



Peningkatan SDM Unggul dalam Membuat Strategi Pemasaran Pada Desa Antajaya, Bogor, Jawa Barat

Imbron¹, Laura Komala², Arief Budiyanto³

Universitas Pamulang

Email : dosen02455@unpam.ac.id, dosen01013@unpam.ac.id, dosen01433@unpam.ac.id

Kata kunci:	Abstrak
SDM Unggul, Strategi Pemasaran, Pemberdayaan	Dalam perjalanan remaja karang taruna Desa Antajaya, Bogor ini sudah ada sejak tahun 1990-an sampai sekarang. Dimana sumber daya manusia yang potensial ada dan perlu diarahkan agar terus tetap produktif sehingga dengan kegiatan yang postif itu dapat mempercepat pertumbuhan bangsa secara umum dan perumbuhan masyarakat secara khusus, agar menjadi sumber daya yang maju dan produktif remaja karang taruna tersebut harus mempunyai kualitas yang memadai sehingga dapat menjadi modal pembangunan yang efektif. Masalah yang dihadapi remaja karang taruna saat ini adalah masih banyaknya sumber daya yang masih muda dan membutuhkan arahan dan bimbingan agar terus percaya diri dan produktif. Tujuan Pengabdian ini adalah untuk 1. Dapat meningkatkan kompetensi pengetahuan peningkatan SDM yang unggul, 2. Dapat mengaplikasikan strategi pemasaran ditengah masa pandemi COVID-19. Adapun Metode kegiatan ini adalah dengan mendatangi lokasi tersebut dan memberikan penjelasan. Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut: 1. Agar menjadi SDM yang unggul harus memiliki fungsi MSDM seperti berikut: a. Perencanaan, b. Pengorganisasian, c. Pengarahan, d. Pengendalian, e. Pengadaan, f. Pengembangan, g. Kompensasi, h. Pengintegrasian, i. Pemeliharaan, j. Kedisiplinan, k. Pemberitahuan. 2. Dapat dipahami bahwa pemaduan program pemasaran dengan tepat dapat membentuk pemasaran yang terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan serta dapat menentukan posisi yang kuat dalam pasar sasaran, berikut 4 kriteria tersebut agar dapat di implementasikan: a. Produk, b. Harga, c. Distribusi, d. Promosi.

Pendahuluan

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) melalui Direktur Jenderal WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus di Jenewa, Swiss, Rabu 11 Maret 2020 secara resmi mengumumkan wabah virus corona (COVID-19) sebagai pandemi (WHO International, 2020). Menurut WHO, pandemi adalah skala penyebaran penyakit yang terjadi secara global di seluruh dunia. Setelah ditetapkan oleh WHO International sebagai penyakit pandemi, COVID-19 telah mau tidak mau membuat dampak dan perubahan besar dalam kehidupan manusia. Pandemi COVID-19 ini terjadi begitu cepat dan begitu besar penyebarannya. Pandemi COVID-19 ini telah membuat kehidupan manusia berubah, baik dari sisi pola kehidupan maupun pola pekerjaan. Perubahan ini terjadi baik pada perubahan di tingkat individu, komunitas-komunitas kecil, komunitas besar, bahkan hingga ke level bangsa dan negara-negara di dunia.

Pemerintah Indonesia sendiri telah menetapkan berbagai kebijakan pencegahan diantaranya Pembatasan Sosial Berskala Besar yaitu pembatasan terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh penduduk di suatu wilayah atau daerah, dengan tujuan untuk pencegahan terhadap penyebaran virus COVID-19. Adapun pembatasan sosial dalam skala besar ini mencakup: a. diliburkannya sekolah dan tempat bekerja maupun perkantoran. b. dibatasinya kegiatan hari besar keagamaan, dan/atau c. dibatasinya kegiatan-kegiatan yang berpusat pada tempat-tempat publik maupun fasilitas umum lainnya (PP Peraturan Pemerintah RI No.21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Di masa pandemi sumber daya manusia yang unggul merupakan solusi atas semua permasalahan bangsa dan negara. Jika sebuah negara memiliki sumber daya manusia yang unggul maka apapun permasalahan dan kompleksitas di masa depan, maka akan dapat diatasi dengan baik. Sumber daya manusia yang dikehendaki saat ini dan di masa mendatang merupakan kapital intelektual yang memiliki keunggulan kompetitif, komperatif, dan berdaya saing di era global. Apalagi bangsa kita sedang menghadapi tantangan dengan adanya tuntutan penguasaan keterampilan abad ke-21 dan pendidikan 4.0. Belum lagi tantangan eksternal dengan hadirnya revolusi industri 4.0 yang bertumpu pada *cyber-physical system*, dengan didukung oleh kemajuan teknologi, berbasis informasi, pengetahuan, inovasi, dan jejaring, yang menandai munculnya abad kreatif.

