



Strategi Dalam Pengembangan Kompetensi Karyawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Kewirausahaan Warkop Tea House

Strategi Dalam Pengembangan Kompetensi Karyawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Kewirausahaan Warkop Tea House

1)* Arjun, 2) Muammar Khaddapi, 3) Sapar

¹²³ Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia

Email: 1)* ahmadarjun909@gmail.com, 2) khadapifox85@gmail.com, 3) sapar@umpalopo.ac.id

*Correspondence: Arjun

DOI:

10.59141/comserva.v4i5.2229

ABSTRAK

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi serta UMKM memberikan peluang bagi usaha kecil untuk berkembang. Salah satu faktor utama dalam perkembangan UMKM adalah pengembangan kompetensi karyawan untuk meningkatkan daya saing kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan kompetensi karyawan dalam mendukung daya saing usaha di Warkop Tea House, Luwu Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mengumpulkan data primer dan sekunder melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi karyawan, melalui pelatihan dan pengembangan, berdampak positif terhadap daya saing kewirausahaan. Strategi bisnis yang efektif dan kompetensi yang diperoleh melalui pelatihan mampu meningkatkan kinerja usaha di tengah persaingan dan perubahan pola pasar yang cepat. Kesimpulannya, pengembangan kompetensi karyawan secara berkelanjutan sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi.

Kata kunci: UMKM, kompetensi karyawan, daya saing

ABSTRACT

Government Regulation (PP) No. 7 of 2021 on the facilitation, protection, and empowerment of cooperatives and MSMEs provides opportunities for small businesses to grow. One of the key factors in MSME development is employee competency development to enhance entrepreneurial competitiveness. This study aims to analyze the strategies for developing employee competencies in supporting business competitiveness at Warkop Tea House, Luwu Utara. Using a qualitative method with a descriptive approach, the research collected primary and secondary data through observations and interviews. The findings indicate that employee competency, through training and development, has a positive impact on entrepreneurial competitiveness. Effective business strategies and competencies gained through training help improve business performance amidst market competition and rapid consumer behavior changes. In conclusion, continuous employee competency development is crucial in enhancing MSME competitiveness in the era of globalization.

Keywords: MSMEs, employee competency, competitiveness

PENDAHULUAN

Pemerintah (PP) nomor 7 tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah (PP UMKM). Memberikan ruang untuk bertumbuhnya usaha –usaha milik masyarakat. Salah satu hal pokok guna pertumbuhan dan perkembangan UMKM adalah Strategi dalam pengembangan kompetensi karyawan untuk meningkatkan daya saing kewirausahaan hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Juanda et al., 2023).

Strategi dalam pengembangan kompetensi karyawan untuk meningkatkan daya saing kewirausahaan dengan metode yang digunakan ini untuk mampu menciptakan hal-hal positif bagi karyawan dan kewirausahaan dalam menjalankan tugas dari persaingan dan resesi wilayah maupun global (De Vos et al., 2011). Meskipun berbeda dari pandangan. Meskipun menurut penelitian bahwa model keuangan, kompetensi Sumber Daya Manusia, strategi pemasaran, tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM.

Disisi lain UMKM juga dituntut memiliki daya saing yang kuat guna bertahan dalam persaingan usaha (Irfayanti & Azis, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian Daya saing adalah sebuah kombinasi yang dilakukan pada kinerja sesuatu perdagangan yang memberikan kemampuan pada internal dan eksternal pada suatu industri dalam memperoleh kemampuan dalam melakukan produksi (Costantini & Mazzanti, 2012). Berdasarkan penelitian untuk menilai bagaimana strategi dalam peningkatan kompetensi SDM berpengaruh terhadap daya saing UMKM.(Ismail, 2012)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekonomi memberi kontribusi yang sangat penting (Vásquez et al., 2021). Kegiatan perekonomian pada saat itu dilanda kondisi yang sangat parah (krisis) sehingga mempengaruhi sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) meningkat dengan sangat tajam, hal tersebut menyebabkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan sangat tajam, dari sekitar 7.000 pada tahun 1980 menjadi sekitar 40 juta pada tahun 2001 dan naik sekitar 49,840 juta pada tahun 2007. Oleh sebab itu, di Sulawesi Selatan, Usaha Kecil dan Menengah sejak tahun 2017 semakin naik menjadi 916 ribu. Pelaku UMKM telah mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dengan slogan memajukan perekonomian masyarakat. Dukungan keuangan untuk usaha menengah kecil dan mikro juga sama kuatnya, baik melalui dana APBD atau dana perimbangan atau hibah dari pusat, CSR dari perusahaan dan lembaga lainnya (Xu et al., 2020). Dengan dukungan kuat tersebut, diharapkan industri mikro, kecil dan menengah dapat menemukan momentum pembangunan yang baik sejalan dengan visi dan misi pembangunan nasional.

