

Technological Changes and Digitalization in Human Resources (HR) Management

Firman Agung Pradana¹, Lusy Rahmawati², Eny Machsusiyah Zin^{3*}, Iriani Ismai⁴

University of Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Eny Machsusiyah Zin enymachsusiyahzin@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Technological Change, Digitalization, HR Management

Received : 09, Noveber

Revised : 12, December

Accepted: 23, December

©2023 Pradana, Rahmawati, Zin, Ismai: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

The aim of this research is to identify technological changes and digitalization in HR management at Caffe Shops in Bangkalan Regency, specifically at a Caffe called Warkop Fafa. The method used is descriptive qualitative. We use 2 data. Primary and secondary data. Primary data was obtained through direct observation and interviews. Meanwhile, we got secondary data from literature collections. The results of our research show that technological changes and digitalization have a big influence on Warkop Fafa's HR management and customer crowds.

Perubahan Teknologi dan Digitalisasi Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Firman Agung Pradana¹, Lusy Rahmawati², Eny Machsusiyah Zin^{3*}, Iriani Ismai⁴

University of Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Eny Machsusiyah Zin enymachsusiyahzin@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Perubahan Teknologi, Digitalisasi, Pengelolaan SDM

Received : 09, Noveber

Revised : 12, December

Accepted: 23, December

©2023 Pradana, Rahmawati, Zin, Ismai: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perubahan teknologi dan digitalisasi dalam pengelolaan SDM di Caffe Shop yang berada di Kabupaten Bangkalan tepatnya pada Caffe yang bernama Warkop Fafa. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Kami menggunakan 2 data. Data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung. Sedangkan data sekunder kami dapat dari kumpulan literatur. Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa perubahan teknologi dan digitalisasi sangat berpengaruh terhadap pengelolaan SDM Warkop Fafa dan keramaian pelanggan.

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan sebuah aktivitas usaha yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Dalam menjalankan bisnis seorang wirausahawan dituntut telaten dan cekatan dalam menjalankan sebuah bisnisnya. Di era sekarang ini banyak wirausahawan perseorangan yang sudah mulai bermunculan untuk melakukan kegiatan bisnis termasuk bisnis perseorangan. Bisnis perseorangan merupakan suatu kegiatan yang berlangsung disebuah organisasi dengan tujuan menjual barang atau jasa dengan dalih mencari laba atau keuntungan demi kemajuan finansial untuk suatu Perusahaan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM.

Di era industri 5.0 perkembangan teknologi semakin berkembang pesat dengan adanya penemuan dibidang teknologi maupun inovasi internet yang menyebabkan banyaknya perubahan. Perubahan ini mendorong berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi, interaksi, dan perubahan yang tidak terduga. Internet memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, baik positif maupun negatif. Dalam hal pemanfaatannya agar internet dapat dimanfaatkan secara positif maka harus digunakan secara efektif mungkin. Misalnya internet digunakan sebagai media mencari informasi dalam keperluan pekerjaan, pendidikan dan komunikasi. Sehingga pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat, mudah dan murah. Oleh karena itu, internet dapat dimanfaatkan kapanpun dan dimanapun tidak terikat dengan dimensi waktu seperti saat pandemi.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. (Thaha, 2020) mengatakan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terdampak pandemi Covid-19. Hasil penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM hasil dari laporan pelaku UMKM melalui berbagai sumber, yakni hotline call center Kemenkop dan UKM, dinas terkait, serta asosiasi pendamping UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan bahan baku mentah. Strategi penjualan diperlukan sebagai bentuk pertahanan dan eksistensi usaha saat pandemi Covid-19. Salah satu cara adalah dengan memilih strategi yang adaptable

dengan kemampuan dan kondisi suatu wilayah berdasarkan karakteristik masing-masing. Hal ini akan mendorong pelaksanaan pengembangan aspek yang menjadi fondasi UMKM, salah satunya adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia menjadi aspek yang penting sebagai pelaku utama dalam pelaksanaan proses bisnis UMKM.

Pesatnya perkembangan teknologi telah meningkatkan kinerja digital organisasi, dampaknya terhadap masyarakat, dan alur kerja organisasi. Revolusi digital berdampak pada organisasi di semua tingkatan. Konsep digitalisasi dan juga transformasi digital saat ini berada di antara istilah yang paling menonjol dan didiskusikan. Digitalisasi telah menjadi kata kunci di dunia bisnis dan diakui sebagai sesuatu yang harus dirangkul oleh organisasi agar tetap relevan. Konsep semacam itu menunjukkan penggunaan teknologi yang terus meningkat dan perubahan substansial yang sesuai dalam berbagai domain bisnis dan masyarakat.

Dalam masyarakat berbasis internet, akan sangat membantu bagi departemen manajemen sumber daya manusia untuk mencoba memahami dan menganalisis hubungan antara sumber daya manusia dan teknologi informasi. Analisis tersebut harus diterapkan di sumber daya manusia untuk peningkatan kinerja sumber daya manusia seiring dengan integrasi teknologi informasi. Digitalisasi dalam sumber daya manusia akan membuat lebih efisien dan relevan di masa depan. Tanpa transformasi digital, sumber daya manusia akan tertinggal jauh di belakang tuntutan organisasi di seluruh dunia. Penelitian yang sudah ada berfokus pada digitalisasi untuk pemasaran dan kinerja bisnis seperti preferensi pelanggan, perilaku pembelian, dan manajemen hubungan pelanggan. Namun, bagaimana pengaruhnya terhadap organisasi secara internal kurang dibahas dalam penelitian akademik, khususnya tentang manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan pada uraian tersebut di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji yaitu dengan melakukan penelitian yang berjudul "Perubahan Teknologi dan Digitalisasi Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia(SDM): Studi Kasus di Warkop Caffe".