Menghadapi berbagai tantangan tersebut, maka pendidikan yang bermutu diperlukan untuk tetap menjamin tumbuh kembangnya sumber daya manusia yang berkualitas, yang bisa bertindak cepat, tepat, dan mampu beradaptasi dengan baik dalam mengantisipasi sekaligus mengatasi dampak negatif dari gelombang perubahan besar tersebut. Pemerintah bertanggung jawab dan berperan penting dalam mewujudkan kualitas sumber daya manusia, walaupun peran keluarga dan masyarakat juga sangat diperlukan. Dan untuk dapat meningkatkan mutu sumber daya manusia di masa yang akan datang, maka peran pendidik dan tenaga kependidikan di satuan pendidikan menjadi *leading sector* (kemdikbud, 2022).

Disaat kondisi nasional sedang mengalami masa pandemi selama hampir lebih 2 tahun ini, sangat berakibat pada pembatasan aktifitas, agar roda perekonomian harus tetap jalan khususnya generasi muda harus punya rasa percaya yang tinggi dengan didukung kreatifitas organisasi. Khususnya remaja karang taruna yang berada di Desa Antajaya, Bogor. Untuk itu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat akan melakukan kegiatan pada Karang taruna Desa Antajaya, Bogor yang beralamat di Jl. Dalam Cikembar No. 1, Desa Antajaya, Bogor, dimana dilokasi tersebut terdapat generasi muda yang kreatif dan potensial dimana saat pandemi ini butuh bimbingan dan pelatihan agar mampu produktif dengan hasil yang mereka buat dan mampu memasarkan produk tersebut. Dalam perjalanan remaja karang taruna Desa Antajaya, Bogor ini sudah ada sejak tahun 1990-an sampai sekarang. Dimana sumber daya manusia yang potensial ada dan perlu diarahkan agar terus tetap produktif sehingga dengan kegiatan yang postif itu dapat mempercepat pertumbuhan bangsa secara umum dan perumbuhan masyarakat secara khusus, agar menjadi sumber daya yang maju dan produktif remaja karang taruna tersebut harus mempunyai kualitas yang memadai sehingga dapat menjadi modal pembangunan yang efektif. Masalah yang dihadapi remaja karang taruna saat ini adalah masih banyaknya sumber daya yang masih muda dan membutuhkan arahan dan bimbingan agar terus percaya diri dan produktif.

Dengan majunya dunia teknologi dan sistem informasi saat ini seyoganya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh remaja karang taruna Desa Antajaya, Bogor untuk meningkatkan daya saing terutama meningkatkan usaha mikro, usaha kecil dan menengah (UMKM). Diharapkan melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini remaja karang taruna Desa Antajaya, Bogor semakin berkembang dan memiliki nilai daya saing yang tinggi. Sehingga dengan bersenergi dengan Lembaga Pendidikan khususnya Universitas Pamulang dari Prodi Manajemen diharapkan lembaga atau organisasi karang taruna Desa Antajaya, Bogor ini dapat menghasilkan sebuah produk yang ramah lingkungan dan tepat guna.

Sumber daya manusia merupaka salah satunya sumber daya yang mempunyai ide persaan, kemauan, keahlian, pengetahuan, dorongan, daya serta karya (rasio, rasa dan karsa). Seluruh kemampuan sumber daya manusia tersebut mempengaruhi terhadap upaya

organisasi dalam menggapai tujuan. Bagaimana pun maju nya teknologi, perkembangan informasi serta memadainya bahan. Bila tanpa sumber daya manusia sulit untuk organisasi itu buat meraih tujuannya. Menurut Hasibuan (2017) “Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur suatu proses untuk pemanfaatan sumber daya manusia agar menjadi sumber daya manusia yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan.” Sedangkan menurut Edy Sutrisno (2016) “mengemukakan bahwa sumber daya manusia adalah Kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, dan pemakaian SDM buat menggapai tujuan baik secara pribadi ataupun organisasi”.

