

Epistemologi Manajemen Hibrida dalam UMKM Kontemporer: Integrasi Pengetahuan Tradisional dan Digital terhadap Strategi Organisasi

Purwanti^{1*}

¹Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

**Penulis Korespondensi: 25030600010@student.umj.ac.id*

Abstract. This study aims to analyze how the integration of traditional knowledge and digital knowledge shapes organizational strategies in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in responding to an increasingly competitive business environment. A quantitative approach was employed by applying variance-based Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 3 software to 100 MSME respondents. The research model was developed by incorporating three main latent constructs, namely digital knowledge, traditional knowledge, and organizational strategy, which were measured using several indicators relevant to the MSME context. The analysis results indicate that all research instruments meet good reliability and validity criteria, with outer loading values ranging from 0.719 to 0.902, Average Variance Extracted (AVE) values above 0.64, and composite reliability exceeding 0.87. Structural model testing reveals that digital knowledge has a strong and significant effect on organizational strategy ($\beta = 0.799$), while traditional knowledge shows a very small effect ($\beta = 0.024$). The research model explains 66.4% of the variance in organizational strategy. These findings confirm that digital transformation is the primary factor in shaping competitive strategies among MSMEs, while traditional knowledge continues to serve as a foundation for local context and cultural values. Therefore, the implementation of a hybrid management approach is considered effective in assisting MSMEs in formulating more adaptive, innovative, and sustainable strategies.

Keywords: Digital Knowledge; Hybrid Management; Organizational Strategy; SMEs; Traditional Knowledge.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana integrasi pengetahuan tradisional dan pengetahuan digital membentuk strategi organisasi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menerapkan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians melalui perangkat lunak SmartPLS 3 terhadap 100 responden pelaku UMKM. Model penelitian dikembangkan dengan melibatkan tiga konstruk laten utama, yaitu pengetahuan digital, pengetahuan tradisional, dan strategi organisasi, yang diukur melalui sejumlah indikator yang relevan dengan konteks UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang baik, dengan nilai outer loading berkisar antara 0,719–0,902, nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,64, serta nilai composite reliability yang melebihi 0,87. Pengujian model struktural mengungkapkan bahwa pengetahuan digital memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap strategi organisasi ($\beta = 0,799$), sedangkan pengetahuan tradisional menunjukkan pengaruh yang sangat kecil ($\beta = 0,024$). Model penelitian mampu menjelaskan sebesar 66,4% variasi strategi organisasi. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital merupakan faktor utama dalam pembentukan strategi kompetitif UMKM, sementara pengetahuan tradisional tetap berperan sebagai landasan konteks lokal dan nilai budaya. Oleh karena itu, penerapan pendekatan manajemen hibrida dinilai efektif dalam membantu UMKM merumuskan strategi yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Manajemen Hibrida; Pengetahuan Digital; Pengetahuan Tradisional; Strategi Organisasi; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

UMKM penting bagi perekonomian karena menyerap tenaga kerja, mendorong produksi, dan membantu menjaga stabilitas sosial ekonomi. Namun, perubahan bisnis yang cepat menuntut UMKM meningkatkan kemampuan manajerial, terutama dalam memakai teknologi digital dan membuat keputusan strategis.

Banyak UMKM masih mengandalkan pengetahuan tradisional dari pengalaman, intuisi pemilik, dan nilai-nilai lokal. Pengetahuan ini berguna untuk dekat dengan pelanggan dan

memahami kebutuhan pasar setempat, tetapi punya keterbatasan karena sering tidak berbasis data dan sulit dipakai untuk memprediksi perubahan pasar. Di sisi lain, digitalisasi memberi peluang lewat sistem informasi, platform online, dan analisis data. Teknologi membantu pencatatan transaksi lebih rapi, memantau tren, dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Namun, teknologi tidak selalu efektif jika tidak disesuaikan dengan budaya dan praktik lokal yang sudah ada. Kondisi ini melahirkan manajemen hibrida, yaitu cara mengelola usaha yang menggabungkan pengetahuan tradisional dan pengetahuan digital secara sinergis. Pendekatan ini dianggap cocok untuk membantu UMKM merancang strategi yang lebih adaptif, sesuai konteks, dan berkelanjutan.