TINJAUAN PUSTAKA

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) pada UMKM

Dalam artikel yang ditulis Yuliansyah M.Diah, Lina Dameria Siregar dan Nyimas Dewi Murnila Saputri (2021). " Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) Unggul dalam Tatanan Normal Baru bagi Pelaku UMKM di Kota Palembang".

Sumber daya manusia (SDM) adalah modal penting yang dimiliki oleh suatu organisasi karena memiliki kompetensi intelektual (Atmaja & Ratnawati, 2018). Kualitas dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) sangat berperan dalam kemajuan suatu organisasi (Widjaja, 2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah bagaimana memanfaatkan individu-individu yang

ada di organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi tersebut (Mondy, 2008). Manajemen SDM yang baik akan mempengaruhi bagaimanakah keberhasilan tiap-tiap perusahaan atau organisasi. Adapun tujuan dari manajemen SDM adalah untuk mencapai kontribusi maksimal dari masing-masing orang yang ada di dalam organisasi dan untuk mengelola orang-orang tersebut dengan suatu cara tertentu. SDM yang ada harus mampu dikembangkan potensinya semaksimal mungkin agar dapat berkontribusi kepada pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi secara efektif dan efisien (Werther dan Davis, 1996).

Manajemen sumber daya manusia untuk UMKM sangat penting agar usaha yang didirikan tidak mengalami kebangkrutan. (Wulansari, 2014) mengatakan beberapa masalah pengelolaan sumber daya manusia yang dihadapi UMKM, diantaranya adalah kesulitan dalam proses rekrutmen, penetapan aturan kepegawaian (termasuk aturan mempertahankan dan memberhentikan karyawan), mengikat karyawan (job engagement), mengembangkan kompetensi karyawan, menilai kinerja karyawan, mengatasi keterbatasan finansial, menentukan reward dan punishment, serta menghadapi tuntutan karyawan. Masalah sumber daya manusia ini lebih sering dikesampingkan oleh UMKM, mengingat metode pengelolaan UMKM yang cenderung masih tradisional. Beberapa penelitian terdahulu telah berkontribusi dalam pengelolaan manajemen sumber daya manusia, baik secara internal maupun eksternal. Namun, belum terdapat permodelan sumber daya manusia yang berfokus pada pengembangan UMKM, terutama pada sektor makanan dan minuman. Gambar 2.1 menunjukkan contoh model pengembangan yang berfokus pada optimalisasi kinerja dan skill sumber daya manusia pengelola UMKM pada sektor makanan dan minuman (Gunawan et al., 2021).

Model Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM Sektor Makanan dan Minuman Saat Pandemi Covid-19 Sumber: (Gunawan et al., 2021)

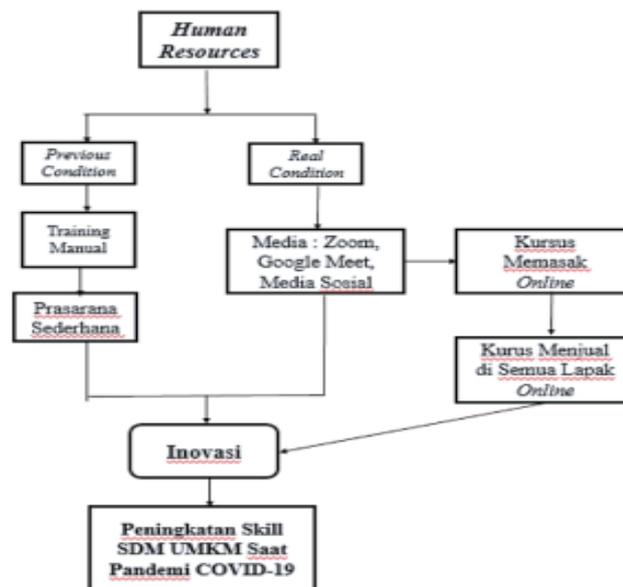
Perubahan Teknologi dan Digitalisasi pada UMKM

Dalam buku karangan Tine Yuliantini yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia. Mengemukakan salah satu tantangan sumber daya manusia di era globalisasi, yaitu perubahan teknologi dan digitalisasi. Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara organisasi beroperasi. Perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat dan mengintegrasikannya ke dalam proses bisnis mereka. Tantangan SDM di sini adalah bagaimana mencari karyawan yang memiliki keterampilan digital yang diperlukan dan mengatasi perubahan budaya perusahaan untuk menjadi lebih inovatif dan teknologi canggih. Konsep yang relevan untuk menghadapi tantangan ini adalah manajemen

inovasi dan pembelajaran organisasi. Para pakar dalam bidang MSDM menekankan pentingnya menciptakan budaya inovasi dan belajar secara terus-menerus agar organisasi dapat mengadopsi perubahan teknologi dengan cepat dan efisien. Globalisasi membuka pintu bagi perusahaan untuk beroperasi di pasar internasional. Namun, hal ini juga membawa persaingan yang semakin ketat. Perusahaan harus berkompetisi dengan perusahaan lokal dan internasional lainnya dalam mencari pangsa pasar dan pelanggan. Tantangan SDM di sini adalah bagaimana mencari dan mempertahankan tenaga kerja yang memiliki keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk bersaing di tingkat global.

