



Pengembangan Bisnis pada Kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya”

Encep Saefullah^{1*}, Rika Kartika², Popi Dayurni³

^{1,2,3} Universitas Bina Bangsa, Serang, Indonesia

*Corresponding author: encepsaefullah82@gmail.com

Received 26-09-2024

Revised 29-10-2024

Published 07-12-2024

ABSTRAK

Masalah pada Kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” adalah 1) Proses produksi masih dikerjakan secara manual dan ketiadaan mesin press, sehingga produk yang dihasilkan belum terstandarisasi; (2) Model produk belum banyak variasi; (3) Jumlah mesin jahit yang dimiliki masih kurang; (4) Belum memiliki NIB dan IUMK; (5) Pengetahuan dan keterampilan SDM Mitra dalam pengelolaan usaha masih minim; (6) Sistem pencatatan keuangan masih manual; (7) Keterampilan Mitra dalam pemasaran masih minim, dan (8) Metode penjualan masih secara konvensional, belum menggunakan media digital. Dengan menerapkan metode kronologis atau bertahap, solusi yang diberikan diselaraskan dengan permasalahan mitra sasaran dan luaran kegiatan ini menghasilkan peningkatan jumlah produksi dan penjualan produk mitra sebesar 75%, peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebesar 68,05%, serta perolehan legalitas operasional usaha dalam bentuk NIB dan IUMK, sehingga bisnis kelompok UMKM ini juga berkembang.

Kata kunci: UMKM; Produksi; Pemasaran; Pengembangan Bisnis.

ABSTRACT

The problems in the “Mutiara Subur Jaya” MSMEs Group are 1) The production process is still done manually and there is no press machine, so the products produced are not standardized; (2) There are not many variations in the product model; (3) The number of sewing machines owned is still lacking; (4) They do not yet have a NIB and IUMK; (5) The knowledge and skills of Partner HR in business management are still limited; (6) The financial recording system is still manual; (7) Partner skills in marketing are still minimal, and (8) The sales method is still conventional, not using digital media. By applying a chronological or gradual method, the solutions provided are aligned with the target partner's problems and the output of this activity results in an increase in the number of production and sales of partner products by 75%, an increase in partner knowledge and skills by 68.05%, as well as obtaining legal business operations in the form of NIB and IUMK, so that the business of this MSME group also develops.

Keywords: MSMEs; Production; Marketing; Business Development

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Halim, 2020). UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan berfungsi sebagai pilar pembangunan ekonomi negara (Sarfiyah, 2019), sehingga UMKM harus mendapatkan kesempatan, dukungan, jaminan perlindungan dan peningkatan seluas-



luasnya sebagai bentuk keterpihakan terhadap ekonomi rakyat (Saputra, 2020). Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar (Suci, 2017). UMKM diharapkan dapat terus berkontribusi secara maksimal dalam menyerap tenaga kerja guna mengurangi tingkat pengangguran (Suseno, 2021), memiliki peran penting dalam peningkatan ekonomi di Indonesia (Ariawan, 2022), peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Saefullah, 2021) yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia (Saefullah, 2022) karena itu, untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat, potensi yang ada harus dioptimalkan dan dicari kembali (Anggraeni, 2013).

Selain kendala modal, tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah strategi pemasaran, terutama dalam komunikasi pemasaran dan kemampuan memanfaatkan teknologi (Elsandra, 2013). Oleh karena itu, program inovasi dan pengembangan UMKM sangat diperlukan (Laura, 2020), terutama terkait penggunaan media untuk memasarkan produk (Rifai, 2020). UMKM yang berkembang dengan baik tidak lepas dari peran pemilik usaha dan faktor-faktor yang mendukung UMKM tersebut agar dapat terus beroperasi (Pamungkas dan Hidayatulloh, 2019)

Teknologi informasi dan internet yang semakin pesat telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Jauhari, 2010). Pemerintah harus meningkatkan peranannya dalam memberdayakan UMKM, serta menciptakan kemitraan usaha yang menguntungkan antara pengusaha besar dan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam hal manajemen (Suranto, 2022). Banyak pelaku UMKM memilih menggunakan digital marketing sebagai sarana efektif dalam mempromosikan produknya (Aditya, 2023).

