lembaga keuangan non-bank.
- g) Sebagian besar tidak memiliki izin usaha atau dokumen legalitas lainnya, termasuk NPWP.

II. Metode

Metode yang dipilih untuk penelitian ini adalah Systematic Literature Review (SLR) menggunakan teknik content analysis. Menurut Delgado-Rodríguez and Sillero-Arenas (2018) Systematic Literature Review (SLR) merupakan sebuah cara yang terstruktur jelas untuk merangkum, menilai dengan kritis, mengintegrasikan, dan menyajikan temuan dari beberapa penelitian terkait dengan pertanyaan penelitian atau topik tertentu. Data didapatkan kemudian dianalisis menggunakan teknik content analysis yang merupakan sebuah teknik penelitian yang memungkinkan pembuatan inferensi yang dapat direplikasi dan pengumpulan data yang akurat dengan pertimbangan sesuai konteksnya (Krippendorff, 2018). Data yang dikumpulkan dianalisis secara mendalam dengan mempertimbangkan konteksnya, sehingga memungkinkan agar mendapatkan inferensi yang dinilai dapat dipercaya dan akurat. Metode ini sangat efektif dan sesuai dipakai dalam melakukan telaah secara kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya”.

III. Hasil dan Pembahasan

Implementasi strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) telah menghasilkan perubahan yang substansial dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan ekonomi lokal. Sentra Wisata Kuliner (SWK) dibuat dengan tujuan menjadi wadah dari pemerintah Kota Surabaya dalam melakukan pemberdayaan terhadap UMKM dalam meningkatkan ekonomi lokal. Dalam implementasinya, masih terdapat beberapa hambatan yang terjadi seperti sepi pengunjung. Adanya strategi

pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Beberapa penerapan langkah-langkah yang terbukti membawa dampak yang positif bagi peningkatan pendapatan ekonomi lokal pada sektor UMKM, antara lain:

3.1. Sosialisasi dan Pelatihan

Sosialisasi dan pelatihan adalah satu diantara beberapa strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) hingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan ekonomi lokal, terutama dalam konteks pengembangan UMKM. Sosialisasi mengacu pada proses penyebaran informasi dan pengetahuan kepada individu atau kelompok terkait tentang banyaknya faktor memiliki relevansi terhadap kegiatan perekonomian, sementara pelatihan melibatkan pemberian keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman praktis yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif.

Penelitian ini menyoroti bahwa sosialisasi melalui penyebaran pengetahuan tentang kewirausahaan dalam usaha meningkatkan sektor UMKM di Desa Palangan, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan, memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi lokal. Sosialisasi dan pelatihan ini berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal, terutama ketika peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) semakin baik. Pelatihan ini membantu peserta dalam menanamkan dan membangun jiwa wirausaha, memahami studi kelayakan usaha, serta memulai dan mengembangkan usaha mereka. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan perkembangan teknologi media sosial yang semakin canggih, yang dapat digunakan untuk pengembangan dan pemasaran produk atau jasa (Sulaeman, 2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan mengenai pengembangan UMKM di Dusun Kalangan Kebonagung, Bantul telah memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, khususnya dalam sektor kuliner. Peserta UMKM, terutama di bidang kuliner, mendapatkan manfaat besar dari sosialisasi pemasaran online. Mereka telah menggunakan platform seperti Instagram untuk mempromosikan produk-produk mereka, menunjukkan pemahaman yang baik akan pentingnya media sosial dalam memperluas pasar. Ini berpotensi meningkatkan ekonomi lokal dengan memperluas jangkauan pasar UMKM (Suyanto et al., 2022).

Dari temuan penelitian, terlihat bahwa sosialisasi dan pelatihan memberikan pengaruh yang berarti dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM di Kampung Kue Rungkut. Sosialisasi dan pelatihan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal, apabila meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal di sektor UMKM (Laili & Wijarnoka, 2023).

