

SOSIALISASI MENGEMBANGKAN UMKM DI DESA MENGANTI

Azizain Isfahani, Lutfi Rohmawati, Wahyu Astiya Ramadan, Rindi Marita Puspitasari, Firdaus Thoriqul Basith, Musfirotul Khoeriyah
Faizul Itsna Lathiifatuzzahra, Dwi Intan Melati Putri, Ilham Alamsyah, Eva Afifah, Risma Hikma
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: azizainisfahani60@gmail.com, lutfirohmawati17@gmail.com, wahyuastiya2009@gmail.com, rindimaritapuspitasari@gmail.com, firdausthoriqul@gmail.com, musfirotulkhoeriyah@gmail.com, faizulitsna26@gmail.com, dwiintanmelatiputri2018osk@gmail.com, alamsyah.pb15@gmail.com, evaafifah015@gmail.com, rismahikmawati017@uinsaizu.ac.id

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian yang dianggap penting bagi perekonomian suatu negara. Tujuan dari adanya kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat Desa Menganti agar menjadi masyarakat yang memiliki jiwa pebisnis. Penelitian ini dilakukan di Desa Menganti, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, dengan menggunakan teknik pengumpulan data, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) dimana dalam penelitian ini berbasis atau melihat pada aset, kekuatan serta potensi yang ada dengan menganalisis berbagai permasalahan yang timbul melalui program pengabdian masyarakat dalam pemberdayaan UMKM. Subjek penelitian yang digunakan merupakan orang-orang yang memiliki pengetahuan atau informasi UMKM serta sebagian orang yang memiliki potensi sebagai pelaku usaha.

Kata kunci: UMKM, Sosialisasi, Pengabdian, dan Potensi,

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are a part that is considered important for a country's economy. The purpose of this activity is to provide knowledge and information to the people of Menganti Village so that they become people who have a business spirit. This research was conducted in Menganti Village, Sruweng District, Kebumen Regency, Central Java, using data collection techniques, observation, interviews, and documentation. The method used in this research is to use the ABCD (Asset Based Community Development) method which is based on or looks at existing assets, strengths and potential by analyzing various problems that arise through community service programs in empowering MSMEs. The research subjects used are people who have knowledge

or information on SMEs as well as some people who have potential as business actors.

Keywords: *UMKM, Outreach, Dedication, and Potential,*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian yang dianggap penting bagi perekonomian suatu negara. Keberadaan UMKM juga dapat dijadikan sebagai penggerak dalam memebangun pertumbuhan ekonomi serta mampu menyelesaikan masalah pengangguran¹. Kegiatan UMKM yang ada di Indonesia termasuk sebagai salah suatu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional². Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan UMKM yang ada di Indonesia juga mengalami perkembangan yang signifikan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019 terdapat sekitar 64,2 juta atau 99.99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia ditambah dengan daya serap tenaga UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu, kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional seperti Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,1% dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. Hal tersebut berbanding terbalik dengan tahun sebelumnya yang mana jumlah tersebut meningkat sebesar 3,3 juta pelaku UMKM³.

Berkembangnya UMKM yang ada di Indonesia juga telah menjadi sorotan utama dalam membawa kemajuan perekonomian, meminimalisor adanya kemiskinan, serta dapat meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat. Peran UMKM juga tidak hanya memiliki peran yang strategis dalam memberikan lapangan kerja dan penggerak perekonomian lokal, akan tetapi dalam hal ini juga dapat menjadi sumber inspirasi bagi inovasi dan kreativitas UMKM. Dengan adanya hal tersebut, UMKM sendiri juga telah membuktikan diri sebagai suatu sektor perekonomian yang vital bagi Indonesia. Keberadaan UMKM selain memiliki peran yang strategis juga memiliki beberapa kendala ataupun tantangan yang perlu dihadapi dalam mengikuti adanya arus perkembangan global. banyaknya UMKM yang memiliki kesulitan yang dihadapi dalam memperoleh pembiayaan yang lebih mudah juga termasuk salah satu kendala yang dihadapi UMKM⁴. Meskipun biasa dikatakan bahwasannya UMKM menjadi salah satu pembawa kemajuan dalam bidang perekonomian, akan tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwasannya UMKM memiliki beberapa permasalahan dan kekuarangan didalamnya. Terdapat beberapa masalah UMKM di Indonesia yang masih sering terjadi, yang mana jika

¹ Atsna Himmatul Aliyah, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3.1 (2022), 64–72.

² Abdul Halim, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72.

³ Fahmi Muhammad Irfan, Suharto, and Hanif, 'Pengaruh Modal Usaha Dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM Dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.1 (2023), 1259–78.