Desa Sukamanah terletak di Kecamatan Baros, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Salah satu UMKM yang terdapat di desa ini adalah UMKM “Mutiaras Subur Jaya”, yang berlokasi di Kampung Pagedongan Tanjak RT 03/03. Sebelumnya, UMKM ini dikenal dengan nama “Menara Banten”. UMKM “Mutiaras Subur Jaya” bergerak di bidang produksi dan penjualan dompet yang sudah berdiri kurang lebih 10 tahun, dengan jumlah karyawan ada 18 orang, yang sebagian besar adalah perempuan. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik sekaligus Ketua Kelompok UMKM “Mutiaras Subur Jaya” yang bernama Tiroh bersama suaminya, Jubaedi, pada tanggal 10 Oktober 2023 diperoleh gambaran terkait dengan jumlah produksi dan penjualan dompet seperti disajikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Produksi dan Penjualan

No.	Produksi	Penjualan
1	5.040 pcs/bulan	Jumlah rata-rata terjual/bulan x harga satuan dompet = Jumlah Pendapatan Bruto = 4.940 pcs x Rp. 26.000 = Rp. 128.440.000/bulan
2	Biaya Produksi (Pembelian bahan baku dan ongkos karyawan) = Rp. 50.000.000/bulan	Jumlah Pendapatan Bruto – Biaya Produksi = Jumlah Pendapatan Netto = Rp. 128.440.000 – Rp. 50.000.000 = Rp. 78.440.000/bulan

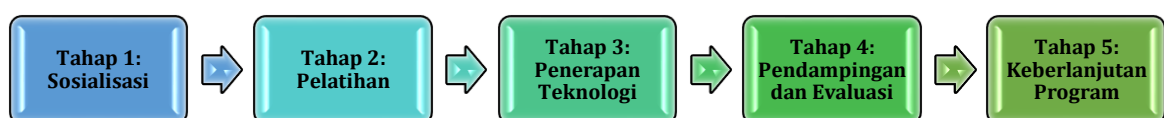
- | | |
|---|---|
| 3 | Pembelian bahan baku dari Tanah Abang, Jakarta dan Kota Serang setiap satu minggu sekali. |
| 4 | Model dompet terdiri dari 3 (tiga) model. |

Berdasarkan survey pendahuluan pada tanggal 10 Oktober 2023 dan 5 Maret 2024, maka dapat ditemukan permasalahan dari UMKM “Mutiaras Subur Jaya” yaitu: (1) Proses produksi masih dikerjakan secara manual dan ketiadaan mesin press, sehingga produk yang dihasilkan belum terstandarisasi; (2) Model produk belum banyak variasi; (3) Jumlah mesin jahit yang dimiliki masih kurang, sehingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan; (4) Belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK); (5) Pengetahuan dan keterampilan SDM Mitra dalam pengelolaan usaha masih minim; (6) Sistem pencatatan keuangan masih manual; (7) Keterampilan Mitra dalam pemasaran masih minim, dan (8) Metode penjualan masih secara konvensional, belum menggunakan media digital, sehingga volume penjualan sulit naik.

Tujuan dari kegiatan PKM ini disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu: (1) Meningkatkan produktivitas melalui perbaikan proses produksi dengan memberikan pelatihan, pendampingan, serta melakukan standarisasi produk yang dihasilkan, didukung dengan hibah mesin press; (2) Pelatihan pembuatan desain dan model produk, sehingga model produk lebih banyak variasi dan konsumen memiliki banyak pilihan; (3) Hibah barang mesin jahit dan bahan baku produksi sehingga jumlah produksi yang dihasilkan meningkat; (4) Pendampingan permohonan perolehan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK); (5) Pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha dan keuangan usaha, sehingga pengetahuan dan keterampilan SDM Mitra dalam pengelolaan usaha meningkat; (6) Pelatihan dan pendampingan SAK EMKM dan Penggunaan software akuntansi (SIAPIK) dalam pencatatan laporan keuangan dan transaksi penjualan; (7) Peningkatan keterampilan mitra melalui: (a) pelatihan dan pendampingan *salesmanship* untuk konsumen toko dan perorangan, (b) pelatihan *onlineshop* untuk melayani dan menjangkau pasar yang lebih luas, dan (8) Pembuatan, pengelolaan dan penggunaan media aplikasi *customized* berbasis android dalam pemasaran dan penjualan sebagai strategi digitalisasi UMKM, sehingga segmentasi pasar lebih luas dan volume penjualan meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan kronologis atau bertahap. Langkah-langkah operasional disesuaikan dengan permasalahan yang ada, potensi, budaya masyarakat, dan dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan. Tahapan tersebut dijelaskan dalam roadmap yang terdapat dalam gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Roadmap: Tahapan Kegiatan