Penelitian memperlihatkan melalui sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan telah mencapai keberhasilan dalam kontribusi terhadap keterampilan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dimana pelaku UMKM di Binong Permai memperoleh pengetahuan terkait aplikasi Buku Warung setelah melalui tahap sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan. Adanya pemahaman dan keterampilan baru, pelaku UMKM di Binong Permai diharapkan dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka dan bersama-sama menciptakan dampak positif pada ekonomi lokal (Yohana et al., 2024).

Pentingnya peran sosialisasi dan pelatihan untuk pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di sektor UMKM. Sosialisasi dan pelatihan dapat memberikan pengetahuan praktis dan keterampilan yang diperlukan bagi pelaku UMKM di SWK Karah. Misalnya, mereka dapat dilatih dalam hal manajemen usaha, teknik memasak dan penyajian makanan yang menarik, manajemen keuangan, dan pemasaran produk secara efektif. Dengan meningkatkan kualitas SDM mereka melalui pelatihan yang tepat,

pengusaha UMKM dapat memaksimalkan potensi usaha mereka serta memberikan pengalaman kuliner yang lebih memuaskan bagi pengunjung SWK.

Dengan demikian, pengembangan Sumber Daya manusia (SDM) melalui strategi sosialisasi dan pelatihan dapat dianggap menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu UMKM agar bisa lebih kompetitif di pasar yang semakin kompleks, tetapi juga berpotensi untuk menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat setempat, termasuk peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan secara keseluruhan.

3.2. Pemasaran dan Promosi Digital

Di zaman revolusi industri 4.0 seperti saat ini, diperlukan digitalisasi di segala sektor meliputi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran dan promosi melalui media digital dapat meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, strategi pemasaran dan promosi digital memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM.

Studi menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam memulihkan ekonomi sektor kerajinan dan mendukung UMKM di Provinsi Bali. UMKM memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian lokal, terutama bagi kalangan menengah ke bawah. Disarankan agar UMKM di Bali memanfaatkan digitalisasi dalam pemasaran produk untuk mengatasi tantangan yang dihadapi akibat pandemi, sehingga dapat terus berkembang tanpa terhalang oleh situasi yang sulit (Adnyani., et al 2020).

Sebuah asil kajian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam UMKM sektor kuliner di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur, memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal. UMKM yang mengadopsi strategi pemasaran dan promosi digital mampu meningkatkan keuntungan usaha, terutama dengan meningkatkan pendapatan dan volume penjualan, serta menarik lebih banyak pelanggan. Digitalisasi memudahkan transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta mendapatkan perhatian dari pelanggan baru melalui promo-promo yang disediakan (Hasan., et al 2021).

Penerapan strategi melalui pemasaran dan promosi digital membuktikan dirinya sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam meningkatkan ekonomi lokal. Upaya digitalisasi usaha UMKM melalui inovasi website ayamsuperjovan.odoo.com terbukti mampu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dikarenakan proses transaksi penjualan yang sangat cepat dan mudah. Sehingga, dapat dikatakan pemasaran dan promosi digital memberikan dampak dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM (Silalahi et al., 2022).

Penelitian mengindikasikan bahwa pemasaran dan promosi digital memberikan hasil baik dalam meningkatkan ekonomi lokal. Dimana, Sentra Wisata Kuliner Wiyung mampu meningkatkan pemanfaatan digitalisasi dalam memasarkan dan menjual produk makanannya. Adanya digitalisasi menciptakan awareness produk dengan menerapkan Google Business, produk UMKM akan lebih mudah ditemukan dan diakses melalui mesin pencarian Google. Selain itu, penggunaan QRIS yang memudahkan pembayaran digital diharapkan dapat meningkatkan transaksi keuangan. Strategi pemasaran dan promosi digital memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal (Sienatra et al., 2023).

Pemasaran dan promosi digital terbukti mampu meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Dengan adanya strategi tersebut, SWK Karah dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Adopsi teknologi seperti Google Business dan QRIS dapat memberikan

peluang baru bagi UMKM di SWK Karah untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan proses pembelian bagi pelanggan. Selain itu, digitalisasi usaha UMKM seperti penggunaan website dan platform e-commerce, telah membawa dampak positif dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses transaksi penjualan.