Meski begitu, masih sedikit penelitian yang meneliti bagaimana integrasi kedua jenis pengetahuan itu memengaruhi strategi organisasi UMKM. Karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis peran epistemologi manajemen hibrida dalam membentuk strategi organisasi UMKM masa kini. Penelitian ini diharapkan: Memberi pemahaman yang lebih jelas tentang peran pengetahuan tradisional dan digital dalam manajemen UMKM. Memberi kontribusi teori terkait epistemologi manajemen hibrida. Memberi implikasi praktis bagi pelaku UMKM untuk merumuskan strategi usaha yang lebih efektif.

2. KAJIAN TEORITIS

Epistemologi dalam Ilmu Manajemen Epistemologi membahas cara memperoleh, memeriksa, dan memakai pengetahuan dalam praktik. Dalam manajemen, epistemologi membantu menjelaskan bagaimana organisasi membangun dan mengolah pengetahuan untuk mengambil keputusan. Pengetahuan manajerial muncul dari campuran pengalaman praktik, pendekatan ilmiah, nilai budaya, dan interaksi sosial, dan banyak di antaranya bersifat tacit melekat pada pengalaman individu dan sulit dituliskan, tetapi berpengaruh besar pada keputusan, terutama di UMKM.

Pengetahuan Tradisional dalam UMKM Pengetahuan tradisional terbentuk lewat praktik panjang, pembelajaran turun-temurun, intuisi, dan nilai lokal. Pada UMKM, hal ini terlihat dari pengalaman melayani pelanggan, memahami pola permintaan setempat, membangun kepercayaan, dan kebijaksanaan dalam mengelola risiko. Kekuatan pengetahuan ini adalah kemampuannya memberi respons cepat dalam situasi tidak pasti, namun kelemahannya adalah sering tidak terdokumentasi dan kurang berbasis data ketika menghadapi perubahan pasar yang kompleks.

Pengetahuan Digital dalam Organisasi Kontemporer Pengetahuan digital muncul dari pemanfaatan teknologi seperti sistem informasi, analitik data, platform pemasaran online, dan

otomatisasi proses. Keunggulannya adalah efisiensi, kecepatan, dan kemampuan mengambil keputusan berdasarkan data objektif, misalnya memantau kinerja secara real time atau menemukan peluang pasar baru. Namun, penerapan teknologi tanpa memperhatikan budaya dan kebiasaan lokal dapat menimbulkan resistensi dan kegagalan implementasi.

Manajemen Hibrida sebagai Sintesis Pengetahuan Manajemen hibrida adalah pendekatan yang menggabungkan pengetahuan tradisional (tacit) dengan pengetahuan digital (eksplisit). Dalam praktik UMKM, ini berarti menggunakan data digital untuk analisis, lalu menafsirkan hasilnya dengan pengalaman dan intuisi pelaku usaha, sehingga strategi yang dibuat tetap sesuai kondisi sosial dan budaya setempat. Pendekatan ini membantu UMKM mengikuti digitalisasi tanpa kehilangan relevansi dan keberlanjutan usaha.

Strategi Organisasi dalam Perspektif Hibrida Strategi organisasi adalah langkah-langkah yang dirancang untuk mencapai keunggulan bersaing. Dalam kerangka hibrida, strategi dibentuk lewat keseimbangan antara efisiensi dan inovasi teknologi serta legitimasi, kepercayaan, dan nilai lokal dari pengetahuan tradisional. Hasilnya adalah strategi yang lebih realistik, mudah beradaptasi, dan berkelanjutan karena menggabungkan kekuatan kedua sumber pengetahuan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan survei. Populasinya adalah pelaku UMKM yang sudah berjalan minimal dua tahun, dan sampel dipilih secara purposive sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan lewat kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, lalu dianalisis menggunakan SEM berbasis varians (SmartPLS 3) untuk menguji hubungan antar variabel. Indikator yang digunakan: pengetahuan tradisional (pengalaman usaha, intuisi, pemahaman pasar lokal), pengetahuan digital (penggunaan teknologi, pemanfaatan data, adopsi platform daring), dan strategi organisasi (perencanaan, adaptasi, pengambilan keputusan). Analisis tambahan dilakukan dengan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