Langkah-langkah operasional yang dilakukan pada kegiatan PKM ini disesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan, potensi, budaya masyarakat, dan dikerjakan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Metode pelaksanaannya adalah menggunakan metode kronologis atau bertahap. Tahapan pelaksanaan program dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tahap 1: Sosialisasi

Kegiatan:

1. Pertemuan awal dengan pemilik dan karyawan UMKM “Mutuara Subur Jaya” untuk memperkenalkan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dan tujuannya.
2. Penjelasan detail tentang manfaat dan harapan dari setiap aktivitas yang akan dilakukan, termasuk penerapan TTG sebagai solusi permasalahan mitra dan begitu juga dengan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan.

Tahap 2: Pelatihan

Kegiatan:

1. Pelatihan dan pendampingan pembuatan desain dan model produk.
2. Pelatihan dan pendampingan perbaikan proses produksi dan standarisasi produk.
3. Pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha.
4. Pelatihan dan pendampingan *salesmanship* untuk konsumen toko dan perorangan, pelatihan *onlineshop* untuk melayani dan menjangkau pasar yang lebih luas dalam peningkatan volume penjualan
5. Pelatihan pengelolaan keuangan usaha berdasarkan SAK EMKM .

Tahap 3: Penerapan Teknologi

Kegiatan:

1. Praktek penggunaan Software Akuntansi SIAPIK dalam pencatatan Laporan Keuangan dan Transaksi Penjualan.
2. Praktek pengelolaan dan penggunaan aplikasi *customized* dalam optimasi digitalisasi UMKM.
3. Praktek penggunaan mesin jahit dan mesin press.

Tahap 4: Pendampingan dan Evaluasi

Kegiatan:

1. Pendampingan: Pendampingan langsung dalam penggunaan teknologi baru (SIAPIK, Customized) serta pendampingan pemrosesan permohonan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).
2. Evaluasi: Evaluasi efektivitas pelatihan, penerapan teknologi, dan penggunaan alat/aplikasi melalui kuisisioner, wawancara, dan testimoni konsumen/pelanggan.

