

Akses Digital Marketing, HR Analysis and Financial Analysis Bootmaker Mr. Kye Shoes di Masa Pandemi COVID-19

¹Henny Utarsih*, ²Sussy Susanti

*Corresponding Author

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas

email: ¹henny.utarsih@ekuitas.ac.id, ²Sussy.rebab19@gmail.com

Abstract

Mr. Kye Shoes is a family-run company that few a is completing shoe orders for a number of organizations, including the TNI and an outsourcing firm for security guards. However, there is inadequate equipment, including shoe molding, to accommodate the large number of orders. Digital marketing is done by Mr. Kye Shoes, but only Shopee and the Facebook Marketplace are used for digital marketing. The company is prone to blending commercial operations with personal matters, and the COVID-19 pandemic caused a 50% drop in production activity. The community service program carried out by the team is to take a field work approach used to carry out tasks, and job descriptions, HR job descriptions, operational analysis, opportunity analysis, market and competition analysis, financial analysis, SWOT analysis, and digital marketing are all included in the company planning process.

Keywords: *Digital marketing, HR analysis, simple financial analysis, SWOT analysis.*

Abstrak

Mr. Kye Shoes adalah perusahaan keluarga yang menyelesaikan pesanan sepatu untuk sejumlah organisasi, termasuk TNI dan perusahaan outsourcing untuk satpam. Namun, peralatan yang ada belum memadai, termasuk moulding sepatu, untuk menampung pesanan dalam jumlah besar. Digital marketing dilakukan oleh Mr. Kye Shoes, namun hanya Shopee dan Facebook Marketplace yang digunakan untuk digital marketing. Perusahaan cenderung mencampurkan operasi komersial dengan urusan pribadi, dan pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan aktivitas produksi sebesar 50%. Adapun Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tim, adalah dengan melakukan pendekatan kerja lapangan digunakan untuk melaksanakan tugas, dan uraian tugas, uraian tugas SDM, analisis operasional, analisis peluang, pasar dan saingan, analisis keuangan, analisis SWOT, dan pemasaran digital semuanya termasuk dalam proses pembuatan rencana perusahaan.

Kata kunci: Digital marketing, analisis SDM, analisis keuangan sederhana, analisis SWOT.

1. Pendahuluan

Profil Mitra

Mitra yang akan kerjasama adalah Mr. Kye Shoes. Mr. Kye Shoes berdiri sejak tahun 2015. Usaha tersebut didirikan oleh ayahnya, kemudian dilanjutkan oleh anaknya yang bernama Rizki Ilyas Achmad Nugraha (Rizky) pada tahun 2018, sekaligus menjadi pemimpin mitra usaha tersebut. Usaha ini menawarkan suatu produk sepatu yang bersifat formal dengan konsep *modern classic*. Semua kalangan yang ingin melengkapi penampilannya dalam konsep formal akan membutuhkan produk tersebut. Produk sepatu ini menggunakan bahan dasar kulit yang berkualitas sehingga membuat pengguna sepatu memiliki nilai tersendiri saat menggunakannya seperti meningkatnya kepercayaan diri. Berikut terdapat gambar profil mitra.

Potensi dan Peluang Mitra

Bahan dasar kulit cukup menarik perhatian masyarakat luas dan telah memiliki pangsa pasarnya tersendiri. Disamping permintaan bahan kulit yang cukup tinggi di masyarakat, Mr. Kye Shoes justru menawarkan harga yang terjangkau untuk produk sepatunya dengan kualitas tinggi dan kompetitif di pasaran. Dengan banyaknya instansi yang mewajibkan para tenaga kerjanya untuk berpenampilan formal, maka bisnis Mr. Kye Shoes ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis yang sangat besar. Peluang tersebut dapat dijadikan gambaran keberlangsungan jangka panjang usaha Mr. Kye Shoes ini.