Strategi dalam pengembangan kompetensi karyawan ini diadakan untuk meningkatkan kualitas kewirausahaan di Era globalisasi yang meningkat, upaya ini dilakukan untuk menjaga keberlangsungan kewirausahaan dan profesional pegawai dalam pelayanan terhadap pelanggan tetap dan non tetap (Pinto et al., 2020). Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, strategi selalu di mulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Kecepatan inovasi pasar dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*) dalam bisnis yang dilakukan.(Carbonell & Rodriguez, 2006)

Kompetensi karyawan merupakan kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja. kompetensi terhadap karyawan sangat penting di miliki oleh Kewirausahaan dalam persaingan usaha guna menarik pelanggan dan masyarakat.(Siemsen et al., 2008)

Upaya peningkatan daya saing diharapkan dapat menghasilkan skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) mampu meningkatkan kemampuan usaha melalui pengetahuan dan kreativitas (Dong et al., 2009). Secara umum daya saing merupakan upaya untuk memanfaatkan dan mengelola sumber daya manusia, teknologi, dan sumber daya alam untuk mencapai nilai tambah atau biasa disebut pertambahan nilai. Peningkatan daya saing usaha harus secara bertahap artinya peningkatan daya saing dimulai dari persaingan tingkat lokal, kemudian dikembangkan kewilayah/kawasan yang makin meluas.

Daya saing kewirausahaan yang ada di Indonesia khususnya Daerah Luwu Utara sangat meningkat drastis di lihat dari beberapa tahun di belakang ini banyak usaha UKM dan UMKM dibuka oleh masyarakat Luwu Utara untuk meningkatkan perekonomian keluarga, Faktor dari banyaknya usaha yang di buka oleh masyarakat ini disebabkan oleh peristiwa Virus Covid-19 di akhir tahun 2019, Dan Banjir Bandang diawal bulan 2 tahun 2020 inilah salahsatu faktor mengapa kewirausahaan di Luwu Utara meningkat drastis. (Ismail, 2012)

Warkop tea house menurut media *tribun-timur.com* Tea house masuk dalam 5 kategori warkop terfavorit di Masamba Luwu Utara karna lokasi yang strategis dan pelanggan yang datang kebanyakan dari Pejabat Pemerintahan, Kepolisian, Kontraktor, Aktivistis, Mahasiswa, Pelajar, dan lain-lain. Warkop Tea house berlokasi di jalan poros trans sulawesi berhadapan langsung dengan kantor kepolisian (polres) luwu utara. Pelayanan Tea house dibuka setiap hari dari jam 10.00 Pagi-20.00 Malam. berdirinya Tea house ini sejak tahun 2018 dan lokasi awalnya berlokasi di taman kota Luwu Utara, oleh karna musibah di beberapa tahun terakhir tea house pindah ke jalan yang disebut diatas.

Owner Tea House (Rival Pasau) memulai karirnya sejak selesai kuliah di salah satu kampus yang ada di kota Makassar dan memulai pekerjaannya menjadi karyawan di salahsatu usaha yang menjual makanan dan minuman (Cheng et al., 2012). Dan inilah yang menjadi salahsatu faktor pengalaman (Rival Pasau) mendirikan sebuah usaha warkop (Tea House) di tahun 2018 silam.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Luwu Utara dan terfokus pada pegawai/karyawan, dan pelanggan Tea House waktu penelitian ini dimulai pada bulan April tahun 2024.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Jenis penelitian yang digunakan (Hascher, 2008) dalam penelitian ini adalah penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Landasan dasar penelitian ini dengan menggunakan metode khusus, yaitu suatu pendekatan yang mempelajari secara mendalam tentang strategi dan kompetensi karyawan untuk meningkatkan daya saing kewirausahaan Warkop tea house data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pada pengelompokannya yaitu:

- a. Data Primer, yaitu merupakan data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).
- b. Data Sekunder yaitu merupakan data penelitian yang tidak diperoleh secara langsung, melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Observasi, yakni mendatangi langsung tempat yang ingin diteliti
- b. Interview, yaitu memberikan pertanyaan yang harus dijawab langsung oleh pihak terkait.