Tahap 5: Keberlanjutan Program

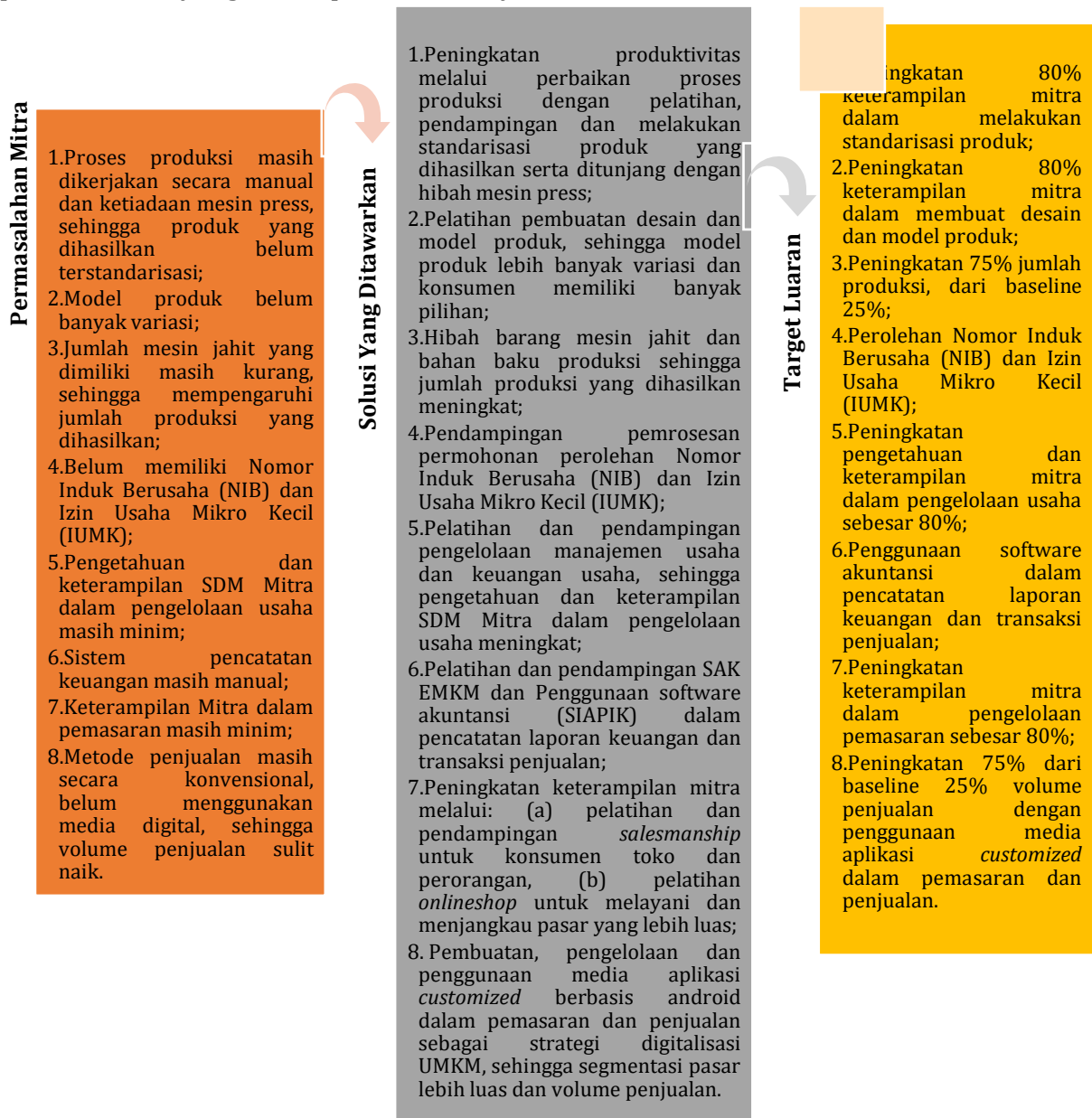
Kegiatan:

1. Penyusunan rencana aksi untuk keberlanjutan penggunaan teknologi, strategi, dan alat/aplikasi melalui pendampingan oleh LPPM Universitas Bina Bangsa.
2. Pembentukan tim internal di UMKM “Mutuara Subur Jaya” yang bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pembaruan sistem teknologi dan penggunaan

alat/aplikasi.

3. Pelatihan lanjutan berdasarkan kebutuhan yang muncul dari evaluasi, termasuk penggunaan aplikasi dan alat/aplikasi.

Pelaksanaan kegiatan PKM dimulai bulan Mei 2024, kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan bulan Juni 2024 dan pendampingan lanjutan di bulan Juli 2024 di lokasi usaha UMKM “Mutiaras Subur Jaya”. *Flowchart* pada gambar 2 di bawah ini menggambarkan solusi yang diusulkan dan target hasil yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu:



Gambar 2. *Flowchart:* Permasalahan Mitra, Solusi yang Ditawarkan dan Target Luaran

HASIL KEGIATAN

Hasil dan luaran dari pelaksanaan kegiatan PKM ini diuraikan melalui implementasi dari 5 (lima) tahap, yaitu :

Tahap 1: Sosialisasi

Pada tahap yang pertama Sosialisasi, kegiatan yang dilakukan dengan mitra seperti yang disajikan dalam gambar 3 adalah sebagai berikut: (1) Pertemuan awal dengan ketua dan anggota kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” untuk memperkenalkan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dan tujuannya, dan (2) Penjelasan detail tentang manfaat dan harapan dari setiap aktivitas yang akan dilakukan, termasuk penerapan TTG sebagai solusi permasalahan mitra dan begitu juga dengan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan.