Segi Produksi dan Manajemen Usaha

Dalam Segi produksi, produk-produk sepatu yang dibuat memiliki nilai kualitas yang baik karena dibuat dari bahan kulit sapi premium yang kuat. Produk sepatu Mr. Kye Shoes juga menerima pesanan *customize* dari konsumen, melayani pembelian skala besar atau kecil dengan harga yang terjangkau dan kompetitif, didukung dengan lokasi yang strategis dan mudah akses (via sosial media dan *e-commerce*), memberikan kualitas pelayanan yang terjamin dan cepat, serta memiliki target pasar yang jelas. Saat ini Mr. Kye Shoes memiliki 15 orang karyawan dengan spesialisasi *job description* yang berbeda-beda. Dengan penambahan cetakan sepatu dan pelatihan yang diberikan oleh STIE Ekuitas, diharapkan dapat meningkatkan keefektifan produksi dan penjualan Mr. Kye Shoes sehingga dapat meningkatkan omzet usaha.

Analisis Permasalahan

Selain alat produksi, bisnis yang berbasis keluarga juga menjadi sorotan. Bisnis keluarga dipandang sangat sulit untuk bertahan melewati generasi ke generasi karena sarat akan konflik dan intrik yang timbul di dalamnya. Kelangsungan bisnis keluarga bergantung pada faktor kepercayaan dan kekuatan komitmen keluarga dalam manajemennya. Kelanjutan bisnis keluarga yang dirintis dalam kurun waktu sangat panjang akan lebih menguatkan akar kompetensi, jejaring sosial, dan nilai bisnis. Bisnis keluarga seperti itulah yang membuat landasan kehidupan ekonomi lebih kuat.

Dengan cara ini, investor akan memiliki alat yang memungkinkannya untuk menentukan nilai masa depan dari investasi alternatif yang bersifat kaku dalam kerangka ekonomi dunia yang tidak stabil. Untuk tujuan ini, kami mengusulkan pengembangan model berdasarkan generalisasi regresi *Neural Networks* untuk memprediksi nilai investasi masa depan dalam item kolektif. Metodologi ini telah diterapkan dalam beberapa mata pelajaran dan signifikan di bidang keuangan dalam memprediksi nilai tukar (Chen & Leung, 2004), krisis mata uang (Yu et al., 2006), kebangkrutan bank (Al-Shayea & El-Refae, 2012) dan pengembalian pasar saham (Shahpazov et al., 2013), dengan lainnya. Sebuah tantangan utama dari penggabungan keberlanjutan dalam studi manajemen proyek adalah bahwa konsep keberlanjutan dipahami secara insting tetapi sulit untuk diungkapkan dalam istilah konkret, yang sesuai dengan keinginan (Silvius, Kamping, Pamiagua, & Mooi, 2017.p. 1134).

Pandemi COVID-19 berdampak pada dunia dalam banyak hal—terutama dalam aspek yang terkait dengan kesehatan, juga dalam aspek sosial dan keuangan (Coibion et al., 2020; Spinelli & Pellino, 2020). Secara paralel, pemerintah juga dipaksa untuk meluncurkan inisiatif untuk melindungi ekonomi negara mereka (Anderson et al., 2020). Akan tetapi, terlepas dari banyaknya tindakan yang dilakukan pemerintah, hal itu tidak memadai di mata beberapa penulis (misalnya, Mitj`aet al.,2020), dan beberapa negara kewalahan oleh evolusi krisis (Chinazziet al., 2020). Keadaan ini, khususnya

penguncian, memengaruhi pengeluaran rumah tangga dan ekspektasi ekonomi makro di tingkat lokal (Coibion et al., 2020).

Usaha Mr. Kye Shoes pun ikut terkena dampak pandemi COVID-19. Fluktuasi permintaan konsumen yang cenderung menurun di masa awal pandemi membuat ketidakseimbangan usaha. Dampak tersebut menyebabkan pemangkasannya sebanyak 50% pada tenaga kerja Mr. Kye Shoes yang pada awalnya berjumlah 30 pegawai kini hanya menjadi 15 pegawai. Hal itu yang membuat kegiatan produksi melambat. Pertumbuhan ekonomi (Keynes, 1964). Dalam pengertian itu, untuk mengurangi ketidakpastian ekonomi, pemerintah telah menyadari intervensi untuk mengurangi dampak negatif COVID-19 terhadap ekonomi, berupaya tidak hanya menyelamatkan nyawa tetapi juga menyelamatkan ekonomi, dengan mencegah kegagalan bisnis, menjamin pemeliharaan pekerjaan dan pendapatan, terlepas dari konsekuensi masa depan intervensi ini, misalnya kenaikan utang publik (Bresser-Pereira, 2017).