⁴ Muhammad Farras Narsida, Pandhang Ausi, and Dicky Febrian, 'Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya', *Jurnal Jumbiwira*, 2.1 (2023), 46–49.

terus di biarkan hal ini tentu dapat menghambat pertumbuhan usaha dan menyebabkan UMKM kalah bersaing, stagnan, bahkan dampak terburuknya UMKM tersebut dapat gulung tikar. Meski dapat mendongkrak perkembangan ekonomi, sayangnya masih saja terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Seperti yang kita ketahui, pemerintah telah menurunkan tarif pajak UMKM sebesar 0.5% sebagai stimulus agar usaha UMKM dapat berkembang dengan pesat. Namun dalam hal ini kebijakan tersebut sayangnya belum bisa menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi para pemilik usaha. Agar kita tidak terjebak saat menjalani usaha UMKM, terdapat beberapa contoh permasalahan UMKM dan solusi yang perlu kita ketahui.

Yang pertama adalah kurangnya modal usaha. Modal merupakan salah satu masalah UMKM yang paling sering dialami. Minimnya modal usaha UMKM, menyebabkan Kegiatan Produksi terhambat. Sehingga dapat menurunkan pemasukan yang dijalani oleh pelaku UMKM. Hal inilah yang membuat pemilik usaha mencari pinjaman modal dari bank. Akan tetapi, hal tersebut sayangnya seringkali gagal dikarenakan tidak terpenuhinya persyaratan dari para peminjam modal dan hasil yang didapatkan dalam usaha tersebut menjadi berhenti sehingga menyebabkan usaha tersebut terpaksa gulung tikar. Solusi dari adanya permasalahan tersebut adalah dengan cara melakukan atau mendapatkan pinjaman modal dari sistem penggalangan dana yang dihadirkan oleh teknologi finansial (*Fintech*). Penggalangan dana ini dikenal dengan istilah *Crowdfunding* atau kita juga dapat meminta bantuan UMKM dengan mendaftarkan UMKM kita terlebih dahulu sebagai salah satu syarat wajib. Bantuan UMKM merupakan Bantuan Langsung Tunai (BLT) bagi UMKM yang disalurkan pemerintah melalui dua kementerian yakni Kementerian Koperasi dan UKM serta Kementerian Sosial.

Kedua adalah kurangnya pengetahuan tentang mengembangkan usaha. Kebanyakan pemilik usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki cukup pengetahuan untuk mengembangkan usaha atau bisnis yang mereka kelola. Mereka pun hanya fokus terhadap proses produksi tanpa berusaha meningkatkan kualitas produk. Padahal, dengan pengembangan bisnis yang mumpuni, masalah UMKM yang satu ini dapat dicegah. Kemudian, untuk solusi dari adanya permasalahan tersebut adalah dengan perbanyak membaca dan perbanyak mencari informasi ter-*update* terhadap perkembangan strategi bisnis terbaru atau berdiskusi dengan Pengusaha yang lebih dulu sukses agar dapat belajar mengenai *tips & trick* mereka dalam membangun sebuah bisnis.

Ketiga, tidak adanya sebuah inovasi dalam produk. Penyelesaiannya adalah jika ingin bersaing di tengah gempuran bisnis UMKM cobalah untuk membuat inovasi produk. Akan tetapi, hal tersebut permasalahan UMKM yang kerap dihadapi adalah ketidakmampuan suatu usaha dalam melakukan inovasi. Padahal tanpa adanya sebuah inovasi, pesaing akan dengan mudah mengambil pasar yang pelaku usaha targetkan. Dalam hal ini, kita bisa meningkatkan kualitas bahan, *finishing* produk, dan kemasan. Selain itu, memantau tren terkini juga bisa menjadi salah satu solusi dari permasalahan tersebut. Sehingga nantinya para pelaku UMKM mampu menciptakan inovasi yang sesuai dengan tren juga nantinya agar para pelaku UMKM ini bisa memenuhi apa yang diinginkan pelanggan. Keempat, kurangnya pemahaman akan pemasaran digital. Masalah UMKM selanjutnya adalah kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital. Sebagian dari pelaku UMKM tidak memasarkan produknya secara *online*. Sehingga dalam hal tersebut, hasilnya adalah

daya saing produk kurang dan menyebabkan sepi pelanggan. Meskipun sebenarnya sudah banyak pelaku UMKM yang melek teknologi, akan tetapi sebagian besar dari mereka masih belum mampu memaksimalkannya dengan baik. Sehingga hal tersebut belum mampu untuk memaksimalkan potensi keuntungan yang seharusnya bisa

mereka peroleh. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan mencari informasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran digital agar nantinya para pelaku UMKM bisa memaksimalkan teknologi yang mereka kuasai untuk kemajuan UMKM mereka. Hal tersebut bisa ditingkatkan dengan mengikuti berbagai webinar online dan beberapa kegiatan komunitas bisnis. Penggunaan media sosial yang baik juga bisa menunjang perkembangan bisnis yang sedang dikembangkan oleh para pelaku UMKM. Yang mana salah satunya adalah dengan membuka toko online melalui *e-commerce* yang tentunya mampu untuk memperluas jangkauan pasar.