Gambar 3. Survey dan Koordinasi Awal

Tahap 2: Pelatihan

Pada tahap yang kedua Pelatihan, kegiatan yang dilakukan dengan mitra seperti yang disajikan dalam gambar 4 adalah sebagai berikut: (1) Pelatihan dan pendampingan pembuatan desain dan model produk, (2) Pelatihan dan pendampingan perbaikan proses produksi dan standarisasi produk untuk komersialisasi, (3) Pelatihan dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha, (4) Pelatihan dan pendampingan *salesmanship* untuk konsumen toko dan perorangan, pelatihan *onlineshop* untuk melayani dan menjangkau pasar yang lebih luas dalam peningkatan volume penjualan, dan (5) Pelatihan pengelolaan keuangan usaha berdasarkan SAK EMKM.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan

Tahap 3: Penerapan Teknologi

Pada tahap yang ketiga Penerapan Teknologi, kegiatan yang dilakukan dengan mitra seperti yang disajikan dalam gambar 5 dan 6 adalah sebagai berikut: (1) Praktek penggunaan Software Akuntansi SIAPIK dalam pencatatan Laporan Keuangan dan Transaksi Penjualan, (2) Praktek pengelolaan dan penggunaan aplikasi *customized* dalam optimasi digitalisasi UMKM, dan (3) Praktek penggunaan mesin jahit dan mesin press.



Gambar 5. Penerapan Teknologi



Gambar 6. Aplikasi Customized dan SIAPIK

Tahap 4: Pendampingan dan Evaluasi

Pada tahap yang keempat Pendampingan dan Evaluasi, kegiatan yang dilakukan dengan mitra seperti yang disajikan dalam gambar 7 adalah sebagai berikut: (1) Pendampingan langsung dalam penggunaan teknologi baru (SIAPIK, Customized) serta pendampingan pemrosesan permohonan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), dan (2) Evaluasi efektivitas pelatihan, penerapan teknologi, dan penggunaan alat/aplikasi melalui kuisioner, wawancara, dan testimoni konsumen/pelanggan.



Gambar 7. NIB dan IUMK

Tahap 5: Keberlanjutan Program

Pada tahap yang kelima Keberlanjutan Program, kegiatan yang dilakukan dengan mitra seperti yang disajikan dalam gambar 8 adalah sebagai berikut: (1) Penyusunan rencana aksi untuk keberlanjutan penggunaan teknologi, strategi, dan alat/aplikasi melalui pendampingan oleh LPPM Universitas Bina Bangsa, (2) Pembentukan tim internal di UMKM “Mutuara Subur Jaya” yang bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pembaruan sistem teknologi dan penggunaan alat/aplikasi, dan (3) Pelatihan lanjutan berdasarkan kebutuhan yang muncul dari evaluasi, termasuk penggunaan aplikasi dan alat/aplikasi.



Gambar 8. Hibah Mesin dan Infrastruktur *Customized*

Berdasarkan hasil monitoring, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah produksi dompet oleh mitra setiap hari. Penambahan mesin jahit, adanya mesin press dan penambahan bahan baku produksi telah berkontribusi secara efektif pada proses produksi. Selain itu, terdapat kenaikan dalam volume penjualan dan perluasan segmentasi pasar yang lebih luas, berkat pemanfaatan infrastruktur *Customized* sebagai media pemasaran dan penjualan online. Secara rinci, capaian produksi dan penjualan pada mitra sasaran, yaitu kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” menunjukkan perbandingan kuantitas sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan PKM, dengan hasil yang menggambarkan kemajuan yang substansial dan dampak positif dari kegiatan tersebut, seperti yang disajikan dalam tabel 2 dan 3 berikut:

Tabel 2. Capaian Produksi

Sebelum PKM	Sesudah PKM	Prosentase Kenaikan
5.040 pcs/bulan	8.820 pcs/bulan	75% dari baseline 25%

Tabel 3. Capaian Penjualan

Sebelum PKM	Sesudah PKM	Prosentase Kenaikan
4.940 pcs/bulan	8.645 pcs/bulan	75% dari baseline 25%