Teplykh (2018) menggunakan data panel dari 420 perusahaan Eropa Barat, menemukan bahwa perusahaan besar lebih banyak berinovasi selama krisis, sementara perusahaan kecil paling banyak berjuang, menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat terhadap akumulasi kreatif. Segala tindakan yang dilakukan oleh manajemen Mr. Kye Shoes selama krisis pandemi bertujuan untuk menyelamatkan bisnis terlebih dahulu, sementara proses inovasi dilakukan setelahnya.

Waktu dan energi merupakan sumber daya penting bagi individu di tempat kerja (Chen & Karahanna, 2018). Namun, ada bukti bahwa tingkat stres psikologis yang tinggi bagi karyawan akan menyebabkan kelebihan beban, demotivasi, dan bahkan gangguan kesehatan (Rohrmann, Bechtoldt, Hopp, Hodapp, & Zapf, 2011).

Seiring berjalannya waktu, usaha Mr. Kye Shoes mulai beradaptasi dengan situasi pandemi. Perlahan-lahan permintaan konsumen berangsur meningkat dari saat drop akibat pandemi COVID-19. Dengan jumlah pegawai yang telah berkurang 50%, mengharuskan para pegawai bekerja ekstra. Hal itu dapat menyebabkan stres pada pegawai jika tidak diimbangi dengan pengelolaan SDM yang baik.

Maka dari itu, permasalahan prioritas yang difokuskan adalah, kurangnya pemanfaatan *digital marketing* masih minim, UMKM tersebut hanya menggunakan facebook dan Whatsapp yang tidak berbayar.

Serta pengelolaan SDM dengan harapan lebih banyak lagi peminat yg memesan sepatu tersebut. Maka dari itu, dilakukan pengadaan pelatihan sebagai upaya untuk menunjang permasalahan tersebut. Begitu pula untuk laporan keuangan sederhana nya sehingga tidak tercampur dengan kegiatan rumah tangganya.

Pada Gambar 1 dan 2 di bawah ini adalah dokumentasi pada saat tim melakukan survey lapangan terhadap mitra.



Gambar 1. Tampak Luar Tempat Objek Pengabdian



Gambar 2. Area Proses Produksi

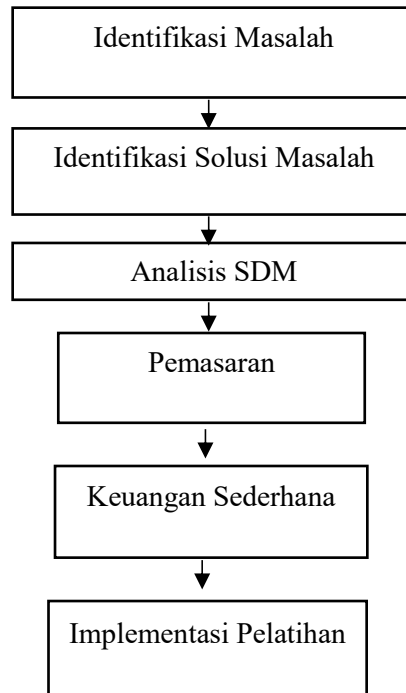
2. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini fokus pada, *digital marketing* untuk memperluas pangsa pasar, dan analisis SDM sehingga usaha Mr. Kye Shoes dapat mengatasi permasalahan yang dihadapinya dan mengembangkan peluang. Pelatihan ini dilaksanakan di rumah produksi Mr. Kye Shoes Jl. Terusan Cibaduyut, Gg. Terate V no.117 RT.03 / RW.02 Bandung. Teknis pelatihan dibuat secara sederhana dan dua arah. Selain dari permasalahan prioritas, pelatihan *digital marketing* dan pengelolaan SDM ini dipilih karena berpengaruh baik pada prospek jangka panjang perusahaan dan pelaksanaannya tidak terlalu sulit.