Kelima yaitu kegiatan pembukuan yang masih manual atau masih tradisional. Kebanyakan dari para pelaku UMKM biasanya masih melakukan pembukuan secara manual. Namun dalam hal tersebut, seperti yang kita ketahui bahwasannya dalam hal ini pembukuan manual sangatlah tidak efektif dan efisien untuk dilakukan di era digital seperti sekarang. Hal tersebut dikarenakan selain kurang terjaganya data yang sudah di catatkan, resiko terjadinya kerusakan pada media yang digunakan (dalam hal ini adalah kertas) untuk melakukan pembukuan sangatlah besar. Usaha yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi cara yang kurang efektif dan efisien ini, demi menunjang serta mendongkrak perkembangan pelaku UMKM adalah dengan menggalakan digitalisasi UMKM. Hal ini tentunya menguntungkan terhadap para pelaku UMKM. Karena selain lebih praktis dan penyimpanan data yang akurat, Digitalisasi ini sangat mendongkrak perkembangan UMKM. Agar nantinya, usaha para pelaku UMKM bisa lebih maju dan berkembang dengan pesat mengikuti laju perkembangan zaman yang sudah masuk di era Digital⁵.

Bersamaan dengan adanya permasalahan yang diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat di Indonesia juga membawa pengaruh yang signifikan. *We Are Social* mencatat bahwa di Indonesia pada Januari 2023 jumlah pengguna internet telah mencapai 212.9 juta yang mana dalam hal ini menunjukkan terdapat 77% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. Sehingga dalam hal ini juga membawa perubahan ke arah perekonomian di era industri 4.0 yang akan membawa pengaruh pada perubahan perekonomian yang ada di Indonesia.

Perkembangan dari adanya era industri 4.0 pada UMKM juga memicu adanya tren transformasi digital yang signifikan. Keberlanjutan perekonomian suatu negara menjadi penting dalam menghadapi tantangan di era globalisasi yang di dorong oleh arus informasi yang cepat. Transformasi digital yang ada ini berkontribusi pada sebuah inovasi, produktivitas, efisiensi, pengetahuan, dan data. Dari adanya era tersebut, salah satu tren yang mencolok adalah besarnya peralihan tenaga kerja manusia menjadi mesin atau otomatisasi proses yang menjadi fenomena global yang signifikan. Sehingga, sebagai parameter dominan di era ini, internet sebagai teknologi baru memiliki pengaruh yang

⁵ Luthfa, 'Masalah UMKM Dan Solusinya', *OyIndonesia*, 2021
<<https://www.oyindonesia.com/blog/masalah-umkm-dan-solusinya>>

sangat besar dalam transformasi digital terutama dalam konteks keberlanjutan ekonomi digital⁶.

Berkembangnya dunia teknologi di era 4.0 saat ini, menjadi suatu tantangan bagi perekonomian Indonesia untuk mempertahankan sumber daya yang ada, serta mengembangkan perekonomiannya dengan baik. Digitalisasi menjadi salah satu ciri terjadinya suatu perubahan pada berbagai sektor, khususnya ekonomi yang ditandai dengan derasnya arus informasi. Ekonomi digital sendiri merupakan suatu bisnis atau usaha yang dilakukan melalui media virtual, terjadinya penciptaan dan pertukaran nilai, pertukaran transaksi, serta hubungan antar pelaku ekonomi yang memiliki kesiapan yang matang dengan internet sebagai media alat tukar.

Aspek dari ekonomi digital berbasiskan pada pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi serta komunikasi digital. Di Asia Tenggara sendiri, ekonomi digital saat ini mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan besarnya potensi pasar. Terdapat 5 jenis teknologi yang paling potensial memicu pertumbuhan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara. Kelima hal tersebut diantaranya, yaitu *mobile internet*, *automation of knowledge*, *big data*, *internet of things*, dan *cloud technology*.

Pengguna digital seperti masyarakat, pelaku usaha, bahkan instansi pemerintah, diharuskan untuk mempunyai infrastruktur, literasi, dan *talented*, serta pola pikir budaya digital. Dalam hal ini, seluruh jaringan komunikasi, baik berupa aplikasi yang dipakai, bahkan *big data* yang dimiliki oleh masyarakat harus dapat digunakan kemanfaatannya dengan baik, taat aturan, serta cerdas menfilter informasi yang ada. Sehingga dalam hal ini, masyarakat harus memiliki sikap yang terbuka akan adanya perkembangan dan kemajuan teknologi baru, serta komunikasi yang sudah mengglobal. Siklus produksi, konsumsi, dan distribusi mengenai informasi juga harus ada dukungan dari kekuatan ekonomi digital yang diperkuat dengan keamanan teknologi.