Sedangkan Menurut (Kasmir, 2016, p. 6) “Manajemen sumber daya manusia adalah proses pengelolaan manusia, melalui perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, pemberian kompensasi, karier, keselamatan dan kesehatan serta menjaga hubungan industrial sampai pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan kesejahteraan stakeholder”. Sedangkan Sakban et al. (2019) Berpendapat “manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan bidang strategis dari organisasi. Manajemen sumber daya manusia harus dipandang sebagai perluasan dari pandangan tradisional untuk mengelola orang secara efektif”.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan kepegawaian guna mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi tenaga kerja untuk memperlancar jalannya operasional perusahaan sesuai tujuan yang telah di tentukan. sumber daya manusia bisa dimaksud sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang bisa didayagunakan oleh organisasi.

Menurut Hasibuan (2017) mengungkapkan tentang fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia yaitu:

- a. Perencanaan
Perencanaan (*Human resources planning*) adalah merencanakan tenaga kerja agar dapat bekerja secara efektif dan efisien supaya dapat membantu mewujudkan tujuan dan mengorganisasikan seluruh karyawan.
- b. Pengorganisasian
Pengorganisasian adalah untuk mengarahkan dan menetapkan karyawan dalam pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi dan koordinasi didalam bagan oerorganisasi (*Organization chart*).
- c. Pengarahan
Pengarahan (*Directing*) adalah suatu kegiatan mengarahkan seluruh karyawan, agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mewujudkan tujuan dalam perusahaan, karyawan dan masyarakat.
- d. Pengendalian
Pengendalian (*Controlling*) adalah kegiatan mengendalikan seluruh karyawan agar dapat mematuhi semua peraturan dan dapat bekerja dengan sesuai rencana.
- e. Pengadaan
Pengadaan (*Procurement*) adalah kegiatan proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi agar mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan perusahaan.
- f. Pengembangan
Pengembangan (*Development*) proses meningkatkan keterampilan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan melalui pelatihan dan pendidikan.
- g. Kompensasi
Kompensasi (*Compensation*) adalah balas jasa langsung dan tidak langsung. Berupa uang atau barang yang diberikan kepada karyawan sebagai imbalan yang diberikan oleh perusahaan.
- h. Pengintegrasian
Pengintegrasian (*Integration*) adalah kegiatan mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar dapat menciptakan kerja sama yang baik dan saling menguntungkan.

- i. Pemeliharaan
Pemeliharaan (*Manitenance*) adalah kegiatan memelihara atau meningkatkan kondisi karyawan seperti fisik, mental dan loyalitas karyawan agar bisa bekerja sama sampai pensiun.
- j. Kedisiplinan
Kedisiplinan adalah kesadaran dan keinginan untuk mentaati peraturan dan norma norma sosial.
- k. Pemberitahuan
Pemberhentian (*Separation*) adalah putusnya hubungan karyawan dengan perusahaan. Pemberhentian ini disebabkan dengan keinginan karyawan, keinginan perusahaan. kontrak kerja telah habis, dan sebab-sebab lainnya”.

Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Sadili (2010) “Tujuan manajemen sumber daya manusia adalah memperbaiki produktifitas karyawan terhadap organisasi dengan cara bertanggung jawab secara strategis, sosial dan etis.” empat tujuan manajemen sumber daya manusia yaitu :

- a. Tujuan Sosial
Perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial dan etis terhadap kebutuhan dan tantangan masyarakat dengan cara mengurangi dampak negatifnya.
- b. Tujuan Organisasi
Sasaran formal yang dibuat untuk membantu perusahaan mewujudkan tujuannya.
- c. Tujuan Fungsional
Mempertahankan kontribusi departemen manajemen sumber daya manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.
- d. Tujuan Individual
Tujuan pribadi dari anggota yang akan dicapai dalam melakukan aktifitasnya diperusahaan.