Dari pelatihan *digital marketing* yang dilakukan, terdapat beberapa target *marketplace* dan sosial media yang sedang banyak digunakan masyarakat mengingat *platform* tersebut adalah media promosi yang paling efektif dan efisien saat ini. Diantaranya yaitu tokopedia, lazada, instagram, dan tiktok. Platform-platform tersebut dapat meluaskan segmentasi pemasaran Mr. Kye Shoes yang saat ini hanya menjual produknya di shopee dan facebook. Peran media sosial terutama instagram dan tiktok yang sedang ramai digunakan ini memiliki beberapa kelebihan. Kelebihan tiktok diantaranya; memiliki banyak pengguna, *views* untuk *discover feed*, tiktok ads, konten lokal, challenge yang dapat diikuti oleh masyarakat di negaranya dan mendapat jutaan *views*. Adapun kelebihan instagram antara lain Hal tersebut dapat meningkatkan brand awareness perusahaan. Meskipun demikian, hal yang tidak boleh diabaikan saat telah memasuki kawasan media sosial khususnya instagram dan tiktok adalah kewajiban untuk membuat ide konten yang unik dan mengikuti trend tanpa melupakan nilai-nilai produk itu sendiri dan terus melakukan pengembangan strategi pemasaran sosial media untuk terus bersaing dengan merek lain.

Upaya gabungan yang harus dilakukan orang-orang untuk menjaga eksistensi mereka di dunia daring dan para penonton yang terlibat mencerminkan semangat kewirausahaan yang diperlukan dari mereka (Cotter, 2018). Disamping pemanfaatan sosial media dan *marketplace*, Mr. Kye Shoes juga melakukan public relations marketing (PR). PR *marketing* merupakan salah satu dari jenis-jenis pemasaran yang memberikan dampak positif yang signifikan. Perusahaan bekerjasama dengan media/individu untuk meningkatkan *brand awareness* produk. Media/individu yang dipilih untuk dijadikan *partner* sebaiknya yang sudah memiliki citra dan pasar tertentu (disesuaikan dengan segmentasi perusahaan) agar sejalan dengan tujuan perusahaan.

Pada gambar di bawah ini disajikan alur proses pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan oleh tim.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Pengabdian

3. Hasil dan Pembahasan

Melanjutkan dari metodologi penelitian yang dilakukan hasil hasil pengabdian pada masyarakat dibagi menjadi beberapa analisis.

Analisis SDM

Dalam penyusunan perencanaan bisnis, analisis pada aspek sumber daya manusia sangat diperlukan untuk pembangunan maupun penerapan bisnis. Analisis dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Penentuan Jumlah Karyawan yang Dibutuhkan
Besarnya proyeksi kebutuhan tenaga kerja berbanding lurus dengan proyeksi penjualan yang diperoleh. Semakin tinggi proyeksi penjualan dan luas produksi, semakin tinggi pula proyeksi kebutuhan tenaga kerja.
2. Penentuan Deskripsi Pekerjaan
Deskripsi pekerjaan adalah penjabaran mengenai kewajiban suatu jabatan tertentu guna memudahkan pegawai untuk dapat memahami pekerjaannya.
3. Perekrutan
Perekrutan dilakukan untuk menyediakan suplai tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi organisasi. Analisis dasar dari perekrutan adalah analisis pekerjaan (*job analysis*). Berdasarkan hal tersebut, uraian pekerjaan (*job description*) dan spesifikasi pekerjaan (*job specification*) dapat dipersiapkan untuk proses perekrutan.
4. Program Pelatihan dan Pengembangan
Program pelatihan bertujuan untuk mempertahankan keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja sedangkan pengembangan bertujuan untuk mempersiapkan pegawai agar lebih berkembang pada masa yang akan datang. Program pelatihan dan pengembangan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja dalam mencapai sasaran kerja.
5. Penentuan Kompensasi
Kompensasi diberikan kepada tenaga kerja yang melakukan kerja organisasi. Diberikan dalam bentuk upah, insentif, dan keuntungan.

6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah formasi dan hubungan antar posisi di dalam organisasi yang menggambarkan prosedur, kewenangan, mekanisme pengawasan, dan proses pengumpulan kebijakan.