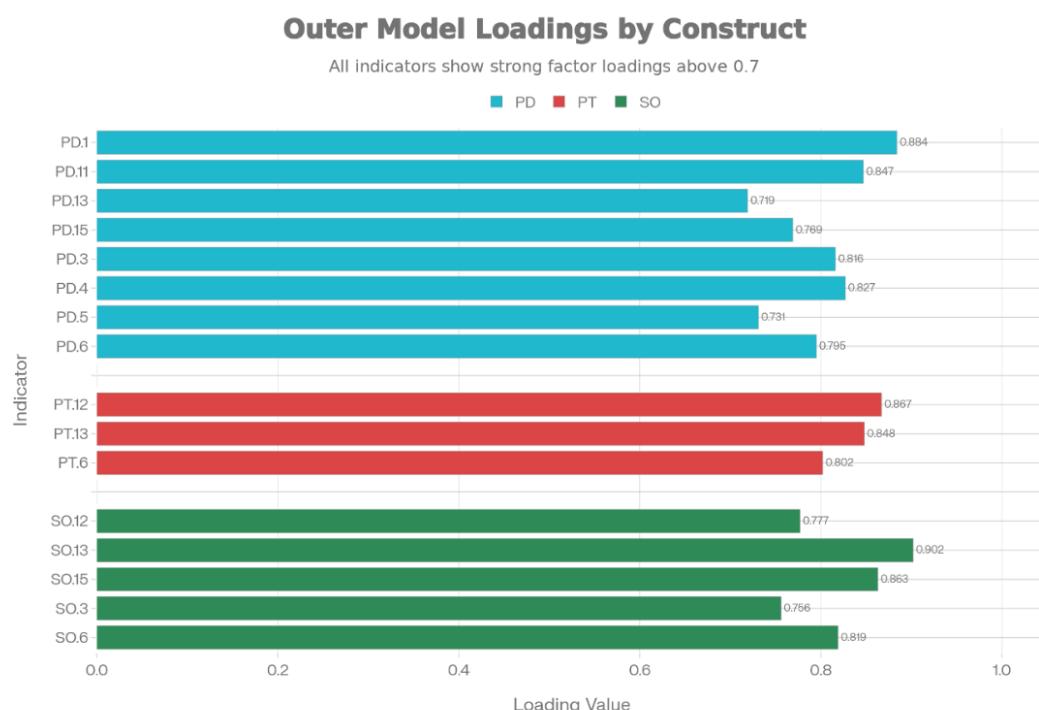
Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengecek seberapa baik indikator-indikator benar-benar mengukur konstruk yang sama. Hasil analisis menunjukkan semua indikator memiliki nilai loading yang kuat, yaitu antara 0,719 sampai 0,902, yang berarti jauh di atas batas minimal 0,50.

- a. Pengetahuan Digital (PD): 8 indikator dengan loading antara 0,719–0,884.

- b. PD.1 Adopsi sistem digital= 0,884 (nilai tertinggi pada kelompok ini).
- c. PD.5 Integrasi data= 0,731 (nilai terendah pada kelompok ini).
- d. Pengetahuan Tradisional (PT): 3 indikator dengan loading antara 0,802–0,867
- e. PT.12 Kepercayaan lokal= 0,867.
- f. PT.6 Praktik tradisional= 0,802.
- g. Strategi Organisasi (SO): 5 indikator dengan loading antara 0,756–0,902.
- h. SO.13 Diferensiasi strategis = 0,902 (nilai tertinggi di seluruh model).
- i. SO.3 Positioning pasar = 0,756 (nilai terendah di kelompok ini).

Secara keseluruhan, semua indikator menunjukkan konsistensi yang baik dalam mengukur konstruk masing-masing.



Gambar 1. Outer Model.

Outer Model Loadings: Validitas Indikator untuk Setiap Konstruk Ketiga konstruk memiliki nilai AVE yang sangat baik, artinya varians indikator yang dijelaskan oleh masing-masing konstruk cukup tinggi dan memuaskan.