4. Informan Penelitian
 - a. Owner Tea House
 - b. Karyawan Tea House
 - c. Pelanggan Tea House

5. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Kualitatif. Menurut (Mahrizon, 2023). “Mengumpulkan data dalam metode kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi”. Oleh sebab itu, penulis memandang bahwa metode analisis kualitatif ini adalah alat dasar untuk dapat menyelesaikan permasalahan karyawan dalam meningkatkan daya saing kewirausahaan warkop tea house.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penjelasan Strategi

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian tujuan dan sasaran tertentu. Strategi adalah kunci sukses bagi setiap bisnis di era moderen, iya bagaikan peta dan konsep yang mengarahkan perusahaan menuju tujuan besar dalam dunia bisnis, yang penuh perubahan dan persaingan. Strategi membantu perusahaan tidak hanya untuk bertahan tapi juga berkembang dan unggul.

Strategi dengan teknik analisis SWOT (Raeburn, 2022) analisis SWOT adalah teknik mengevaluasi aspek internal dan eksternal bisnis, dengan analisis SWOT anda bisa menciptakan strategi bisnis yang sangat sesuai dengan aspek terbaik yang anda miliki. strategi analisis ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi sebuah masalah, baik itu proyek maupun sebuah bisnis berdasarkan faktor internal dan eksternal yang meliputi 4 faktor yaitu:

1. Strength (kekuatan) , menunjukka kondisi kekuatan yang terdapat dalam bisnis, proyek, perusahaan yang ada. Kekuatan yang di analisis adalah faktor yang terdapat dalam tubuh perusahaan, proyek, bisnis yang ada. Untuk memudahkan pertanyaan yang anda ajukan untuk dijawab.
2. Weakness (kelemahan), menunjukkan kondisi kelemahan yang ada pada perusahaan maupun bisnis yang ada, kelemahan ini dianalisa dari dalam internal perusahaan, bisnis yang ada.
3. Opportunities (peluang), menunjukkan kondisi peluang yang terjadi dimasa yang akan datang. Kesempatan tersebut dapat berasal dari luar perusahaan atau bisnis yang ada.
4. Threats (ancaman), menunjukkan kondisi yang mengancam terhadap perusahaan atau bisnis.

Faktor-faktor tersebut perlu anda perhatikan dan inventarisir. Dengan begitu anda bisa menyimpulkan apakah perlu dilakukan perubahan strategi yang dijalankan atau tidak.

Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Tujuan strategi memungkinkan organisasi dalam bersaing dan bekerja secara efektif dan efisien. Strategi dengan menggunakan analisis swot, karyawan akan mampu mengetahui suatu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kemampuan inilah yang akan membuat karyawan bisa meningkatkan persaingan kewirausahaan semakin tinggi sehingga mampu menjalankan pekerjaan dengan efektif dan efisien.

Strategi menurut para ahli berdasarkan berbagai definisi tentang strategi yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rumusan perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan.

B. Pengembangan kompetensi karyawan

Pengembangan kompetensi Karyawan adalah salahsatu cara yang baik dalam melaksanakan wirausaha untuk meningkatkan daya saing usaha. Pengembangan kompetensi karyawan dalam pekerjaan ada beberapa macam yaitu:

1. Melakukan program pelatihan
Cara ini sangat efektif dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaan yang dibidangnya.
2. Meningkatkan keselamatan dan moral karyawan
Manfaat kedua ini merupakan bentuk pengurangan adanya potensi kecelakaan karyawan dalam menjalankan pekerjaannya, sehingga karyawan dapat merasa nyaman dan aman dalam bekerja.
3. Memperlancar komunikasi
Dengan adanya komunikasi terhadap karyawan, maka didalam pekerjaan akan lebih lancar sehingga tidak ada miskomunikasi antara keryawan dan manajer perusahaan.
4. Kepercayaan terhadap karyawan
Kepercayaan terhadap karyawan adalah salah satu bentuk dukungan dari manajer perusahaan untuk melakukan pekerjaan sehingga kepercayaan itulah yang membuat karyawan bekerja dengan efektif dan efesien.
5. Rotasi pekerjaan
Rotasi pekerjaan ini membantu karyawan dalam memahami berbagai aspek bisnis sehingga mampu mengembangkan keterampilan yang lebih luas. Selain itu, rotasi pekerjaan ini mampu mendorong kolaborasi tim dan merangsang inovasi melalui beragam pandangan, serta meningkatkan motivasi dan kepuasan karyawan karna adanya tantangan baru dan peluang pembelajaran yang berkelanjutan.
6. Percaya diri
Percaya diri memegang peran penting dalam berinteraksi dengan orang lain, dengan kepercayaan diri anda akan dapat mengutarakan gagasan-gagasan atau ide dalam dunia bisnis.
7. Keajaiban senyum
Senyum mampu memberikan kesan mendalam bagi diri seseorang, senyum adalah bahasa tubuh yang menarik dengan tindakan kecil mampu merubah situasi interaksi dengan pelanggan.