Keberadaan digitalisasi ekonomi ditandai dengan adanya pola pikir masyarakat yang memiliki intensitas tinggi dalam pertukaran dan penggunaan teknologi komunikasi. Penciptaan nilai tambah atau *internal of things* yang dianggap sebagai *enabler technology* dalam penggunaan teknologi yang canggih pada segala bidang. Perkembangan inovasi yang begitu cepat dapat memunculkan berbagai bisnis baru yang berbasis teknologi. Dalam hal ini, seperti *drone*, sebagai robot pengganti manusia dalam pekerjaan video, 3D printing, mobil tanpa badan, bahkan semua data di ID *handphone* bisa disimpan pada laman cloud atau istilahnya di virtualkan pada jaringan email.

Ekonomi digital merupakan bentuk dari perubahan sosio politik dalam sistem ekonomi ruang intelegen. Perubahan dalam bentuk digitalisasi termasuk pada perekonomian tentunya juga merubah transaksi bisnis yang sebelumnya secara manual saat ini menggunakan internet. Dampak global yang dihasilkan dari adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, tidak hanya terbatas pada internet. Tetapi juga, ekonomi makro maupun mikro. Transaksi bisnis yang diberikan oleh ekonomi digital sendiri, sekarang ini tidak lagi harus dilakukan dengan cara bertemu secara langsung,

Digitalisasi juga merupakan sebuah penggunaan teknologi digital yang digunakan sebagai model bisnis dengan menyediakan pendapatan baru serta berbagai peluang

⁶ Gisheilla Evangeulista and others, 'Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi', *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16.1 (2023), 33–42.

adanya sebuah proses perpindahan dari bisnis konvensional ke bisnis yang menuju ke arah digital (digitalisasi ekonomi). Digitalisasi ekonomi sendiri merupakan sebuah penggunaan teknologi digital dan berbagai data yang telah ter-digitalisasi untuk memengaruhi cara penyelesaian sebuah pekerjaan, mengubah cara interaksi sebuah usaha, serta menciptakan aliran pendapatan baru atau berbagai hal perekonomian yang mengarah pada sistem

digital (secara digital).

Perekonomian global telah beradaptasi dan melakukan digitalisasi. Tumbuhnya berbagai platform digital juga semakin memudahkan transaksi bisnis seperti, seperti transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Perekonomian Indonesia dikatakan mengalami pertumbuhan yang cepat, berdasarkan laporan Mic Kinsey, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara yang mencatat pertumbuhan tercepat ekonomi digital. Hal ini dikarenakan terlihat dari aplikasi masyarakat, bisnis, dan pemerintah melalui tiga pilar penilaian utama dinilai dari ketersediaan dan kecepatan dalam mengunduh jangkauan digital konsumsi data per- pengguna dan nilai digital penggunaan dalam pembayaran digital atau *ecommerce*.

Aktivitas bisnis yang dilakukan melalui platform digital juga memiliki risiko. Segala data dapat direkam melalui media digital yang semuanya terhubung pada satu server. Hal ini tidak hanya menjadi ancaman bagi pelaku bisnis saja melainkan bagi negara juga. Digitalisasi tidak membutuhkan ruang dan batas negara menjadi samar karena transaksi ekonomi dapat dilakukan dengan mudah melalui lintas negara⁷.

Kemajuan teknologi digital yang cepat telah mengakibatkan hampir seluruh negara di dunia memasuki Era Revolusi Industri 4.0. Perubahan menuju era ini dapat diamati dalam berbagai aspek kehidupan manusia, seperti pendidikan, sosial, budaya, dan terutama dalam sektor bisnis. Perubahan ini menciptakan model-model bisnis baru yang meningkatkan pengalaman pelanggan karena efisiensi dan responsifitas yang lebih baik terhadap permintaan pasar. Ekonomi digital merujuk pada ekonomi yang berbasis pada teknologi komputasi digital dan beroperasi melalui platform online. Istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan konsep ini termasuk ekonomi internet, ekonomi web, dan ekonomi baru. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi pilar utama ekonomi digital di berbagai sektor bisnis. Transformasi ekonomi digital telah mengubah pandangan tentang bisnis konvensional yang terstruktur, terutama dalam hal bagaimana konsumen mendapatkan layanan, informasi, dan produk.

Indonesia memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang sangat besar melalui kemajuan teknologi digital. Diperkirakan bahwa digitalisasi akan berdampak dengan nilai sekitar 150 miliar dolar Amerika Serikat (AS) menjelang tahun 2025 dan juga akan menciptakan lapangan pekerjaan untuk sekitar 3,7 juta individu. Potensi ini mulai terlihat dari jumlah perusahaan teknologi rintisan, yang biasa dikenal sebagai startup, yang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Jumlah startup di Indonesia meningkat dari

⁷ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, and Herlina J R Saragih, 'Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia', *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 7.2 (2021), 245-59.