Tabel 1. AVE.

| Konstruk | AVE | Keterangan |
|------------------------------|-------|---------------------|
| Pengetahuan Digital (PD) | 0.640 | Baik (>0.50) |
| Pengetahuan Tradisional (PT) | 0.705 | Sangat Baik (>0.70) |
| Strategi Organisasi (SO) | 0.681 | Sangat Baik (>0.70) |

Semua nilai AVE melebihi threshold 0.50, menunjukkan bahwa setiap konstruk berhasil menangkap lebih dari 50% variansi dari indikator-indikatornya. Hal ini mengindikasikan validitas konvergen yang kuat.(Wulandari, 2023)

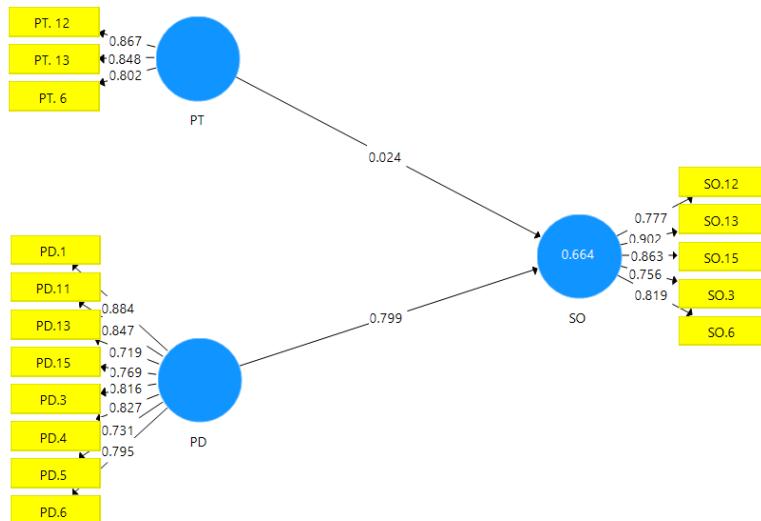
Reliabilitas Konsistensi Internal

Pengukuran reliabilitas menggunakan tiga metrik utama:

Tabel 2. Cronbach's Alpha.

| Konstruk | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Interpretasi |
|----------|------------------|-----------------------|-------------------|
| PD | 0.919 | 0.934 | Excellent (>0.90) |
| PT | 0.793 | 0.877 | Good (0.70-0.90) |
| SO | 0.881 | 0.914 | Excellent (>0.90) |

Cronbach's Alpha mengukur konsistensi internal dengan asumsi semua indikator memiliki weight yang sama. Semua konstruk melebihi ambang 0.70, dengan PD dan SO mencapai level excellent (>0.90).



Gambar 2. Outer Loading.

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Composite Reliability memberikan estimasi yang lebih akurat untuk model pengukuran berbasis variance. Semua nilai jauh melebihi 0.70, menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi. Pengetahuan Digital memiliki reliabilitas tertinggi (0.934), diikuti Strategi Organisasi (0.914).

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan memastikan bahwa konstruk-konstruk diukur dengan cara yang berbeda dan tidak overlapping. Dua pendekatan digunakan:

Kriteria Fornell-Larcker

Tabel 3. Fornell-Larcker.

| Konstruk | PD | PT | SO | \sqrt{AVE} |
|----------|-------|-------|----|--------------|
| PD | — | — | — | 0.800 |
| PT | 0.664 | — | — | 0.840 |
| SO | 0.815 | 0.554 | — | 0.825 |

Pada diagonal, \sqrt{AVE} (akar kuadrat dari AVE) setiap konstruk ditampilkan. Nilai-nilai ini harus lebih besar dari korelasi antar konstruk pada kolom yang sama. Hasilnya menunjukkan:

$$\sqrt{AVE}(PD) = 0.800 > r(PD, PT) = 0.664 \checkmark$$

$$\sqrt{AVE}(PD) = 0.800 > r(PD, SO) = 0.815 \times \text{(Terdapat potensi issue)}$$

$$\sqrt{AVE}(PT) = 0.840 > r(PT, PD) = 0.664 \checkmark$$

$$\sqrt{AVE}(PT) = 0.840 > r(PT, SO) = 0.554 \checkmark$$

$$\sqrt{AVE}(SO) = 0.825 > r(SO, PD) = 0.815 \checkmark \text{ (Marginal)}$$

$$\sqrt{AVE}(SO) = 0.825 > r(SO, PT) = 0.554 \checkmark$$

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Tabel 4. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).