C. Peningkatan Daya Saing Usaha

Daya saing usaha dilakukan karna keinginan kemajuan sebuah bisnis, namun meningkatkan daya saing usaha anda harus membuat strategi bisnis yang tepat. Daya saing yang bergerak dalam bidang yang sama anda harus bisa lebih menonjol di pasar dan perlu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara efisien dan ekonomis. Sebuah bisnis dapat dikatakan mempunyai daya saing yang tinggi ketika mampu menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang murah namun berkualitas. Daya saing yang tinggi akan memastikan bisnis anda berkelanjutan dan tahan lama.

Daya saing dapat dibangun dan diukur dengan memperhatikan berbagai aspek, ini berarti untuk mencapainya wirausaha untuk membuat strategi untuk melibatkan optimilisasi dari berbagai faktor seperti:

1. Modal Manusia
Merupakan modal utama untuk meningkatkan daya saing bisnis yang baik. Dengan kata lain, bisnis kompetitif adalah bisnis yang mampu menarik talenta terbaik dan menjaganya agar termotivasi sehingga melakukan tugasnya dengan baik.

2. Hubungan Dengan Pelanggan

Kemampuan untuk menarik dan menciptakan hubungan yang langgeng dengan pelanggan tidak diragukan lagi merupakan salah satu aspek utama yang menentukan daya saing bisnis.

3. Organisasi

Perusahaan perlu memiliki ekosistem yang kompleks, cara tersebut menentukan semua elemen karyawan apakah kinerjanya positif atau justru negatif.

4. Branding

Membuat branding produk yang menarik di mata konsumen, pastikan branding tidak mempunyai kesamaan/kemiripan dari usaha milik orang lain. (Khaddapi et al., 2022) menyatakan Variabel promosi ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

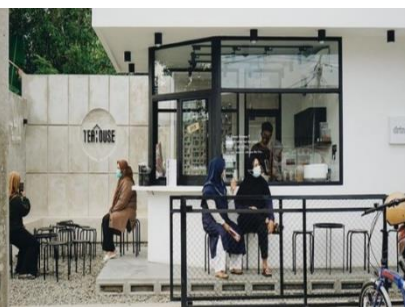
D. Warkop Tea House

Warkop Tea House adalah merupakan kedai yang menjual makanan dan minuman yang terletak dikota masamba tepatnya dijalan trans sulawesi. kedai ini ada sejak tahun 2018 yang awalnya beroperasi di Taman Kota Masamba dengan gerobak dorong yang sekitar 250cm x 50cm, dengan beberapa jenis minuman dan makanan yang disajikan oleh Owners Tea House laris manis dengan bertambahnya peminat dan penikmat makanan dan minuman. dengan bertambahnya peminat dan penikmat ini, Tea House selalu mempertahankan rasa dan harga maupun ciri khasnya sampai 2 tahun pengoprasianya. Akan tetapi pada tahun 2020 silam terjadi sebuah bencana alam bagi rakyat Luwu Utara yang dimana pada tahun itu musibah banjir bandang menimpah kota masamba dan lokasi yang ditempati oleh Owner Tea House salah satu titik yang terkena banjir.

Di awal tahun 2021 owner tea house berani mengambil tindakan untuk menyewah salah satu tanah kosong yang ada di Masamba sehingga membangun sebuah bangunan yang digunakan untuk melanjutkan bisnisnya, pada tahun 2022 tea house direnovasi dan diperluas yang awalnya 5x7 persegi menjadi 7x11 persegi. Inilah salahsatu indikasi faktor mengapa tea hause berkembang dibidang persaingan, sehingga dari pertengahan tahun 2022 tea house membuka lowongan pekerjaan kepada pemuda dan pemudi di Luwu Utara. dan untuk saat ini karyawan tea house berjumlah 18 orang dengan pembagian shif jam kerja.