Seiring perkembangan zaman perubahan teknologi dan digitalisasi sangat berpengaruh pada sektor UMKM termasuk usaha Coffeshop ini. Karena dengan adanya perubahan teknologi bauran promosi dapat dijangkau lebih banyak orang sehingga banyak masyarakat yang mengenal para pelaku usaha kecil ini. Contohnya dengan memanfaatkan platform digital seperti *Fintech* dan *Cashless Payment*.

Teknologi keuangan (Fintech) digunakan untuk menggambarkan teknologi baru yang berupaya meningkatkan dan mengotomatisasi pengiriman dan penggunaan jasa keuangan. Pada intinya, fintech dimanfaatkan untuk membantu perusahaan, pemilik usaha dan konsumen mengelola operasi keuangan, proses, dan kehidupan mereka dengan lebih baik dengan menggunakan perangkat lunak dan algoritme khusus yang digunakan di komputer dan smartphone. Fintech muncul sebagai alternatif kompetitif dari



tradisional perantara keuangan, pasar, dan infrastruktur. Fintech dapat memacu keuntungan efisiensi di sektor keuangan, menawarkan lebih baik dan lebih banyak produk dan layanan yang ditargetkan, dan memperdalam inklusi keuangan di negara berkembang. Fintech adalah bagian dari ekonomi digital

yang telah menghasilkan inovasi yang bahkan mengubah cara kita hidup karena pertumbuhan produktivitas telah melambat di negara maju selama beberapa dekade.

Survei tentang efektivitas sumber daya manusia digital mengungkapkan bahwa bermanfaat dalam waktu, biaya, dan uang dengan mengurangi beban tambahan tenaga kerja, juga memfasilitasi reputasi dan popularitas luas dari berbagai media sosial. Yang paling penting adalah aplikasi memastikan lingkungan kerja yang sehat dan keselamatan bagi karyawan (Miah & Hossain, 2014).

Di dunia digital saat ini, sumber daya manusia telah mengadaptasi teknologi untuk menghadapi dunia digital yang kompetitif. Sumber daya manusia harus bertransformasi dari bentuk konvensional ke bentuk digital. Elemen-elemen berikut diperlukan untuk melakukan transformasi dalam manajemen sumber daya manusia (Varadaraj & al Wadi, 2021): (1) Tenaga kerja digital, generasi saat ini dianggap sebagai tenaga kerja digital, mereka memiliki perangkat yang terhubung ke internet, aplikasi dan layanan berbasis situs yang selalu menjadi daya tarik kehidupan mereka sehari-hari; (2) Pekerjaan dan tugas digital, pekerjaan dalam organisasi telah mengalami transformasi besar dengan memanfaatkan platform digital dalam pekerjaan maupun dalam manajemen. Pekerjaan dan tugas dalam organisasi juga perlu diatur secara digital; (3) Dukungan manajemen digital, melibatkan perencanaan, penerapan, dan penggunaan teknologi digital untuk mendukung manajemen sumber daya manusia seperti pemrosesan penggajian, penghargaan dan kompensasi, manajemen kinerja, pelatihan dan pengembangan; (4) Teknologi sumber daya manusia yang diperbarui, bidang sumber daya manusia telah bergeser dari operasi konvensional menjadi operasi berbasis perangkat seluler.

Instrumen *cashless payment* yang ada saat ini diterbitkan oleh lembaga Bank Indonesia mendistribusikan alat pembayaran *cashless payment* dalam dua jenis yaitu, alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan uang elektronik (*e-money*). Penggunaan instrumen *cashless payment* didorong dengan kemudahan penggunaan dan lebih efisien daripada penggunaan uang tunai. *Cashless payment* mengacu pada pengaturan ekonomi di mana barang dan jasa berada ditransaksikan tanpa uang tunai (Paul dan Friday, 2012), baik melalui transfer elektronik atau pembayaran cek. *Cashless payment* adalah metode digital untuk bertukar transaksi keuangan antara dua pihak. *Cashless payment* menggunakan *payment gateway* untuk mentransfer dana menggunakan kartu debit, kartu kredit, dan lainnya secara elektronik melalui ponsel, situs web, kios, atau perangkat digital lainnya.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif adalah subjek dari berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan bermasyarakat. Data dan informasi berupa teks wawancara, catatan lapangan, dokumen, bahan visual seperti artefak, foto, video, data dari internet, dokumen pengalaman hidup manusia dianalisis secara kualitatif. Penggunaan pendekatan deskriptif tepat untuk diterapkan pada penelitian ini, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala atau peristiwa yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif menitikberatkan pada masalah- masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Berdasarkan teori yang disampaikan Sugiyono (2018:91) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi Spradley menamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut, dapat di rumah berikut keluarga dan aktivitasnya, atau orang-orang di sudut-sudut jalan yang sedang ngobrol, atau di tempat kerja, di kota, desa atau wilayah suatu negara. Situasi sosial tersebut, dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui " apa yang terjadi " di dalamnya.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, atau mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Caffe Shop Warkop Fafa di Jalan Trunojoyo No.16, Kelurahan Pejagan, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur.

b. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang berperan sebagai instrument penelitian yaitu peneliti itu sendiri *human instrument* dan karyawan Warkop Fafa. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi sampai sejauh mana peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang kemudian terjun ke lapangan. Validasi peneliti sebagai instrumen meliputi validasi pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti memasuki

objek penelitian, baik secara akademis maupun logistik

Berikut transkrip wawancara peneliti dengan salah satu karyawan
Caffe Shop Warkop Fafa

Narasumber : Rendi

Tempat : Warkop Fafa, Jalan Trunojoyo No.16, Bangkalan

Waktu : Jumat, 15 September 2023, Pukul 12.30 – 01.30

Tabel 3. Hasil wawancara Warkop Fafa

P	Berapa lama anda bekerja di Warkop Fafa ini?
N	Saya bekerja di Warkop Fafa ini sudah lumayan lama sekitar 3 tahunan. Dari tahun 2020 – sekarang.
P	Kira-kira ada berapa banyak karyawan yang bekerja di Warkop Fafa ini, dan apakah mempunyai usaha lain selain Warkop ini?
N	Ya tentu kami mempunyai bidang usaha lain seperti distro yang mempunyai banyak Karyawan didalamnya, yaitu sekitar 7 orang cowok dan 3 orang cewek. Sedangkan di Warkop Fafa ini sendiri memiliki 6 orang karyawan didalamnya.
P	Bagaimana Warkop Fafa ini dapat memanfaatkan perubahan teknologi di era teknologi Yang semakin maju ini?
N	Dengan perubahan teknologi yang semakin maju seperti saat ini tentu kami ikut menggunakan kemajuan teknologi ini. Manfaatnya bagi warkop kami tentu semakin ramainya pengunjung dan juga semakin memudahkan pelanggan dalam transaksi pembayaran. Selain itu manfaat teknologi saat ini dapat memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi melalui g-maps.
P	Perubahan ini pasti berpengaruh terhadap pelayan, dll. Boleh dicontohkan perubahan teknologi dan digitalisasi ini terhadap warkop fafa ini?
N	Tentu, warkop kami ini mengikuti trend dalam pelayanan seperti sebelum adanya kemajuan teknologi kita masih menggunakan alat tulis sebagai mencatat pesanan tetapi sekarang kita mempunyai elektronik seperti ipad untuk mencatat pesanan pelanggan. Selain itu kami juga menyediakan pembayaran lewat <i>e-commerce</i> seperti : dana, TF bank BRI sehingga memudahkan pelanggan yang tidak

	mempunyai uang cash. Kami juga menyediakan WIFI sehingga membuat pelanggan merasa puas dan nyaman untuk mengerjakan tugas atau kumpul bareng teman, dll.
P	Bagaimana cara kalian untuk menghadapi tantangan perubahan teknologi dan digitalisasi buat warkop fafa ini?
N	Tantangan bagi kai tentu banyak banget, salah satunya pada saat pandemi Covid 19. Dikarenakan aturan pemerintah yang harus mewajibkan masyarakat untuk melakukan aktivitas dari rumah dan pemberlakuan <i>lockdown</i> sehingga warkop kami menjadi sepi pengunjung dan terpaksa warkop kami ditutup sementara. Selain itu karena pemasukan kita berkurang dan harus tetap mengaji pegawai sehingga kami terpaksa melakukan pengurangan pegawai. Selain itu tantangan selanjutnya di era new normal kita kembali melakukan semuanya dari awal dengan mengadakan event, promo maupun perlombaan untuk menarik pelanggan agar bisa kembali sebelum adanya pandemi.
P	Apakah perubahan teknologi ini juga dapat menambah skill dari pegawai di warkop fafa ini?
N	Tentu karena pegawai kami dapat memanfaatkan teknologi ini dengan komunikasi dan kolaborasi antar lokasi yang berbeda memungkinkan karyawan untuk berkolaborasi secara online dengan tim mereka, berbagi ide, dan bekerja bersama tanpa harus berada di satu tempat. Selain itu Karyawan dapat memanfaatkan kursus online, webinar, dan sumber daya pendidikan digital lainnya.
P	Untuk usaha warkop pasti banyak persaingan, bagaimana cara kalian untuk menghadapi persaingan ini?
N	Mungkin dengan cara menambah fasilitas di warkop kita dan dengan meningkatkan pelayanan yang baik dan sopan terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan mengajak untuk datang kembali. Selain itu kami juga menawarkan berbagai makanan dan minuman yang lagi tren sekarang. Sekaligus kami akan memberikan promosi untuk pelanggan setia kami.
P	Apakah selain menyediakan pesanan secara offline, warkop ini juga menyediakan pesanan lewat platform online? Kalau iya bisa disebutkan aplikasi apa saja yang sudah digunakan?
N	Tentu kita sudah menggunakan order lewat online seperti by whatsapp, Grab, sedangkan untuk order lewat Shopeefood kita masih dalam proses. Untuk
P	Bagaimana pengelolaan SDM di Warkop Fafa ini seperti perekrutan karyawan, <i>jobdesk</i> karyawan, perjanjian kontrak dan gaji karyawan?