1.400 perusahaan pada tahun 2017 menjadi 2.200 perusahaan pada tahun 2019. Data ini menempatkan Indonesia sebagai peringkat kedua di Asia dan peringkat kelima di dunia setelah Amerika Serikat, India, Inggris, dan Kanada, seperti yang diungkapkan oleh situs web Startup Ranking pada tahun 2020.

Potensi industri *e-commerce* di Indonesia sangat menggairkan. Pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di negara ini meningkat sekitar 40 persen setiap tahun. Data menunjukkan bahwa terdapat sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia. Penggunaan internet dan *e-commerce* bukan hanya terbatas pada mencari informasi dan berkomunikasi, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di kota-kota besar. Perilaku konsumtif dari jutaan individu kelas menengah di Indonesia menjadi faktor pendorong perkembangan *e-commerce* di negara ini. *E-commerce* tidak hanya sebatas platform untuk perdagangan barang dan jasa melalui internet, melainkan juga menghubungkan industri- industri terkait lainnya, seperti jasa pengiriman atau logistik, penyedia layanan telekomunikasi, produsen perangkat pintar, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penting bagi berbagai pihak untuk memberikan prioritas kepada industri *e-commerce* guna mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Potensi pertumbuhan yang sangat besar dalam industri *e-commerce* tidak datang tanpa tantangan, setidaknya terdapat enam isu yang bertindak sebagai hambatan, yaitu pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, infrastruktur komunikasi, logistik, serta edukasi dan pengembangan sumber daya manusia. Pemerintah telah merumuskan lima prinsip utama dalam pengembangan *e-commerce*, yaitu: 1) Memastikan setiap warga Indonesia memiliki akses yang sama terhadap *e-commerce* dan dapat terlibat sebagai pelaku, 2) Meningkatkan

pengetahuan dan pemahaman teknologi informasi bagi seluruh warga Indonesia agar dapat memanfaatkannya dalam perekonomian, 3) Mengurangi dampak hilangnya lapangan kerja selama transisi menuju perekonomian digital, 4) Mengimplementasikan kerangka hukum dan kebijakan yang mendukung *e-commerce* keamanan dengan prinsip teknologi netral, transparansi, dan konsistensi internasional, 5) Memberikan perlindungan yang memadai kepada pelaku bisnis *e-commerce* lokal, terutama bagi pelaku bisnis kecil dan menengah (UKM), serta memberikan prioritas pada mereka.

Tidak hanya memberikan rangsangan kepada berbagai pelaku bisnis *e-commerce* dari berbagai tingkatan, mulai dari tingkat pemula, UKM, hingga bisnis yang sudah mapan, pemerintah juga perlu mendapat dukungan dari masyarakat, sektor swasta, media, dan organisasi nirlaba untuk mendorong *e-commerce* menjadi suatu gerakan nasional. Pertumbuhan bisnis online yang begitu pesat akan merangsang masyarakat Indonesia untuk meraih manfaat ekonomi yang positif, seperti peningkatan kesejahteraan dan peningkatan lapangan kerja baru, serta hal lainnya. Dengan demikian, Indonesia tidak hanya menjadi sasaran pasar bisnis internasional, melainkan juga mampu menjadi pelaku bisnis *e-commerce* yang handal dan bahkan merambah pasar luar negeri.

Internet telah menjadi kebutuhan dasar, terutama di kota-kota besar. Ekonomi yang berbasis pada internet juga telah membawa perubahan signifikan dalam perkembangan dunia, termasuk di Indonesia. Data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2019 menunjukkan bahwa persentase pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, mencapai 43,52% pada tahun 2019.

Sejalan dengan lonjakan jumlah pengguna internet yang signifikan ini, perusahaan Google, Temasek, dan Brain & Company (2019) memprediksi bahwa pada tahun 2025, Indonesia akan menjadi kekuatan ekonomi digital utama di kawasan Asia Tenggara⁸.

Kontribusi UMKM terhadap PDB dan pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar diperhatikan dan didukung oleh kementerian dan pemerintah daerah. Dalam jangka panjang, UMKM yang enggan melakukan transformasi digital tidak akan mampu bertahan di industri. Keberadaan UMKM membutuhkan untuk memutuskan apakah akan tetap menggunakan model bisnis tradisional atau mengubahnya secara digital dalam bisnis. Pembangunan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu upaya pemerintah dalam membangun perekonomian nasional. Dengan adanya hal tersebut, pemerintah dan beberapa pihak terkait telah melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan UMKM⁹.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia juga telah memperkuat dukungan untuk pengembangan UMKM melalui program-program seperti Gerakan Nasional Membangun Ekonomi Umat (GN-MEK), Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (GN-BBI), dan program pembiayaan UMKM (PUPUK). Melalui upaya ini, diharapkan UMKM di Indonesia akan semakin berkembang dan mampu bersaing dalam pasar global. Hal tersebut, selaras dengan peran UMKM yang termasuk sebagai bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat yang saat ini dikembangkan. Kebermanfaatannya dari adanya peran UMKM sangat membantu perekonomian warga. Sehingga dari sinilah, terlihat bahwa peran UMKM dapat dijadikan sebagai wadah masyarakat untuk memulai pekerjaan¹⁰. Akan tetapi, hal tersebut belum selaras dengan perkembangan UMKM yang ada di daerah Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen khususnya daerah Menganti.