Dengan demikian, strategi pemasaran dan promosi digital telah membuktikan diri sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam meningkatkan ekonomi lokal. Melalui pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan menciptakan pengalaman kuliner yang lebih baik bagi pengunjung.

3.3. Kolaborasi dan Kemitraan

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu faktor utama dalam meningkatkan pendapatan ekonomi lokal pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada konteks strategi kolaborasi dan kemitraan mampu menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat upaya pengembangan SDM di kalangan pelaku UMKM.

Strategi kolaborasi dan kemitraan strategis dalam sektor UMKM berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan ekonomi lokal. Setiap pelaku usaha khususnya pengusaha UMKM perlu bersedia untuk berkolaborasi dan bermitra dengan bisnis lain guna memperkuat posisi mereka, mempertahankan, bahkan meningkatkan kinerja mereka agar dapat tetap relevan dan bertahan dalam persaingan (Marjukah et al., 2021).

Inovasi kolaborasi menjadi kunci Untuk memperbaiki performa UMKM di Surabaya pada zaman revolusi industri 4.0. Strategi kolaborasi dan kemitraan memungkinkan UMKM untuk memperkuat posisi mereka di pasar dan mengubah persepsi negatif terhadap produk UMKM. Skomill, sebagai koperasi tidak hanya memberikan pendanaan kepada anggotanya, tetapi juga memberikan panduan bisnis terkait berbagai aspek, seperti laporan keuangan, kemasan, merek, pemasaran, dan penjualan. Hal ini membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dan memungkinkan mereka untuk bersaing secara global di masa depan. Sinergi antara pemerintah, koperasi, dan UMKM menjadi kunci dalam mencapai tujuan ini (Subardjo & Rahmawati, 2022).

Penelitian menyoroti pentingnya strategi kolaborasi dan kemitraan di sektor UMKM, seperti yang tergambar dalam program "Merdeka Ekspor-UMKM Merdeka". Kolaborasi antara para pemangku kepentingan dan skema bisnis UMKM ekspor memiliki peran krusial dalam tahap penerimaan atau manajemen UMKM. Dengan proses onboarding yang efektif, pelaku UMKM dapat mengakses potensi pasar internasional untuk melakukan ekspor. Penerapan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi UMKM setelah pandemi, memungkinkan mereka untuk tetap eksis, pulih, dan bersaing di pasar global. Untuk mewujudkannya, sinergi yang baik antara para pemangku kepentingan sangatlah penting agar proses transformasi berjalan lancar (Ardianto., et al 2022).

Analisis menunjukkan bahwa kolaborasi dan kemitraan terbukti telah memberikan hasil yang positif. IKRT Family Care Plus telah mencapai perkembangan yang menggembirakan dimana terjadi peningkatan yang signifikan dalam hal laporan keuangan, SOP, tata kelola, dan manajemen operasional. Perkembangan yang diraih oleh IKRT Family Care Plus menegaskan bahwa kerjasama melalui kemitraan bisa menjadi strategi efektif untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui sektor UMKM (Wuryandari et al., 2023).

Strategi kolaborasi dan kemitraan merupakan salah satu metode efektif dalam meningkatkan ekonomi lokal di SWK Karah. Melalui kerjasama yang kuat antara pelaku UMKM,

pemerintah daerah, organisasi non-pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, SWK Karah memiliki potensi untuk menjadi destinasi kuliner yang lebih menarik dan berdaya saing tinggi.

Dengan demikian, untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan penting bagi pelaku UMKM untuk terus mendorong kolaborasi dan kemitraan yang berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut bukan saja akan memberi keuntungan kepada para UMKM secara individu, namun juga akan memperkuat fondasi ekonomi lokal secara keseluruhan, membuat peluang pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal.