Peranan manajemen adalah fungsi yang saling berhubungan untuk mewujudkan tujuan tertentu melalui kegiatan orang-orang menurut Hasibuan, (2017) “Berarti sumber daya manusia sangat berperan penting dan dominan didalam manajemen. Manajemen sumber daya manusia telah mengatur dan menetapkan program kepegawaiannya”. Dapat mencakup masalah-masalah berikut :

- a. Menetapkan jumlah, kualitas dan penempatan tenaga kerja efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan deskripsi, spesifikasi, rekrutmen, dan evaluasi.
- b. Menetapkan penarikan, seleksi dan penempatan karyawan berdasarkan asas *the right man in the right place and the right man in the right job*.
- c. Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi dan pemberhentian.
- d. Meramalkan permintaan dan penawaran sumber daya manusia pada masa yang akan datang.
- e. Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya.
- f. Memonitor perubahan undang-undang dan kebijaksanaan pemberian balas jasa perusahaan sejenis.
- g. Memonitor kemajuan teknik dan perkembangan sertifikat buruh.
- h. Melaksanakan pelatihan, pendidikan dan penilaian prestasi karyawan.
- i. Mengatur mutasi karyawan baik vertikal maupun horizontal.
- j. Mengatur pensiun, pemberhentian dan pesanganya karyawan.

Peran sumber daya manusia sangat menentukan terwujudnya tujuan perusahaan, tetapi untuk memimpin unsur manusia ini dapat dikatakan sangat sulit dan rumit. Tenaga kerja manusia selain mampu, cakap dan terampil juga tidak kalah pentingnya kemauan dan kesungguhan mereka untuk bekerja efektif dan efisien. Kemampuan dan kecakapan kurang berarti jika tidak diikuti moral kerja dan kedisiplinan karyawan dalam mewujudkan tujuan.

Strategi pemasaran (marketing strategy) menurut Sofjan Assauri (2002) adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Sulyanto (2010) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya. Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Nana Herdiana (2015) dalam buku *Manajemen Strategi Pemasaran* menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasaran.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, strategi pemasaran merupakan sebuah rencana terarah perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan secara optimal.

Menurut Zikmund dan Babin (2010) Tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran meliputi.

- a. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan.
Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan oleh riset pemasaran adalah mengawasi lingkungan kompetisi untuk melihat tanda yang mengindikasikan adanya kesempatan bisnis. Sebuah deskripsi semata dari beberapa kegiatan sosial atau ekonomi, seperti tren dalam perilaku pembelian pelanggan, akan dapat membantu manager mengenali suatu permasalahan dan mengidentifikasi kesempatan untuk memperkaya usaha pemasaran.
- b. Menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar.
Tahap kedua dalam pengembangan strategi pemasaran adalah menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar. Riset pemasaran adalah sumber informasi utama untuk menentukan karakteristik dari segmen pasar yang membedakan mereka dari keseluruhan pasar. Riset seperti ini dapat membantu “menentukan lokasi” atau mendeskripsikan sebuah segmen pasar dalam kaitannya dengan demografi dan karakteristik. *Geo-demografi (geo-demographics)* merujuk pada informasi yang menjelaskan profil demografis dari konsumen di dalam suatu wilayah geografis tertentu.
- c. Merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi.
Jika telah menggunakan informasi yang diperoleh dari dua tahapan sebelumnya, manager pemasaran merencanakan dan melaksanakan strategi bauran pemasaran. Riset pemasaran mungkin diperlukan untuk mendukung keputusan-keputusan tertentu tentang berbagai aspek bauran pemasaran.
- d. Menganalisis kinerja perusahaan.
Setelah sebuah strategi pemasaran diterapkan, riset pemasaran akan memberitahukan kepada manager apakah kegiatan yang direncanakan telah dijalankan dengan baik dan apakah memenuhi apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, riset pemasaran dilakukan untuk mendapatkan masukan dari evaluasi dan pengawasan program pemasaran. Aspek dari pemasaran ini sangat penting bagi kesuksesan manajemen nilai total (*total value management*), yang berusaha mengatur keseluruhan proses, di mana konsumen mendapatkan manfaat. Riset pengawasan kerja (*performance monitoring research*) merujuk pada suatu riset yang teratur, terkadang secara rutin, memberikan umpan balik (masukan) untuk evaluasi dan pengendalian dari kegiatan pemasaran.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka ke empat tahapan- tahapan dalam pengembangan dan penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha agar proses pemasaran dapat berjalan secara maksimal sesuai tujuan. Misalnya tahapan dalam merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran, perusahaan perlu merancang bauran pemasaran yang terintegrasi, terdiri dari empat P yaitu *product, price, place, dan promotion*

Metode

Kerangka penyelesaian masalah

Tahap Pertama

Tahap pertama merupakan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Proses perencanaan meliputi identifikasi kebutuhan, identifikasi potensi dan kelemahan yang ada, menentukan jalan keluar dan kegiatan yang akan dilakukan, dan membuat pengorganisasian kegiatan. Perencanaan disusun sendiri oleh tim Karang Taruna Desa Antajaya. Sedangkan tim pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai fasilitator.