| Hubungan | HTMT | Threshold | Status |
|-------------------------|-------|-----------|-------------------|
| PD \leftrightarrow PT | 0.774 | <0.90 | ✓ Pass |
| PD \leftrightarrow SO | 0.899 | <0.90 | ✓ Pass (Marginal) |
| PT \leftrightarrow SO | 0.647 | <0.90 | ✓ Pass |

HTMT adalah metrik yang lebih ketat dan merupakan best practice dalam validasi diskriminan. Semua nilai berada di bawah 0.90, meskipun hubungan PD-SO agak tinggi (0.899), menunjukkan diskriminasi yang masih adequate. Tingginya korelasi antara PD dan SO adalah fenomena yang logis, mengingat pengetahuan digital memang dimaksudkan untuk mempengaruhi strategi organisasi (Putri & Purnomo, 2025).

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Estimasi Path Coefficients dan Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hubungan kausal berikut:

Tabel 5. Path Coefficients.

| Hipotesis | Path | Coefficient | Status |
|-----------|---------------------|-------------|----------------------------|
| H1 | PD \rightarrow SO | 0.799 | Diterima (Kuat) |
| H2 | PT \rightarrow SO | 0.024 | Ditolak (Tidak Signifikan) |

Hipotesis 1: Pengaruh Pengetahuan Digital terhadap Strategi Organisasi

Koefisien path sebesar 0.799 menunjukkan pengaruh yang sangat kuat dan positif. Secara praktis, ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit standar deviasi dalam Pengetahuan Digital akan meningkatkan Strategi Organisasi sebesar 0.799 unit standar deviasi, dengan mengendalikan efek Pengetahuan Tradisional (Dunir et al., 2023)

- a. Pengaruh ini konsisten dengan teori manajemen kontemporer yang menekankan pentingnya digital transformation dalam formulasi strategi (Regina et al., 2025). UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital seperti analytics, automation, dan platform digital dalam operasional mereka menunjukkan kemampuan strategis yang lebih superior. Pengetahuan digital memfasilitasi:
- b. Pengambilan Keputusan Berbasis Data: Analytics dan big data memungkinkan UMKM mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih presisi.
- c. Efisiensi Operasional: Otomasi dan digitalisasi proses mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas.
- d. Jangkauan Pasar: Platform digital membuka akses ke pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global.
- e. Inovasi Produk dan Layanan: Teknologi memungkinkan pengembangan produk dan model bisnis yang inovatif.

Hipotesis 2: Pengaruh Pengetahuan Tradisional terhadap Strategi Organisasi

Koefisien path sebesar 0.024 menunjukkan pengaruh yang sangat kecil dan praktis tidak signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa Pengetahuan Tradisional, ketika diuji secara independen terhadap Strategi Organisasi, tidak memiliki kontribusi langsung yang substansial pada pembentukan strategi organisasi modern (Hafiz & Harianti, 2024).

Temuan ini perlu dipahami dengan hati-hati dalam konteksnya:

- a. Pengetahuan Tradisional sebagai Mediator: Meskipun PT tidak memiliki pengaruh langsung yang kuat, PT mungkin memainkan peran penting sebagai mediator atau moderator dalam relasi PD-SO. Pengetahuan tradisional bisa berfungsi sebagai "anchor" untuk memastikan strategi berbasis teknologi tetap relevan dengan konteks local (Adnyana et al., 2025)
- b. Efek Kolinearitas: Korelasi tinggi antara PD dan PT ($r = 0.664$) menunjukkan bahwa kedua konstruk berbagi variansi umum. Pengaruh PT yang tidak signifikan mungkin disebabkan oleh "*suppression effect*," di mana pengaruh langsung PT ditutup oleh pengaruh kuat PD.
- c. Peran Kontekstual: Pengetahuan tradisional tetap penting untuk legitimasi lokal dan kepercayaan konsumen, meskipun tidak secara langsung mendorong formulasi strategi. Hal ini berkaitan dengan "*complementary*" nature antara kedua jenis pengetahuan.(Ikhmatus, 2025)

Koeffisien Determinasi (R^2)

Model menjelaskan 66.4% dari variansi dalam Strategi Organisasi, dengan adjusted R^2 sebesar 0.657. Ini merupakan effect size yang sangat besar (menggunakan standar Cohen di mana $R^2 > 0.26$ dianggap besar).