Tahapan dalam bidang Pemasaran:

1. Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal usaha secara lebih mendalam.
2. Melakukan analisis SWOT.
3. Menyusun materi pemasaran produk, saluran distribusi, harga, dan promosi.
4. Mengevaluasi pendidikan dan pelatihan terkait pemasaran

Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) adalah salah satu instrumen yang efektif untuk menetapkan strategi umum (*grand strategy*) organisasi dan memetakan posisi organisasi terhadap lingkungannya. Di tahap ini dilakukan identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi melalui pengamatan terhadap lingkungan lokasi dan potensi sumber daya organisasi dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistis dalam mewujudkan rencananya. Analisis SWOT dilakukan dalam beberapa tahap yaitu:

1) Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal meliputi analisis atas kondisi dari berbagai faktor di luar organisasi/bisnis yang memiliki implikasi terhadap operasi bisnis berupa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*), baik faktor faktor dari lingkungan mikro (industri), makro, maupun internasional. Analisis faktor-faktor eksternal mencakup kegiatan-kegiatan seperti:

- a) Memahami kekuatan kunci faktor eksternal yang memengaruhi kinerja organisasi, Mengakumulasi data dan informasi mengenai faktor-faktor tersebut
- b) Membuat proyeksi mengenai perkembangan faktor-faktor tersebut selama periode perencanaan
- c) Menilai pengaruh kondisi tersebut pada organisasi/bisnis
- d) Mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman terhadap organisasi
- e) Mentabulasi, memberi bobot, dan skor serta membandingkan peluang dengan ancaman yang dihadapi organisasi/bisnis
- f) Memformulasikan seluruh hasil analisis ke dalam Profil Peluang dan Ancaman Lingkungan (*Environmental Threats and Opportunity Profile / ETOP*)

2) Analisis Lingkungan Internal

Menganalisis faktor-faktor internal akan berkaitan dengan variabel-variabel eksternal dalam hal kebijakan pengembangan pasar. Dari variabel tersebut kemudian diidentifikasi sejumlah faktor kunci, sehingga dapat diketahui faktor mana yang merupakan kelemahan dan faktor kekuatan. Analisis faktor-faktor internal mencakup kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a) Mengevaluasi kinerja organisasi/bisnis untuk untuk setiap ukuran keberhasilan
- b) Menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang menunjang dan menghambat pencapaian kinerja untuk setiap ukuran keberhasilan
- c) Mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan organisasi/bisnis
- d) Mentabulasi, memberi bobot, dan skor serta memperbandingkan kekuatan dengan kelemahan yang dimiliki organisasi/bisnis
- e) Memformulasikan seluruh hasil analisis ke dalam Profil Keunggulan Strategis (*Strategic Advantages Profile/SAP*).

Setelah diadakan pelatihan, hasil produksi dibuat dan dikontrol sehingga mendapatkan kualitas yang baik dan dapat dipasarkan sesuai keinginan konsumen. Dengan panduan strategi usaha di atas, usaha Mr. Kye Shoes diharapkan dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada serta meminimalisir

setiap kerugiaan dan ancaman yang menghadang. Tidak hanya itu, Mr. Kye Shoes juga harus tetap berinovasi dan selalu meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya sehingga kepuasan konsumen selalu tercapai.

Tahapan dalam Bidang Keuangan Sederhana

Perkembangan bisnis ditentukan oleh pembukuan keuangan. Pembukuan adalah bagian dari sebuah alur akuntansi yang tidak dapat dilupakan atau diartikan sebagai hal yang sangat vital dalam pelaksanaan bisnis. Pembukuan bertujuan untuk mencatat seluruh transaksi yang terjadi dalam satu periode. Selain itu, pembuatannya dapat dilakukan secara manual/otomatis karena telah banyak *software* akuntansi yang tersedia. Adapun Tahapan yang dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis yaitu,

- 1) Memisahkan rekening pribadi dan bisnis
- 2) Menyiapkan dokumen pendukung

Dalam transaksi kecil cukup menggunakan nota penjualan atau bahkan hanya di catat dalam buku penjualan harian saja. Jika menggunakan nota penjualan, gunakanlah nomor urut. Hal ini untuk memudahkan pelacakan pencatatan di kemudian hari agar tidak ada pencatatan *double* dan menghindari manipulasi jika transaksi dilayani oleh karyawan. Format nota sama seperti buku bon yang banyak di jual di toko-toko buku.