Kecamatan Sruweng merupakan wilayah yang berada di selatan Kabupaten Kebumen. Kabupaten Kebumen memiliki julukan sebutan Kebumen Beriman yang memiliki arti Bersih, Indah, Manfaat, Aman, dan Nyaman. Kecamatan Sruweng terdiri dari 21 desa salah satunya adalah Desa Menganti. Desa Menganti merupakan desa dengan segala kelimpahan pertanian, perternakan, dan keramahan masyarakatnya. Desa Menganti berada di Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah.

Desa menganti memiliki luas Wilayah sebesar 148 hektar, dengan pembagian wilayah 96 hektar pertanian dan 52 hektar untuk pemukiman. Luas Wilayah tersebut, terdiri dari sawah, lapangan, dan pemukiman masyarakat. Desa menganti terdiri dari dusun karangmundu, dusun menganti, dusun pekalangan, dusun gandusari, dan dusun karangputat. Batas-batas desa menganti pada sebelah utara berbatasan dengan desa sidoharjo, sebelah selatan berbatasan dengan desa jatimulyo, sebelah timur berbatasan dengan desa trikarso, sebelah barat berbatasan dengan desa adikarto. Jarak tempuh dari desa menganti menuju pusat kota/kabupaten Kebumen sekitar 9 km.

Desa menganti terdiri dari 2.014 kepala keluarga dengan jumlah penduduk sekitar 1.800 jiwa dan keseluruhan penduduk beragama Islam. Desa menganti memiliki satu sekolah dasar, satu pendidikan anak usia dini, satu taman kanak-kanak, satu taman

⁸ Nur Widiastuti, *Ekonomi Digital Di Indonesia, Peluang Dan Strategi, Seminar Nasional STIE*, 2021.

⁹ Halim

¹⁰ Muflih Hanan and others, 'Sosialisasi Pentingnya Pengembangan UMKM Di Dusun Babakan Banten', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.1 (2023), 236-46.

pendidikan qur'an (TPQ), dua masjid, dan tiga mushala. Desa menganti didominasi dengan lahan pertanian yang membuat desa menganti memiliki 3 kelompok tani, yaitu makaryo tani 1, makaryo tani 2, dan Ngudi Raharjo yang dikelola oleh rukun warga. Desa menganti terbagi menjadi 5 rukun warga dan 14 rukun tetangga.

Kearifan lokal yang jarang ditemukan di perkotaan selalu hadir dengan baik dalam suasana pedesaan. Kehangatan masyarakat Menganti dan keunikan budayanya memberikan suatu energi positif tersendiri bagi siapapun yang datang. Antara alam dan manusia bersinergi bersama menciptakan suatu komponen kehidupan yang selaras, semua saling membutuhkan dan juga saling mengasihi satu sama lain. Begitulah desa menganti. Desa kecil dengan suasana alam yang mempesona, potensi yang memadai, dan masyarakatnya yang baik dan ramah luar biasa.

Berdasarkan hasil survei UMKM di Desa Menganti masih terdapat hambatan yang menjadi kelemahan eksistensi UMKM. Hal tersebut dikarenakan, kurangnya pengetahuan tentang UMKM serta salah satu cara memasarkan produk dengan baik. Dengan adanya pemasaran yang baik maka suatu usaha juga akan berkembang dengan baik. Sehingga dalam hal ini diperlukan adanya upaya untuk membantu para pelaku UMKM agar bangkit dan meningkatkan kembali kegiatan usahanya agar produktivitas dan pendapatan meningkat. Sehingga, penulis memberikan sosialisasi kepada warga Desa Menganti terkait bimbingan UMKM mengenai *tips & trick* membangun usaha.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) dimana dalam penelitian ini berbasis atau melihat pada aset, kekuatan serta potensi yang ada dengan menganalisis berbagai permasalahan yang timbul melalui program pengabdian masyarakat dalam pemberdayaan UMKM. Objek penelitian dari adanya sosialisasi yang dilakukan adalah perwakilan dari salah seorang pihak atau mahasiswa KKN UIN Saizu sendiri yaitu kelompok 120. Sedangkan, untuk objek penelitian yang digunakan merupakan orang-orang yang memiliki pengetahuan atau informasi UMKM serta sebagian orang yang memiliki potensi sebagai pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan di desa Menganti, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, dengan menggunakan teknik pengumpulan data, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dan Observasi dilakukan kepada ibu-ibu PKK dengan cara melihat secara langsung kondisi UMKM masyarakat desa Menganti¹¹. Riset atau survei yang dilakukan bersamaan dengan salah seorang perangkat desa dan beberapa komunitas pemuda karang taruna.