3.4. Rewarding atau Penghargaan

Strategi rewarding atau penghargaan telah menjadi sorotan utama dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal, berfokus di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengakuan atas kontribusi dan prestasi pelaku UMKM bukan hanya sekadar bentuk apresiasi, tetapi juga merupakan motor penggerak untuk pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Di hadapan tantangan dan kompetisi yang semakin sengit, pemberian reward tidak hanya menjadi insentif, tetapi juga menjadi strategi yang efektif untuk memotivasi, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan kinerja.

Berdasarkan penelitian ini, kesimpulannya adalah reward secara efektif dapat efektif dalam meningkatkan semangat kerja para anggota UKM Hidroponik dan Kebun Organik Institut Shanti Bhuana. Ini memperlihatkan pentingnya pengakuan dan apresiasi terhadap kontribusi yang diberikan oleh anggota UMKM, serta peran strategis reward dalam memotivasi mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik. Dengan adanya sistem reward yang efektif, diharapkan dapat terus mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di sektor hidroponik dan kebun organik, serta berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal (Jimmi, 2021).

Studi menunjukkan bahwa, ketika pengembangan karyawan memberikan sistem kompensasi yang berupa insentif dikelola dengan baik, maka akan tercermin dalam peningkatan performa karyawan. Hal ini kemudian berdampak pada kualitas makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Karyawan yang merasa dihargai dan termotivasi akan cenderung bekerja dengan lebih optimal dan produktif, yang pada akhirnya akan menjaga kualitas barang yang disajikan. Oleh karena itu, konsumen akan merasakan pengalaman yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas terhadap bisnis tersebut. Dengan demikian, pengembangan karyawan dan pemberian insentif yang tepat menjadi faktor kunci dalam menjaga kualitas dan keberhasilan bisnis makanan (Yuzarni., et al 2022).

Penelitian menyoroti bahwa reward memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan SDM. Selain kedisiplinan, pemberian reward dapat meningkatkan kinerja mereka. Organisasi dapat membantu pengrajin mencapai kinerja yang efektif dengan memperhatikan aspek reward atau penghargaan. Pemberian reward kepada pengrajin sebagai bentuk apresiasi terhadap kontribusi mereka menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan dan memotivasi mereka (Safrizal, 2023).

Melalui strategi rewarding atau penghargaan, terbukti mampu meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Dengan memberikan pengakuan dan insentif kepada para pelaku UMKM di SWK Karah, seperti pujian atas prestasi mereka atau penghargaan dalam bentuk bantuan modal usaha atau pelatihan keterampilan, telah meningkatkan motivasi dan kinerja mereka.

Dampak positif dari strategi rewarding atau penghargaan ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung, pendapatan penjualan, dan reputasi SWK Karah sebagai destinasi kuliner yang menarik. Para pelaku UMKM di SWK Karah merasa dihormati dan

termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam usaha mereka, sehingga secara keseluruhan, hal ini telah berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di wilayah tersebut.

IV. Kesimpulan dan Rekomendasi

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan menggunakan sosialisasi dan pelatihan, pemasaran dan promosi digital, kolaborasi dan kemitraan, serta rewarding atau penghargaan adalah faktor-faktor krusial dalam meningkatkan ekonomi lokal di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Sentra Wisata Kuliner (SWK) Karah.

Pengembangan SDM melalui sosialisasi dan pelatihan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, yang dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka dan meningkatkan persaingan yang terjadi. Di samping itu, pemasaran dan promosi digital telah membuktikan diri sebagai strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan mengenalkan produk UMKM kepada audiens yang lebih besar. Kolaborasi dan kemitraan juga memainkan peran penting dalam memperkuat ekosistem bisnis, menciptakan sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal. Rewarding atau penghargaan juga menjadi komponen penting dalam memotivasi dan menghargai kontribusi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka.