Sedangkan untuk transaksi besar, terutama jika produk di jual ke konsumen perusahaan, gunakanlah *invoice* atau tagihan. Untuk transaksi bisnis ke perusahaan, sebaiknya ditanyakan kepada divisi pembelian atau keuangan-nya mengenai tata cara kelengkapan dokumen untuk penagihan tersebut. Pencatatan paling dasar adalah dengan menggunakan buku kas. Dengan buku kas ini, dapat memantau besaran uang masuk dan uang keluar. Dapat juga mengetahui saldo kas yang tersisa. Sehingga kita dapat lebih bijaksana dalam menggunakan uang untuk keperluan lain.

Kondisi keadaan Mr.Kye Bootmaker, SDM menurun sampai 50%. Dari Jumlah karyawan 30 orang menurun sampai 15 orang karena kurangnya orderan sepatu baik *custom* atau sepatu militer pdl. Untuk mensiasati kesinambungan usaha bisnis, Mr.Kye *Bootmaker* dilakukan upaya dengan akses *digital marketing*, yaitu melalui *facebook & Whatsapp*, setelah dilakukan pengabdian dilakukan pelatihan dengan memperluas penggunaan *digital marketing* seperti Instagram, twitter & *e-commerce* (Tokopedia & Shopee). Pangsa pasar bisnis tersebut juga baru mencakup pasar lokal bandung, setelah dilakukan pelatihan pelatihan terkait teori, *marketing* dan SDM. Cakupan order sudah mulai berkembang ke luar kota seperti Jakarta, Sulawaesi dan ada juga ke kementrian sosial.

Dalam hal produksi dan penjualan produk, walaupun hanya satu atau dua pasang selalu diterima. Akan tetapi setelah dilakukan pengembangan pelatihan, orderan diupayakan ada minimum order karena sudah mulai meningkat tetapi orderan masih fluktuatif, belum signifikan seperti sebelum pandemi.

Terlampir tabel rangkuman hasil luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

SEBELUM	SESUDAH
Digital marketing <i>Facebook & Whatsapp</i> saja	Instagram, Twitter & <i>E-Commerce</i> (Tokopedia & Shopee)
Cakupan order lokal	Cakupan order sudah berkembang dari luar kota (Jakarta, kementrian sosial, sulawesi dll)
Orderan <i>custom</i> sebelumnya satuan	Orderan custom sekarang sudah ada MOQ (<i>minimum order</i>)

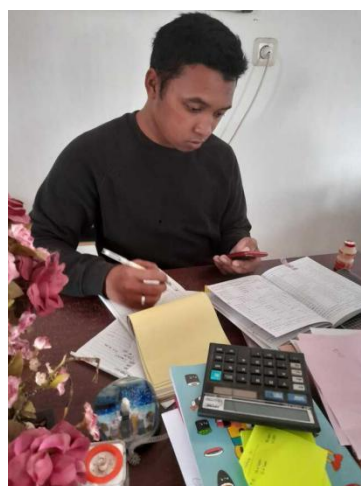
Pada gambar berikut disajikan dokumentasi pada saat tim melakukan pengabdian kepada masyarakat terhadap mitra.



Gambar 4. Pengamatan Proses Produksi



Gambar 5. Pengamatan Area Produksi



Gambar 6. Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana



Gambar 7. Modul E-Commerce



Gambar 8. Pelatihan Akses Digital marketing & SDM

4. Simpulan

Program Pengabdian pada masyarakat berjalan efektif dan kooperatif dengan mitra. Aspek pemasaran mitra telah mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola promosi atau iklan dan konten di media media social selain facebook dan Whats App dimasa pandemic COVID-19 ini. Pengelolaan SDM yang baik dan dalam keuangan sederhana memisahkan rekening pribadi serta menyiapkan dokumen pendukung.