N	Didalam bisnis kita ini ada beberapa pengelola didalamnya yang terdiri dari 2 orang divisi barista dan <i>kitchen</i> , 2 orang divisi <i>marketing</i> , 1 orang <i>accounting</i> dan <i>purchasing</i> . Untuk perekrutan karyawan kami melalui beberapa tahapan seperti: seleksi karyawan lalu <i>interview</i> dilanjut <i>training</i> dan yang terakhir pemutusan karyawan. Perjanjian kontrak karyawan selama 6 bulan dengan bekerja paruh waktu atau <i>part time</i> .
P	Apakah ada perbedaan antara weekday dan weekend untuk pelanggan warkop fafa ini?
N	Pelanggan pada saat weekday ada sekitar 60-76 orang selama satu hari full, sedangkan pada saat weekend pelanggan kami lebih meningkat sampai 90-100 orang dalam sehari. Untuk jam buka warkop kami pada pukul 09.00 pagi sampai jam 11.00 malam.
P	Boleh dikasih tau untuk <i>media social</i> yang digunakan oleh warkop fafa ini?
N	Untuk <i>media social</i> kami yang paling aktif ada di Instagram kami yaitu @warkop_fafa, selain itu kami juga memounyai beberapa medsos lain seperti tiktok, fb, dll tetapi kurang aktif didalamnya.

c. Informan Penelitian

Dalam informan penelitian ini merupakan orang yang dapat diyakini dan merupakan informan pendukung sebagaimana untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan juga mudah untuk menjajahi objek. Informan dalam penelitian ini yaitu Mas Rendi, berusia : 25 th , jenis kelamin : Laki-laki, agama : Islam , jabatan : Pegawai.

d. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berdasarkan pada focus strategi bauran promosi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan yang dilakukan warkop fafa, maka peneliti menentukan sumber data yang didapat dari penelitian ini berasal dari narasumber penelitian dengan cara melakukan wawancara langsung dan observasi langsung ke tempat Warkop Fafa di Jalan Trunojoyo No.16 Kabupaten Bangkalan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder yang mengacu pada penelitian sebelumnya, jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan objek dan topik yang diteliti. Dalam sebuah teori Sugiyono (2018:104)

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang dibuat. Dalam pengumpulan data ini, penulis terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid maka penulis menggunakan teknik sebagai berikut: Menurut Sugiyono (2018: 104)

1) Metode Observasi

Observasi atau observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dimana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang-orang yang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi adalah proses mengamati dan merekam suatu objek dengan mengamati semua fenomena yang diselidiki dalam penelitian. Dalam penelitian ini perlu dilakukan pengumpulan data melalui observasi, karena penelitian ini berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, objek penelitian, serta gejala dan fenomena yang ada pada segala hal yang mempengaruhi perubahan objek penelitian. (Sugiyono, 2015:226). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi di lingkungan Warkop Fafa di Jalan Trunojoyo No.16 Kabupaten Bangkalan.

2) Metode Wawancara

Menurut Moleong (2018: 186), menjelaskan bahwa wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara / *interviewer* sedangkan yang bertanya dan yang diwawancara disebut *interviewee* yang memberikan jawaban atas pertanyaan atau narasumber *interviewees*. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diselidiki, tetapi juga jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih dalam. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan laporan diri atau *self-report*, atau setidaknya pengetahuan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2018 : 114).

3) Metode Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018 : 124) menyatakan bahwa dokumen adalah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Dokumen berupa tulisan, misalnya buku harian, daftar riwayat hidup, cerita, biografi, peraturan kebijakan. Dokumen berupa gambar, seperti foto, gambar hidup, sketsa dan

lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya, misalnya karya seni rupa, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Kajian dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

f. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran objektif. Karena dalam penelitian kualitatif, validitas data merupakan instrumen yang sangat penting. Melalui validitas data, kredibilitas atau kepercayaan penelitian kualitatif dapat dicapai.

Pemeriksaan pada dasarnya digunakan untuk membantah sebuah pertanyaan bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah. Dengan teknik pengecekan keabsahan data, jelaslah bahwa hasil penelitian benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari segala aspek. (Moleong, 2011:171).

g. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi suatu pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles and Huberman dalam Sugiyono (2018: 134-141) :

1) Data Collection (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau kombinasi dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan selama beberapa hari, mungkin berbulan-bulan sehingga data yang diperoleh akan menjadi banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan eksplorasi umum terhadap situasi sosial atau objek yang diteliti, segala sesuatu yang dilihat dan didengar dicatat. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat besar dan sangat bervariasi .

2) Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu perlu dilakukan pencatatan secara cermat dan detail. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak jumlah data, semakin kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis dan melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, menyeleksi hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal tertentu, mencari tema dan pola.

Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih tepat dan jelas, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya, dan mencarinya pada saat dibutuhkan. Reduksi data dapat dilakukan dengan bantuan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu.

3) Data Display (Penyajian Data)

Display data adalah gambaran dari beberapa informasi yang telah disusun yang memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, tetapi juga dapat disajikan dalam bentuk matriks atau diagram, tabel dan bagan..

4) Conclusion Drawing / Verification

Menurut Miles dan Huberman (2014) “ *Data condensation refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and/or transforming the data appear in the full corpus (body) of written-up field notes, interview transcripts, documents and other empirical materials. By condensing, we’re making data stronger*” Kondensasi data merupakan proses penyeleksian dengan menitikberatkan pada penyederhanaan, abstraksi data tindakan dari catatan lapangan, wawancara, transkrip, berbagai dokumen. Menggunakan condensation data akan lebih stabil/kuat. Setelah itu, data yang telah dianalisis kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk kata-kata untuk menggambarkan berbagai fakta yang ada di lapangan, sehingga dapat dijadikan pertanyaan dalam penelitian yang kemudian dijadikan sebagai pokok bahasan. Berdasarkan dari penjelasan diatas maka dari setiap tahapan dalam proses penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan keabsahan sebuah data dengan menelaah seluruh data yang telah ada dari berbagai narasumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto , dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung beberapa metode lain.