Dengan demikian, penerapan strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dapat menjadi pendorong terbesar dalam peningkatan ekonomi lokal pada sektor UMKM di SWK Karah. Langkah-langkah yang bukan hanya akan memberi keuntungan kepada pengusaha UMKM secara individu, namun akan memperkuat fondasi ekonomi lokal secara keseluruhan, membuka peluang pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal. Keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi-strategi ini akan membawa SWK Karah menuju arah yang lebih berkelanjutan, dimana UMKM memiliki peran yang semakin kuat dalam pembangunan ekonomi lokal.

4.2. Rekomendasi

Untuk meningkatkan efektivitas strategi-strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) tersebut, kami merekomendasikan:

1. Melakukan investasi lebih lanjut dalam pengembangan SDM, baik melalui pelatihan keterampilan teknis maupun manajerial, untuk memberdayakan pelaku UMKM di SWK Karah.
2. Pemerintah daerah perlu terus mendorong adopsi teknologi digital dan memberikan dukungan infrastruktur yang memadai untuk memfasilitasi pemasaran dan promosi digital bagi UMKM di SWK Karah.
3. Meningkatkan kolaborasi dan kemitraan antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya melalui pembentukan forum diskusi dan kerjasama yang berkelanjutan.
4. Melakukan pemeriksaan dan penilaian berkala untuk mengukur efektivitas strategi-strategi yang telah diimplementasikan dan menyesuaikan langkah-langkah strategis yang diperlukan.

Daftar Pustaka

- Adnyani, N. K. S., & Agustini, D. A. E. (2020). Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan Umkm Di Provinsi Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*, 1(2), 87-96.
- Ardianto, H., & Asngadi, A. (2022). Merdeka Ekspor-UMKM Merdeka: Kolaborasi Stakeholders dan Skema Bisnis UMKM Ekspor di Masa Pemulihan Ekonomi. *Creative Research Management Journal*, 5(1), 28-38.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga. Jakarta.
- Bartik, T. J. (2005). Solving the problems of economic development incentives. *Growth and change*, 36(2), 139-166.
- Blakely and Bardshaw,. 1995. *Local Economic Development Analysis and Practice*, Sage Publications, In California.
- BPK RI (1998) Ketetapan MPR Nomor XVI/MPR/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi, Database Peraturan | JDIIH BPK. Diambil dari: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/210109/tap-mpr-no-xvimpr1998> (Diakses pada tanggal : 06 Mei 2024).
- BPK RI (2008) Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Database Peraturan | JDIIH BPK. Available at: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008> (Accessed: 06 May 2024).
- Delgado-Rodríguez, M., & Sillero-Arenas, M. J. M. I. (2018). Systematic review and meta-analysis. *Medicina Intensiva (English Edition)*, 42(7), 444-453.
- Donni, J. P. (2014). *Perencanaan dan Pengembangan sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Emir, D. (2022). *PENGEMBANGAN OBJEK PARIWISATA SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Karang Bolong Kecamatan Limau Kabupaten Tanggamus) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG)*.
- Ginanjari, D. (2022) *Sentra Wisata Kuliner Surabaya Ramai Bukan Sekadar Faktor Lokasi, Sentra Wisata Kuliner Surabaya Ramai Bukan Sekadar Faktor Lokasi* . Diambil dari: <https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01404609/sentra-wisata-kuliner-surabaya-ramai-bukan-sekadar-faktor-lokasi> (Diakses pada tanggal: 05 Mei 2024).
- GuruPrajab (2023) *Teori Ekonomi Lokal di tahun 2023: Mengenal Dan Menerapkan Konsep-Konsepnya*, GuruPrajab. Diambil dari: <https://www.guruprabjab.com/2023/08/teori-ekonomi-lokal-di-tahun-2023.html> (Diakses pada tanggal: 06 Mei 2024).
- Handoko, T.H., (1984), *Manajemen*. Edisi 2 BPFE, Universitas Gajah. Mada, Yogyakarta.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135-150.
- Jimmi, J. (2021). Efektivitas Reward terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Mahasiswa Unit Kegiatan Mahasiswa Kebun Organik dan Hidroponik. *Management and Sustainable Development Journal*, 3(2), 58-69.