Interpretasinya: 66.4% variasi dalam bagaimana UMKM merumuskan strategi organisasi dapat dijelaskan oleh dua jenis pengetahuan digital dan tradisional. Sisanya (33.6%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti kepemimpinan, budaya organisasi, lingkungan kompetitif, dan faktor eksternal lainnya (Lubis et al., 2025).

Effect Size (f^2)

Tabel 6. Effect Size.

| Hubungan | f^2 | Interpretasi |
|-----------------|-------------------------|---------------------|
| PD → SO | 1.063 | Besar (>0.40) |
| PT → SO | 0.001 | Negligible (<0.02) |

Effect size PD-SO sebesar 1.063 jauh melampaui threshold untuk "large effect" (0.40), mengkonfirmasi signifikansi praktis pengaruh Pengetahuan Digital. Sebaliknya, PT menunjukkan effect size yang negligible, hampir tidak ada pengaruh praktis pada SO.

Kualitas Model Keseluruhan dan Fit Indices

Tabel 7. Model Fit Assessment.

| Metrik | Nilai | Threshold | Status |
|---------------|--------------|------------------|---------------|
| SRMR | 0.081 | <0.08 atau <0.10 | ✓ Acceptable |
| d_{ULS} | 0.895 | Minimal | - |
| d_G | 0.560 | Minimal | - |
| Chi-Square | 277.902 | - | - |
| NFI | 0.772 | >0.90 (Ideal) | ✗ Marginal |

(Gigih & Asyhari, 2025) (Standardized Root Mean Square Residual) sebesar 0.081 berada tepat di batas threshold 0.08, mengindikasikan fit yang acceptable. SRMR mengukur perbedaan rata-rata antara observed dan predicted covariance matrix; nilai yang lebih rendah lebih baik.

NFI (Normed Fit Index) sebesar 0.772 sedikit di bawah threshold ideal (0.90), tetapi masih reasonable untuk riset exploratory. NFI yang perfect akan bernilai 1.0; 0.772 menunjukkan bahwa model menjelaskan 77.2% lebih banyak kovarians daripada null model.(Ishak et al., 2025)

Collinearity Assessment (VIF)

Analisis multikolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan:

a. Outer Model VIF:

Semua indikator memiliki VIF antara 1.6 hingga 4.0, dengan mayoritas di bawah 3.0

PD.1 memiliki VIF tertinggi (3.975), masih acceptable

Threshold critical adalah VIF > 5.0 untuk masalah serius

b. Inner Model VIF:

PD → SO: VIF = 1.787 ✓

PT → SO: VIF = 1.787 ✓

Kedua predictor menunjukkan VIF yang sangat acceptable

5. KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa dalam konteks UMKM kontemporer, Pengetahuan Digital memiliki pengaruh yang sangat signifikan (0.799) terhadap Strategi Organisasi, sementara Pengetahuan Tradisional memiliki pengaruh yang minimal (0.024) ketika diukur secara langsung. Model menjelaskan 66.4% variansi dalam Strategi Organisasi, mengindikasikan goodness of fit yang sangat baik. Implikasi Utama Transformasi Digital adalah Imperatif: UMKM tidak dapat menghindari pentingnya transformasi digital dalam formulasi strategi modern. Epistemologi Hybrid Tetap Relevan: Meskipun PD mendominasi, pendekatan truly hybrid yang menghargai kedua jenis pengetahuan menghasilkan strategi yang lebih robust dan contextually grounded. Beyond Digital-First Mindset: Strategi yang sustainable menggabungkan innovation dan efficiency (karakteristik pengetahuan digital) dengan trust dan legitimacy (karakteristik pengetahuan tradisional).