Sedangkan impact dari kegiatan pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra diukur dengan uji t-Test yang membandingkan hasil kuisioner sebelum (pre-test) dan setelah (post-test) pelatihan, menunjukkan kemajuan yang substansial setelah pelatihan. Hasil *t-test* dijelaskan pada gambar 9 dibawah ini :

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pre_Test	17.2222	18	5.20809	1.22756
	Post_Test	85.2778	18	3.62679	.85484

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Pre_Test & Post_Test	18	.588	.010

Paired Samples Test									
Paired Differences									
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Pre_Test-Post_Test	-68.0556	4.24918	1.00154	-70.16862	-65.94249	-67.951	17	.000

Gambar 9. Hasil Uji t-Test

Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata (Mean) pada pre-test adalah 17,22, yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan keterampilan mitra dalam melakukan standarisasi produk, merancang dan membuat model produk, serta mengelola usaha dan pemasaran adalah 17,22%. Nilai ini diperoleh dari jawaban kuesioner pre-test yang diisi oleh 18 orang. Sementara itu, nilai rata-rata (Mean) pada post-test adalah 85,27, yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan keterampilan mitra dalam hal yang sama meningkat menjadi 85,27%. Hasil nilai diperoleh berdasarkan jawaban kuisisioner saat *post-test* pada mitra berjumlah 18 orang.

Selisih nilai Mean keduanya adalah 68,05 sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam melakukan standarisasi produk, membuat desain dan model produk, pengelolaan usaha dan pengelolaan pemasaran sebesar 68,05%, sebagai bentuk kontribusi tim PKM terhadap Mitra sasaran. Sedangkan, berdasarkan nilai korelasi uji t, tingkat hubungan antara pre-test dan post-test diperoleh angka 58,8%, dan nilai signifikansinya adalah 0,10.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pelaksanaan PKM di Desa Sukamanah Kecamatan Baros Kabupaten Serang menunjukkan bahwa tim dari Universitas Bina Bangsa yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa telah melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” sebagai upaya penguatan kapabilitas kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” dalam pengembangan bisnisnya. Pendekatan partisipatif dan inovatif adalah metode yang efektif untuk meningkatkan motivasi, pemahaman, dan keterampilan kelompok UMKM “Mutiara Subur Jaya” dalam mengembangkan usaha mereka.

Kegiatan ini menghasilkan peningkatan jumlah produksi dan penjualan produk mitra sebesar 75%, peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebesar 68,05%, serta perolehan legalitas operasional usaha dalam bentuk NIB dan IUMK, sehingga bisnis kelompok UMKM ini juga berkembang. Sebagai implementasi keberlanjutan program secara jangka panjang, saran yang diberikan yakni perlu kiranya dilaksanakan kegiatan PKM ini dengan skema yang lebih besar dengan anggaran yang lebih besar pula, sehingga dampak PKM ini semakin besar dirasakan oleh masyarakat khususnya pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

PKM ini adalah program yang didanai oleh dana DIPA Tahun Anggaran 2024, dan tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbudristek RI serta Universitas Bina Bangsa atas dukungan yang krusial untuk kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim.,(2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju STIE Muhammadiyah, Mamuju. Vol. 1 No. 2, Juli 2020
- Amin DA, Dwi. S.,(2017). Pengembangan UMKM berbasis industri kreatif di Kota Malang, Jurnal eConomica, Vol. 1 No 2, April 2020. *Universitas*, 2(1).
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- Akbar, A., & Irfani, I. (2022). Analisis Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 226-232.
- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Ariawan, J. (2022). Peranan Manajemen Sdm Sebagai Kebangkitan UMKM Ditengah Pandemi Pada Komunitas Umkm Pasar Lama Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(3), 395-400.
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi pemasaran untuk meningkatkan usaha kecil menengah berbasis industri kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 2(1).
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan penerapan strategi digital marketing bagi UMKM terdampak pandemi covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604-609.
- Saefullah, E., Putra, A. R., & Tabroni, T. (2021). Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 291-299.
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni, T. (2022). Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.

- Suranto, S., Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., ... & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 123-136.
- Suseno, B. D. (2021, March). Implementing the resource sharing innovation model to sustainably address the high unemployment rate. In *International Conference on Entrepreneurship (ICOEN)* (pp. 734-740). Knowledge E.