- Kementerian Keuangan (2023) Kontribusi UMKM Dalam perekonomian Indonesia, KEMENTERIAN KEUANGAN RI. Diambil dari: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html> (Diakses pada tanggal: 05 Mei 2024).
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kurdi, M., Fatmawati, F., Santosa, R., Wahyuni, P. R., & Anwar, M. (2023). Strategi Pengembangan SDM Petani Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Kesejahteraan Di Sektor Pertanian Di Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 308-315.
- Laili, R. F., & Wijanarko, A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Pelatihan, Teknologi Informasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan Wirausaha Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(1).
- Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021, November). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. In *Prosiding Widyagama National Conference on economics and Business (Vol. 2, No. 1)*.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. (2007). *Human resource management*. Cengage Learning.
- Munir, Risan. (2007) *Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif: Masalah, kebijakan dan Panduan Pelaksanaan Kegiatan*. Jakarta, Local Governance Support Program (LGSP).
- Ndraha, T. (1999). *Pengantar teori pengembangan sumber daya manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Noe, A. Raymond, dkk. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Mencapai Keunggulan Bersaing Edisi-6 Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rantauwati, E. A., Zulkifli, Z., & Putriana, L. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Digital, Pengembangan Karier Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Komitmen Organisasi: The Influence Of Digital Leadership Style, Career Development And Organizational Culture On Employee Performance Through Organizational Commitment. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 38-49.
- Safrizal, H. B. A. (2023). *Monograf Disiplin Kerja, Reward dan Kinerja Karyawan UMKM*.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Suraoka, I. P., ST, S., ... & Massenga, I. T. W. (2023). *Metodelogi penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sienatra, K. B., Henryanto, A. G., Oktavio, A., Wijayadne, D. R., Sudyasjayanti, C., & Santoso, W. (2023). Akselerasi Digitalisasi Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya Dalam Rangka Meraih Keunggulan Kompetitif Pasca COVID-19. *Madaniya*, 4(2), 712-719.
- Silalahi, M., & Saragih, S. P. (2022, January). Digitalisasi UMKM Ternak Ayam di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Penjualan dan Marketing Berbasis Web. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK) (Vol. 4, pp. 513-518)*.
- Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17-24.
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 16-22.

- Sule, E. T., & Priansa, D. J. (2018). Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi; membangun organisasi unggul di era perubahan.
- Suyanto, S., Chaerunisak, U. H., Maharani, B. D., & Wulandari, I. (2022). Sosialisasi Pengembangan UMKM di Dusun Kalangan Kebonagung Imogiri Bantul. *Abdimas Dewantara*, 5(1), 18-23.
- Tahirs, J. P., & Kannapadang, R. S. (2018). Membangun Model Pembukuan Usaha Mikro di Kabupaten Tana Toraja (Studi Kasus Usaha Kuliner). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 89-96.
- Werther, William B & Keith Davis., (1996). *Human Resources and Personnel Management*. New York: Me Graw - Hill, Inc.
- Wirawan, W. (2010). *Evaluasi kinerja sumber daya manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- World Bank. (2003). *Local Economic Development; LED Quick Reference*. Washington, DC: Urban Development Unit, The World Bank.
- Wuryandari, N. E. R., Anjarwati, S., Purwanto, S., Sugeng, M., Perkasa, D. H., & Melly, M. (2023). **PEMBINAAN UMKM BERBASIS KEMITRAAN: SOLUSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PRODUKTIVITAS**. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 387-396.
- Yohana, Y., Pertiwi, C. P. A., Juliadi, H., Fadhilah, K. J., Wulandari, N., Gunawan, R., & Sari, Y. (2024). Sosialisasi Dan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Buku Warung Bagi Para Pelaku UMKM Di Binong. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 137-144.
- Yuzarni, R., Deltu, S. N., & Anugrah, A. (2022). Kajian Literatur: Peran Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Bisnis Jasa Makanan. *Journal of Food and Culinary*, 39-48.