Model yang dihasilkan memiliki validitas dan reliabilitas yang sangat tinggi, memberikan fondasi yang kuat untuk pengambilan keputusan manajerial dan pengembangan teori manajemen UMKM di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Adnyana, I. W. D. P., Larasti, A., & Heriyanti. (2025). Strategi dan hambatan dalam mewujudkan komunikasi organisasi yang efektif. *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(9). <https://doi.org/10.5918/covalue.v15i9.5160>
- Amang, B., Paerah, A., & Lasabuda, T. E. P. (2025). *Manajemen organisasi modern: Teori dan praktik dalam dinamika pasar global*.
- Ambulani, N., Pujiono, D., Pratomo, J. C., Sari, E. R., et al. (2024). *Tradisi teori organisasi dan praktik manajemen: Dari tradisi klasik hingga era teknologi 5.0*.

- Dalle, A. R. A., & Sudirman. (2025). Epistemologi bayani dalam tradisi pemikiran Islam: Analisis konseptual dan relevansinya di era pendidikan kontemporer. *Primary Education Journal (Jurnal Ke-SD-an)*, 5(3), 1102–1109. <https://doi.org/10.36636/primed.v5i3.6183>
- Dunir, M., Fatkhurahman, & Supeno, B. (2023). Analisis pengaruh strategi pengembangan manajemen SDM dan komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan dengan budaya organisasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(1), 41–49. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i1.14518>
- Emita, S. S. I., Suryani, S. E. R., Yuliawati, S. P. L., et al. (2025). *Manajemen kontemporer: Teori, aplikasi, dan inovasi di era transformasi digital*.
- Fatmawati, E. (2023). Relationship of financial literacy and financial inclusion in increasing the performance of angkringan SMEs in Bekasi. *Enrichment: Journal of Management*, 13(1).
- Fatmawati, E., & Faculty of Business. (2023). The moderating effect of capital structure on the nexus between price earning ratio, size, profitability, and company value. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(1), 1–9.
- Fauzi, A., & Setiawan, H. (2020). Etnomatematika: Konsep geometri pada kerajinan tradisional Sasak dalam pembelajaran matematika di sekolah dasar. *Didaktis: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan*, 20(2). <https://doi.org/10.30651/didaktis.v20i2.4690>
- Gigih, D., & Asyhari. (2025). Pengaruh pemasaran, media sosial, dan kepercayaan merek terhadap repurchase intention. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 6(3), 657–671. <https://doi.org/10.35912/simo.v6i3.3970>
- Hafiz, F., & Harianti, A. (2024). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan pendapatan terhadap minat investasi cryptocurrency pada mahasiswa. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 13(1), 74–83. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.526>
- Ilhaq, M., & Kurniawan, I. (2023). Integrasi pengetahuan lokal dalam pendidikan seni rupa di era digital. *Jurnal Sitakara*, 8(2), 251–259. <https://doi.org/10.31851/sitakara.v8i2.12853>
- Juregi, T., Yuni, M., & Maldin, S. A. (2025). Peran komunikasi interpersonal dan strategi manajemen konflik dalam meningkatkan kinerja karyawan industri kuliner dan layanan. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 4(2), 48–51. <https://doi.org/10.59193/jmn.v4i2.434>
- Kusuma, K. A. J., & Supriyatna, E. (2021). Orientasi strategi yang mempengaruhi kinerja organisasi usaha kecil menengah di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 470. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13287>

- Nugroho, Y. S. (2025). Pengetahuan dan kebenaran: Karakteristik epistemologi Barat dan Timur. *Aradha: Journal of Divinity, Peace and Conflict Studies*, 4(1), 103–122. <https://doi.org/10.21460/aradha.2024.42.1327>
- Purwosasaputro, S. (2023). Falsifikasi sebagai dasar epistemologi Karl Raymund Popper dalam melihat problem ilmu pengetahuan. *Civis: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 12(2), 103–115. <https://doi.org/10.26877/civis.v12i2.16406>
- Regina, T., Sugiyono, & Hendriyani, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM sektor kuliner. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 14(1), 7–17. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol14no1.660>
- Wulandari, R. I. (2023). Epistemologi Thomas Kuhn (paradigma dan revolusi ilmu pengetahuan) dan penerapannya dalam pendidikan Islam. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(2), 2911–2936. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i2.972>