5. Referensi

- Alcázar- Blanco, A. C., Paule-Vianez, J., Prado-Román, M., & Coca-Pérez, J. L. (2021). Generalized regression neuronal networks to predict the value of numismatic assets. Evidence for the walking liberty half dollar. *European Research on Management and Business Economics*, 27(3), 100167. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2021.100167>
- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epi-demic? *The Lancet*, 395(10228), 931–934.
- Astebro, T., & Bernhardt, I. (2003). Start-up financing, owner characteristics, and sur-vival. *Journal of Economics and Business*, 55(4), 303–319. doi:10.1016/S0148-6195(03)00029-8

- Buchak, G., Matvos, G., Piskorski, T., & Seru, A. (2018). Fintech, regulatory arbitrage, and the rise of shadow banks. *Journal of Financial Economics*, 130(3), 453–483. doi:10.1016/j.jfineco.2018.03.011.
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of business venturing*, 19 (2), 261–283. doi:10.1016/S0883-9026(03)00029-6.
- Chakravarty, D., Goerzen, A., Musteen, M., & Ahsan, M. (2021). Global cities: A multi-disciplinary review and research agenda. *Journal of World Business*, 56(3), 101182. <https://doi.org/10.1016/J.JWB.2020.101182>
- Chen, A., & Karahanna, E. (2018). Life interrupted: The effects of technology-mediated work interruptions on work and nonwork outcomes. *MIS Quarterly*, 42(4), 1023–1042.
- Cheng, X., Bao, Y., & Zarifis, A. (2020). Investigating the impact of IT-mediated information interruption on emotional exhaustion in the workplace. *Information Processing and Management*, 57(6). <https://doi.org/10.1016/J.IPM.2020.102281>
- Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., ... Vespignani, A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread.
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. (2020). The cost of the COVID-19 crisis: Lockdowns, macroeconomic expectations, and consumer spending. Working paper. University of Chicago, Becker Friedman Institute for Economics.
- Cooke, F. L., Schuler, R., & Varma, A. (2020). Human resource management research and practice in Asia: Past, present and future. *Human Resource Management Review*, 30(4). <https://doi.org/10.1016/J.HRMR.2020.100778>
- Femenia-Serra, F., Gretzel, U., & Alzua-Sorzabal, A. (2022). Instagram travel influencers in #quarantine: Communicative practices and roles during COVID-19. *Tourism Management*, 89, 104454. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2021.104454>
- Giaretta, E., & Chesini, G. (2021). The determinants of debt financing: The case of *fintech start-ups*. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(4), 268–279. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2021.10.001>
- Hussain, C. M. (2021). Living with COVID-19 : economics, ethics, and environmental issues.
- Innovation and Economic Crisis in Transition Economies | Media SuUB Bremen. (n.d.). Retrieved December 9, 2021, from <https://media.suub.uni-bremen.de/handle/elib/4485>
- Keinz, P., Hiennerth, C., Gemünden, H. G., Killen, C. P., & Sicotte, H. (2018). Call for papers: Special issue – Managing open and user innovation by projects: Sensing, seizing and transforming. *International Journal of Project Management*, 36(8), 1109–1111. <https://doi.org/10.1016/J.IJPROMAN.2018.08.001>
- Krafft, M., Sajtos, L., & Haenlein, M. (2020). Challenges and Opportunities for Marketing Scholars in Times of the Fourth Industrial Revolution. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 1–8. <https://doi.org/10.1016/J.INTMAR.2020.06.001>
- Mitja, O., Arenas, A., Rodo, X., Tobias, A., Brew, J., & Benlloch, J. M. (2020). Experts' request to the Spanish Government: Move Spain towards complete lockdown. *The Lancet*, 395(10231), 1193–1194.

- Rohrmann, S., Bechtoldt, M. N., Hopp, H., Hodapp, V., & Zapf, D. (2011). Psychophysiological effects of emotional display rules and the moderating role of trait anger in a simulated call center. *Anxiety, Stress & Coping*, 24(4), 421–438.
- Spinelli, A., & Pellino, G. (2020). COVID-19 pandemic: Perspectives on an unfolding crisis. *British Journal of Surgery*. Forthcoming
<https://bjssjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/bjs.11627>.
- Teplykh, G. V. (2018). Innovations and productivity: The shift during the 2008 crisis. *Industry and Innovation*, 25(1), 53–83. <https://doi.org/10.1080/13662716.2017.1286461>
- Van Montagu, M. (2018). Science, ideology and daily life. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(2), 66–69. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2018.03.005>
- Vázquez-Martínez, U. J., Morales-Mediano, J., & Leal-Rodríguez, A. L. (2021). The impact of the COVID-19 crisis on consumer purchasing motivation and behavior. *European Research on Management and Business Economics*, 27(3), 100166. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2021>