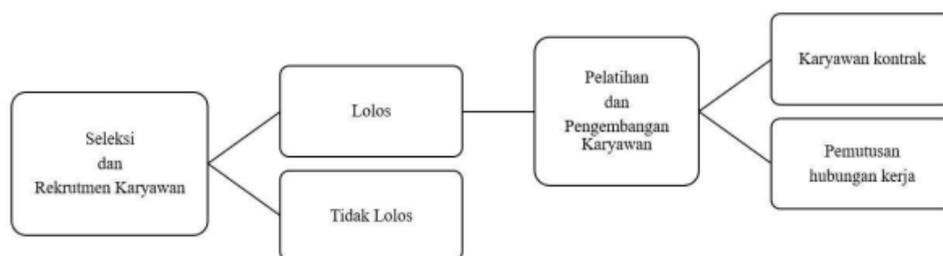
PEMBAHASAN

Peneliti akan menguraikan analisis data dari hasil penyajian data pada tabel 3.1. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi dua kajian utama yaitu pengelolaan sumber daya manusia di warkop fafa dan perubahan teknologi dan digitalisasi terhadap warkop fafa.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Warkop Fafa

Studi kasus sumber daya manusia digital yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Warkop Fafa beralamat di Jalan Trunojoyo No.16, Pejagan, Bangkalan, Jawa Timur. Lokasinya cukup dekat dengan BNI KK Trunojoyo.

Warkop Fafa memiliki 5 divisi pekerjaan, yaitu divisi barista, divisi *kitchen*, divisi *marketing*, divisi *purchasing*, dan divisi *accounting*. Total keseluruhan karyawan yang bekerja di Warkop Fafa berjumlah 6 orang yang dibagi menjadi 2 orang divisi barista dan *kitchen*, 2 orang divisi *marketing*, 1 orang divisi *purchasing* dan 1 orang divisi *accounting* dengan masing-masing divisi mempunyai 1 orang sebagai koordinator divisi. Pengelolaan sumber daya manusia di Warkop Fafa diawali dengan proses hiring melalui platform khusus coffee shop yang ada di Bangkalan bernama @warkop_fafa yang ada di sosial media Instagram yang kemudian dilanjutkan dengan proses interview. Jika recruiter tertarik dengan jawaban yang diberikan oleh calon karyawan dan dinyatakan lolos tahap seleksi, selanjutnya dari pihak Warkop Fafa mengadakan training selama 3 bulan. Sebelum atau sesudah 3 bulan karyawan melakukan training dengan baik, maka akan dijadikan karyawan kontrak di Warkop Fafa. Sebaliknya jika karyawan tidak melakukan training dengan baik, maka akan ada pemutusan hubungan kerja antara pihak Warkop Fafa dengan karyawan tersebut (gambar 3.2).



Gambar 3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Warkop Fafa

Sumber: Penulis, 2023

Perjanjian kerja atau kontrak yang diberikan kepada karyawan di Warkop Fafa yaitu dengan kontrak per 6 bulan, karena arena sebagian besar karyawan yang bekerja di Warkop Fafa merupakan karyawan yang bekerja paruh waktu atau *part time*, maka jika Warkop Fafa menerapkan sistem perjanjian kerja yang tertulis pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Bab IX tentang Hubungan Kerja pasal 59 ayat 4:

“Perjanjian kerja waktu tertentu yang didasarkan atas jangka waktu tertentu dapat diadakan untuk paling lama 2 (dua) tahun dan hanya boleh diperpanjang 1 (satu) kali untuk jangka waktu paling lama 1 (satu) tahun.”

Para karyawan merasa terlalu terikat dengan perusahaan atau usaha bisnis tersebut. Sebagian besar karyawan yang bekerja di Warkop Fafa mengambil kerja paruh waktu atau *part time*, sehingga para karyawan masih bisa mengatur jam kerjanya sendiri sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing agar nyaman dengan pekerjaan yang mereka lakukan dan tidak ada tuntutan bagi para karyawan harus bekerja terikat pada Warkop Fafa, karena para karyawan masih ada kebutuhan lain seperti kuliah, sehingga pekerjaan ini menjadi pekerjaan sampingan bagi mereka.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Bab X tentang Perlindungan, Pengupahan, dan Kesejahteraan Bagian Kesatu tentang Perlindungan Paragraf 4 Waktu Kerja Pasal 77 ayat 2:

“Waktu kerja sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) meliputi: (a) 7 (tujuh) jam 1 (satu) hari dan 40 (empat puluh) jam 1 (satu) minggu untuk 6 (enam) hari kerja dalam 1 (satu) minggu; atau (b) 8 (delapan) jam 1 (satu) hari dan 40 (empat puluh) jam 1 (satu) minggu untuk 5 (lima) hari kerja dalam 1 (satu) minggu.”