Tahapan Kedua

Tahap kedua merupakan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan bersama-sama oleh Karang Taruna Desa Antajaya sesuai dengan yang telah direncanakan. Sedangkan tim pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai fasilitator.

Tahap Ketiga

Pada tahap ketiga, dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan. Proses ini juga dilakukan sendiri oleh tim Karang Taruna Desa Antajaya. Tim pengabdian masyarakat hanya akan bertindak sebagai fasilitator

Realisasi penyelesaian masalah

Target luaran dari kegiatan ini adalah meningkatnya SDM dalam membuat strategi pemasaran.

Khalayak Sasaran

Kontribusi mendasar dari kegiatan ini adalah agar Karang Taruna Desa Antajaya dapat meningkatkan SDM dalam membuat strategi pemasaran.

Tempat dan Waktu Penelitian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 24-25 Oktober 2022. Adapun tempat, waktu dan peserta pelaksanaan adalah sebagai berikut:

Tempat : Aula Desa Antajaya, Bogor, Jawa Barat.

Pelaksanaan : 27-29 Maret 2022

Peserta: 35 Orang

Hasil dan Pembahasan

Hasil pelaksanaan PKM yang dilakukan pada tanggal 27-29 Maret 2022 dengan peserta para Pemuda Desa Antajaya-Bogor, bahwa: Hasil kegiatan PKM secara garis besar adalah peningkatan SDM dalam membuat strategi pemasaran. Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan acara tatap muka berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka dengan metode ceramah terkait peningkatan SDM dalam membuat strategi pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan dengan jangka waktu satu hari. Peserta kegiatan adalah anggota Karang Taruna Desa Antajaya dan lokasi penyelenggaraan pelatihan di Karang Taruna Desa Antajaya. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 3 (tiga) orang tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai peningkatan SDM dalam membuat strategi pemasaran. Keterbatasan waktu pertemuan mengakibatkan tidak semua materi dapat disampaikan dengan rinci. Kegiatan ini hanya dilakukan dengan metode ceramah. Acara kemudian

dilanjutkan sesi tanya jawab. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah peningkatan SDM dalam membuat strategi pemasaran.



Gambar 1. Pemaparan materi

Kesimpulan

1. Agar menjadi SDM yang unggul harus memiliki fungsi MSDM seperti berikut:

- Perencanaan,
- Pengorganisasian,
- Pengarahan,
- Pengendalian,
- Pengembangan,
- Kompensasi,
- Pengintegrasian,
- Kedisiplinan,

Dapat dipahami bahwa pemaduan program pemasaran dengan tepat dapat membentuk pemasaran yang terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan serta dapat menentukan posisi yang kuat dalam pasar sasaran, berikut 4 kriteria tersebut agar dapat di implementasikan: a. Produk, b. Harga, c. Distribusi, d. Promosi.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Anoraga, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Kemdikbud. 2022. *Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Bimtek Penguatan Kompetensi Pendidik Lainnya*.
<https://bppauidikmasntt.kemdikbud.go.id/index.php/11-artikel/185-peningkatan-sumber-daya-manusia-melalui-bimtek-penguatan-kompetensi-pendidik-lainnya>.
Diakses tanggal 12 April 2022.
- Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Edy, Sutrisno, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Malayu S.P, Hasibuan. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Philip Khotler dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Sakban, S., Nurmal, I., & Bin Ridwan, R. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Journal of Administration and Educational Management (Alignment)*, 2(1), 93–104.
<https://doi.org/10.31539/alignment.v2i1.721>.
- Samsudin, Sadili. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi Offset.
- World Health Organization. 2020. WHO coronavirus disease (COVID-19) dashboard.
<https://covid19.who.int/>. Diakses tanggal 12 April 2022