Pelaksanaan dari kegiatan sosialisasi ini melibatkan perwakilan ibu-ibu PKK dan pemuda karang taruna, perangkat desa, kepala desa, sekretaris desa serta ketua RW. Sedangkan, untuk waktu dan tempat pelaksanaan dilakukan pada hari Rabu, 23 Agustus 2023, pukul 13.00 sd selesai di Balai Desa Menganti. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dalam tiga bentuk kegiatan dengan metode presentasi, tanya jawab, dan pelatihan.

¹¹ Dini Selasi and others, 'Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development): Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Telur Asin Di Desa Marikangen Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021, 176-88.

Dengan diadakannya sosialisasi ini, diharapkan para audiens dapat memahami dan menerapkan terkait pengembangan UMKM dengan cara memasarkan produk yang baik dan benar melalui media digital atau sering kita kenal dengan sebutan *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

Sosialisasi bimbingan UMKM mengenai *tips & trick* membangun usaha ini dilaksanakan pada hari Rabu, 23 Agustus 2023 di Balai Desa Menganti yang dihadiri oleh perwakilan ibu-ibu PKK dan pemuda karang taruna, perangkat desa, kepala desa, sekretaris desa serta ketua RW. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dan dilanjutkan pemaparan materi yang menjadi inti dari acara untuk menyelesaikan permasalahan terkait pengembangan UMKM. Sosialisasi ini dimulai dengan melakukan presentasi dan berinteraksi dengan audiens kemudian dilanjutkan pemaparan materi melalui *power point* yang sudah disiapkan. Audiens mulai memperhatikan pemaparan materi dengan seksama dan fokus. Setelah itu dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang cukup interaktif dan yang terakhir penutup. Tujuan dari adanya kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat desa Menganti agar menjadi masyarakat yang memiliki jiwa pebisnis. Tidak hanya itu, kegiatan sosialisasi ini juga dilakukan untuk memberikan motivasi kepada masyarakat khususnya ibu-ibu agar lebih produktif serta memanfaatkan potensi desa untuk dijadikan suatu usaha atau bisnis.



Gambar diatas merupakan sesi foto bersama pemateri dengan *audiens* yang dilakukan di posko Pengabdian Kelompok 120 di Dusun Gandusari, Desa Menganti, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan hasil Kegiatan yang telah dilaksanakan, berikut ini adalah bukti daftar hadir *audiens* dan sesi tanya jawab atau diskusi setelah pemaparan materi.


 KULIAH KERJA NYATA (KKN) ANGGARAN 52
 KELOMPOK 120
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
 PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 2023
 Sekretariat: Menganti RT 3 RW 4, Kec. Sruweng, Kab. Kebumen Telp: 081542292639

**DAFTAR HADIR PESERTA
BIMBINGAN UMKM
KKN KELOMPOK 120**

Hari, tanggal: Rabu, 23 Agustus 2023

NO	NAMA	DELEGASI	TANDA TANGAN
1	MUHAMMAD NUGIE M	KARANG TARUNA SS	
2	AGIL NUR AFFAN	KARANG TARUNA SS	
3	Davit Afriandono	KARANG TARUNA SS	
4	Pineang Otai P.	"	
5	Siti Nur Laelah	"	
6	Bagas Anzora Ds	"	
7	Warisah	Kader	
8	Raimah	"	
9	Parizah	RW 05 / Kader	
10	Faminah	RW 05 / Kader	
11	Wagiman	RW 05 / Pedagang	
12	Dewi Rihani	RW 05 / Pedagang	
13	Musrifah	RW 01 / Pedagang	
14	Muji Furrati	RW 01 / Pedagang	
15	Zulia Ningsih	RW 04 / Gandusari	
16	Dhika Prasetya	RW 02 / Menganti	
17	Miftahul Fatmi	RW 02 / Menganti	
18	Isran	RW 04 / Gandusari	
19	Beti Zuliana	RW 04 / Gandusari	
20	Sri Agung Tulana	RW 04 / Gandusari	
21	Linawati	RW 02 / Srd	
22			
23			
24			
25			


 KULIAH KERJA NYATA (KKN) ANGGARAN 52
 KELOMPOK 120
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
 PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 2023
 Sekretariat: Menganti RT 3 RW 4, Kec. Sruweng, Kab. Kebumen Telp: 081542292639

**DAFTAR HADIR TAMU UNDANGAN
BIMBINGAN UMKM
KKN KELOMPOK 120**

Hari, tanggal: Rabu, 23 Agustus 2023

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Luthianto	RW	
2	Vicary	RW	
3	Furwadi	RW	
4	Eko Gusanto	Kader	
5	Santoso	"	
6	Bak Prayitno	Kader	
7	Samiyo	Kader	
8	Saleh	Kader	
9	Satriano	Kader	
10	Siti Samudra	Kader	
11	Budi H	"	
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan diskusi dalam kegiatan sosialisasi ini, audien merasa sangat terbantu dan mendapatkan pemahaman lebih lanjut, serta memberikan apresiasi dan respon yang positif akan kegiatan serupa dikemudian hari. Dalam sosialisasi yang dilakukan ini dapat membantu sebuah wawasan dan pengetahuan baru yang dapat mengubah pola pikir masyarakat desa menganti. Dengan memanfaatkan beberapa peluang yang ada di daerah menganti tentu saja dapat menjadikan sebuah ide atau inovasi baru bagi masyarakat agar dapat membuka usaha baru.