Waktu kerja yang berlaku pada karyawan di Warkop Fafa yaitu selama 8 (delapan) jam dalam 1 (satu) hari, dengan pembagian waktu per shiftnya yaitu shift pagi dimulai dari pukul 08.30 - 15.30 WIB dengan formasi 1 orang karyawan divisi barista dan 1 orang karyawan divisi *kitchen*, lalu yang kedua shift middle yang dimulai dari pukul 12.00 - 20.00 WIB dengan formasi 1 orang karyawan divisi *kitchen*, dan shift terakhir yaitu shift malam dimulai dari pukul 15.00 - 23.00 WIB dengan formasi 2 orang karyawan divisi barista dan 1 orang karyawan divisi *kitchen*. Karyawan yang berada di Warkop Fafa Express dengan waktu kerja dari pukul 10.00 - 23.00 WIB dengan formasi 1 orang karyawan divisi barista dari pukul 10.00 - 18.00 WIB dan 1 orang karyawan divisi *kitchen* dari pukul 14.00 - 23.00 WIB. Perbedaan waktu kerja antara pekerja paruh waktu atau *part time* dengan pekerjaan penuh waktu atau *full time* berada dibagian hari kerjanya. Jika pekerja paruh waktu atau *part time* hanya bekerja selama 4 (empat) sampai 5 (lima) hari kerja, sedangkan pekerja penuh waktu atau *full time* bekerja selama 6 (enam) hari kerja. Presensi karyawan untuk saat ini menggunakan grup *WhatsApp* yang dikelola oleh pihak Warkop Fafa dengan cara karyawan melaporkan bahwa dirinya sudah berada di *coffee shop* dan pemilik Warkop Fafa memantau melalui CCTV yang terpasang di dalam *coffee shop*.

Warkop Fafa buka pada pukul 09.00 sampai jam 23.00, terdapat perbedaan pada saat *weekend* dan *weekday*. Saat *weekday* pelanggan yang berkunjung sekitar ada sekitar 60-76 orang selama satu hari full, sedangkan pada saat *weekend* pelanggan kami lebih meningkat sampai 90-100 orang

dalam sehari. Selain menyediakan pemesanan lewat offline dengan berkunjung langsung ke Coffe Shop, Warung Fafa juga menyediakan pekangan yang mager untuk keluar rumah dengan order makanan atau minuman lewat platfom online seperti by *Whatsapp*, *Grab*, dan untuk *Shopeefood* masih dalam tahap pemrosesan. Untuk masyarakat yang ingin mengunjungi dan menikmati Warkop Fafa ini pengunjung bisa membuka social media Warkop Fafa ini dengan membuka *Instagram @warkop_fafa*, selain itu Warkop Fafa juga mempunyai media social lainnya seperti *tiktok*, *Facebook*, dll namun tidak terlalu aktif didalamnya.

Perubahan teknologi dan digitalisasi terhadap Warkop fafa

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pegawai Warkop fafa, maka perubahan teknologi pada Warkop fafa memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kemajuan teknologi. Perubahan teknologi dan digitalisasi pada Warkop fafa, ada pada perbedaan dimana pada saat belum adanya kemajuan teknologi, Warkop fafa masih menggunakan alat tulis mencatat orderan pelanggan. catatan adalah alat tulis yang paling umum digunakan untuk mencatat pesanan pelanggan. Sedangkan di era kemajuan teknologi yang pesat Warkop fafa telah berganti elektronik seperti, Ipad untuk mencatat orderan pelanggan. iPad dapat digunakan untuk mencatat orderan pelanggan dengan berbagai cara, tergantung pada jenis bisnis atau layanan yang di tawarkan.

Pembayaran dengan uang tunai juga semakin jarang, hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi. Teknologi digital dan perbankan elektronik telah membuat pembayaran non-tunai lebih mudah dan lebih nyaman. Orang sekarang dapat menggunakan kartu debit, kartu kredit, aplikasi pembayaran mobile, atau transfer elektronik untuk membayar barang dan jasa. Kemudahan ini telah meminimalkan kebutuhan akan uang tunai. Warkop fafa menyediakan pembayaran digital seperti: dana, transfer bank BRI, itu memudahkan pelanggan yang tidak memiliki uang cash.

Tidak hanya menerima orderan offline tetapi juga menerima orderan secara online. orderan online adalah proses memesan barang atau jasa melalui internet dengan menggunakan platform atau situs web e-commerce. Warkop fafa sendiri menggunakan platform order online melalui *WhatsApp*, *Grab*, dan untuk orderan melalui platform *Shopeefood* masih dalam tahap proses untuk penggunaan platform tersebut.

Perubahan teknologi pada Warkop fafa juga dapat menambah skill dari pegawai, dengan memanfaatkan teknologi ini dengan komunikasi dan kolaborasi antar lokasi yang berbeda memungkinkan karyawan untuk berkolaborasi secara online dengan tim mereka, berbagi ide, dan bekerja

bersama tanpa harus berada di satu tempat. Selain itu Karyawan dapat memanfaatkan kursus online, webinar, dan sumber daya pendidikan digital lainnya. Perubahan teknologi pada Warkop fafa juga membuat semakin ramainya para pengunjung dan semakin memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi melalui g-maps.

Adapun tantangan dalam perubahan teknologi dan digitalisasi, salah satunya adalah pada saat pandemi covid-19. Dikarenakan aturan pemerintah yang harus mewajibkan masyarakat untuk melakukan aktivitas dari rumah dan pemberlakuan *lockdown* sehingga warkop menjadi sepi pengunjung dan terpaksa warkop ditutup sementara. Selain itu karena pemasukan berkurang dan harus tetap mengaji pegawai sehingga terpaksa melakukan pengurangan pegawai. Selain itu tantangan selanjutnya di era new normal kita kembali melakukan semuanya dari awal dengan mengadakan event, promo maupun perlombaan untuk menarik pelanggan agar bisa kembali sebelum adanya pandemi.