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

1. Berikut ini macam-macam makanan yang disajikan oleh karyawan tea house:
 - a. Kentang goreng
 - b. Pisang goreng
 - c. Mie goreng
 - d. Pisang nugget
 - e. Bakso bakar

- f. Pangsit goreng
 - g. Kapurung
 - h. Binte
 - i. Bakso
 - j. Nasi goreng
2. Jenis-jenis minuman tea house
- a. Coklat
 - b. Green tea
 - c. Milo tea
 - d. Thai tea
 - e. Coffe susu
 - f. Boba
 - g. Brownsugar
 - h. Lecci
 - i. Lemon tea
 - j. Read valved
 - k. Strawberry

Dari beberapa jenis makanan dan minuman yang disajikan oleh karyawan tea house ini rata-rata mendapatkan rating atau nilai yang tinggi dari pelanggan, dan itu terbukti dari banyaknya jenis kalangan pelanggan yang datang membeli.

KESIMPULAN

Strategi dalam pengembangan kompetensi karyawan untuk meningkatkan daya saing kewirausahaan ini bertujuan untuk menjadi motivasi bagi setiap para wirausaha dalam menjalankan bisnis yang baik dan benar, sehingga mampu mengangkat ekonomi keluarga dan daerah, dan juga salah satu ilmu untuk para wirausaha muda yang baru memulai karirnya dengan beberapa cara yang melalui kompetensi, pelatihan, dan lain-lain. Dalam pengembangan wirausaha yang perlu diperhatikan ialah sumber daya yang mempunyai sehingga pekerjaan didalam dunia bisnis dapat terealisasikan semua, dengan perhatian dan keahlian dalam pekerjaan bisnis perlu diingatkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi segala hasil perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Carbonell, P., & Rodriguez, A. I. (2006). The impact of market characteristics and innovation speed on perceptions of positional advantage and new product performance. *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), 1–12.
- Cheng, S., Hu, J., Fox, D., & Zhang, Y. (2012). Tea tourism development in Xinyang, China: Stakeholders' view. *Tourism Management Perspectives*, 2, 28–34.
- Costantini, V., & Mazzanti, M. (2012). On the green and innovative side of trade competitiveness? The impact of environmental policies and innovation on EU exports. *Research Policy*, 41(1), 132–153.
- De Vos, A., De Hauw, S., & Van der Heijden, B. I. J. M. (2011). Competency development and career success: The mediating role of employability. *Journal of Vocational Behavior*, 79(2), 438–447.
- Dong, L., Liu, H., & Riffat, S. (2009). Development of small-scale and micro-scale biomass-fuelled CHP systems—A literature review. *Applied Thermal Engineering*, 29(11–12), 2119–2126.
- Hascher, T. (2008). Quantitative and qualitative research approaches to assess student well-being. *International Journal of Educational Research*, 47(2), 84–96.
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2012). Barrier factors and potential solutions for Indonesian SMEs.

Procedia Economics and Finance, 4, 3–12.

- Ismail, T. (2012). The development of entrepreneurial social competence and business network to improve competitive advantage and business performance of small medium sized enterprises: A case study of batik industry in Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65, 46–51.
- Juanda, R., Risky, M., & Ilham, R. N. (2023). The Influence Of Growth Of Micro Small And Medium Enterprises (UMKM) And Unemployment On Growth Indonesian Economy. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBA)*, 3(1), 188–202.
- Khaddapi, M., Damayanti, D., & Kaharuddin, K. (2022). Strategi Digital Bauran Pemasaran 4p Terhadap Kinerja UMKM Kota Palopo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 157.
- Mahrizon, D. (2023). Meminimalkan Biaya Transportasi Penentuan Rute Terpendek Pengiriman Barang Menggunakan Metode Generate And Test. *MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem)*, 23–28.
- Pinto, L., Nunes, E., & Sousa, S. (2020). A framework to improve training and development of workers' technical skills: effects on operational performance during company relocation. *Procedia Manufacturing*, 51, 1806–1813.
- Raeburn, A. (2022). Analisis SWOT: Arti dan cara menggunakannya (beserta contoh). *Diambil Dari: <https://Asana.Com/Id/Resources/Swot-Analysis>*.
- Siemsen, E., Roth, A. V., & Balasubramanian, S. (2008). How motivation, opportunity, and ability drive knowledge sharing: The constraining-factor model. *Journal of Operations Management*, 26(3), 426–445.
- Vásquez, J., Aguirre, S., Puertas, E., Bruno, G., Priarone, P. C., & Settineri, L. (2021). A sustainability maturity model for micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) based on a data analytics evaluation approach. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127692.
- Xu, B., Costa-Climent, R., Wang, Y., & Xiao, Y. (2020). Financial support for micro and small enterprises: economic benefit or social responsibility? *Journal of Business Research*, 115, 266–271.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).