Dalam menghadapi persaingan Warkop fafa menggunakan cara dengan menambah fasilitas di Warkop serta meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan memiliki rasa untuk datang kembali pada Warkop fafa. Selain itu pegawai juga menawarkan berbagai makanan dan minuman yang sedang tren sekarang. Sekaligus memberikan promosi untuk pelanggan setia kami.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian kami tentang Perubahan Teknologi dan Digitalisasi Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) pada UMKM Warkop Fafa yang berada di Bangkalan, memiliki perubahan yang signifikan baik dari segi Pengelolaan SDM maupun dari segi pemanfaatan platform teknologi dan digitalisasi. Selain itu perekrutan karyawan juga bisa memanfaatkan perubahan teknologi yang semakin maju dan lebih efisien. Perubahan teknologi dan digitalisasi juga mempengaruhi banyaknya pelanggan yang datang ke Warung Fafa ini. Strategi menarik minat pelanggan juga cukup menarik dengan menggunakan strategi promosi, event, dll.

Peneliti menyarankan agar Warkop Fafa tetap mengimplementasikan lingkup manajemen sumber daya manusia digital yang sudah diterapkan seperti Perekrutan dan Administrasi Elektronik (*E-Recruitment & Administration*), Seleksi dan Induksi Elektronik (*E-Selection & Induction*), dan Manajemen Penghargaan dan Kompensasi Elektronik (*E-Reward & Compensation Management*) untuk meningkatkan produktivitas bisnis yang dijalankan.

Peneliti tidak begitu menyarankan untuk diaplikasikan secara digital ke beberapa lingkup manajemen sumber daya manusia digital seperti Penilaian Performa Elektronik (*E-Performance Appraisal*). Pelatihan dan Pengembangan Elektronik (*E-Training & Development*), dan Manajemen Pembelajaran dan Bakat Elektronik (*E-Learning & Talent Management*) kurang relevan jika diterapkan di Warkop Fafa karena berdasarkan hasil observasi yang sudah peneliti lakukan, para karyawan membutuhkan praktik secara langsung, dan pengarahannya secara tatap muka sehingga akan lebih efektif untuk meningkatkan produktivitas bisnis yang dijalankan.

Selain itu peneliti juga menyarankan kepada pemilik Warkop Kopi untuk lebih memperhatikan tempat dan lokasi yang kurang strategis dan menarik sehingga untuk menarik lebih banyak pelanggan peneliti menyarankan untuk merenovasi tempat untuk lebih estetik dan terkesan menarik.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menggunakan metode kualitatif secara lebih mendalam pada beberapa UMKM, sehingga dapat membandingkan antar UMKM dan diperoleh hasil yang lebih akurat. Penting juga bagi penelitian selanjutnya untuk mengambil obyek pada UMKM yang dipandang telah melakukan digitalisasi pada sebagian besar operasional usahanya, sehingga dapat memberikan gambaran dan masukan bagi UMKM yang lain.

PENELITIAN LANJUTAN

Pemanfaatan teknologi ini lebih baik dibarengi dengan penerapan norma kesopanan untuk mengimbangi penggunaan teknologi digital dengan sumber daya manusia sehingga pelanggan lebih merasa nyaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan narasumber Warkop Fafa dengan membantu pelaksanaan dan penyusunan artikel ini dan peneliti mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah membantu menyusun artikel ini.

REFERENSI

- Amara, N. ben, & Atia, L. (2016). *E-Training-and-Its-Role-in-Human-Resources-Development*. *Global Journal of Human Resource Management*, 4(1)
- Dewiningrat, A. I. (2022). *FINANCIAL TECHNOLOGY DAN CASHLESS PAYMENT SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA COFFEE SHOP DI KOTA DENPASAR*. *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 12(2), 240-246.

- Diah, Y. M., Siregar, L. D., & Saputri, N. D. M. (2021). Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) Unggul dalam Tatanan Normal Baru bagi Pelaku UMKM di Kota Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 67-76
- Digital Human Resource Management: Prospects & Challenges for Garments Industries in Bangladesh. (2020). *European Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-7-03>
- Gunawan, C. I., Solikhah, S. Q., & Yulita, Y. (2021). Model Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Era Covid-19. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 9(2). <https://doi.org/10.30871/jaemb.v9i2.3639>
- Miah, M. K., & Hossain, M. S. (2014). A Comparative Study of HRM Practices between Foreign and Local Garment Companies in Bangladesh. *South Asian Journal of Human Resources Management*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2322093714526660>
- Triakurnian, A. D. (2023). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Digital Pada UMKM Studi Kasus di Kemari Coffee. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 6(1), 39-62.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2020. (2020, November 2). Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>. October 5, 2022
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003. (2003, March 25). Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43013>. October 5, 2022
- Varadaraj, Dr. A., & al Wadi, Dr. B. M. (2021). A Study on Contribution of Digital Human Resource Management towards Organizational Performance. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 7(5). <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.75.1004>
- Wulansari. (2014). STRATEGI PERENCANAAN SDM UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BATIK SEMARANG. *Prosiding Pendidikan Profesi Guru, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*
- Yuliantini, Tine. 2023. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Aceh: Mercuru Buana