Banyaknya peluang yang ada di daerah Menganti juga membawa kesan menarik bagi masyarakat seperti rebung yang dapat diolah menjadi substansi tepung terigu yang dapat

dijadikan sebagai olahan makanan mie instan. Kemudian banyaknya pohon kelapa yang ada di daerah menganti juga dapat dijadikan sebagai ide bisnis keripik bonggol pisang. Hal tersebut dalam melakukan pemanfaatan pohon pisang selain dimanfaatkan buah, daun, dan jantungnya saja, akan tetapi bonggol pisangnya juga bisa dimanfaatkan sebagai suatu olahan produk makanan.

Antusiasme yang diberikan masyarakat membawa kesan menarik tersendiri bagi para pemateri dalam menyampaikan materi dan *sharing* diskusi. Masyarakat yang begitu aktif bertanya dengan rasa ingin tahu yang tinggi membuat sesi diskusi dapat berjalan dengan lancar dan komunikatif. Pemanfaatan media digital akan pemasaran yang disosialisasikan juga membawa ketertarikan bagi audien. Berkembangnya media sosial pada laman sosial media membuka pandangan masyarakat untuk memasarkan produknya melalui laman *e-commerce* salah diantaranya yaitu shoppe dan *e-commerce*.

Pemberian semangat dan motivasi juga dilakukan untuk masyarakat dengan memberikan salah satu contoh kisah tokoh atau figur yang terkenal yaitu Bil Gate. Yang mana dalam hal ini Bil Gate sendiri memiliki pengalaman yang dapat dijadikan sebagai inspirasi yang tentu saja membuat masyarakat menjadi semakin semangat dan memiliki kemauan agar dapat memanfaatkan sebuah peluang yang ada dan memanfaatkannya menjadi sebuah ide untuk berbisnis. Pemberian kata-kata berupa motivasi dari kisah inspirasi Bil Gate juga dapat memacu semangat masyarakat agar mau membuka bisnis dari adanya peluang yang ada.

Kegiatan disukusi juga dilakukan bersamaan dengan masyarakat desa Menganti. Kegiatan ini membahas mengenai *tips & trick* membuka usaha bagi pemula, seperti cara memulai usaha yang baik dan cara memulai usaha yang menguntungkan. Masyarakat mengatakan bahwa kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN UIN Saizu Purwokerto mengenai *tips & trick* membuka atau memulai usaha yang baik di tengah era gempuran dunia global khususnya dunia yang bersampingan atau berbarengan dengan dunia teknologi sangat membantu masyarakat yang masih awam akan dunia bisnis. Masyarakat merasa berterimakasih dan bersemangat ketika membahas *tips & trick* dari adanya kegiatan sosialisasi ini.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UIN Saizu Purwokerto adalah dengan menampilkan sebuah video pemanfaatan dari adanya peluang yang ada di desa menganti salah diantaranya seperti pohon pisang, pohon kelapa, dan pohon jinitri dengan menampilkan sebuah video mengenai cara pemanfaatan dari adanya peluang tersebut. Sehingga dalam hal ini membuat masyarakat desa Menganti merasa sangat tertarik dan ingin melakukan percobaan dari adanya peluang yang ada.

Masyarakat merasa sangat puas dengan adanya sebuah penayangan contoh dari video tersebut dan masyarakat merasa sangat interaktif bertanya saat sesi penayangan video telah di putar. Dalam hal ini ditambah dengan banyaknya pohon pisang, sehingga masyarakat ingin melakukan uji coba atau eksekusi dalam pembuatan keripik bonggol pisang.

Pentingnya sebuah branding dapat disebabkan oleh kebutuhan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumen secara lebih luas. Dengan memiliki branding yang kuat, diharapkan produk yang akan dijual akan menjadi mudah dijual oleh konsumen secara spontan. Fungsi atau tujuan branding adalah sebagai

identitas yang diharapkan akan senantiasa di ingat oleh konsumen dan memiliki daya tarik yang bertahan lama di benak mereka nantinya ketika sudah pernah mengkonsumsi produk yang sudah kita branding. Keuntungan yang ditawarkan dari branding yang paling diharapkan para

produsen adalah agar produk yang ditawarkan lebih lama dikenal serta memperluas pemasarannya. Selain itu, branding yang kuat pastinya akan menarik perhatian konsumen secara meluas. Dengan sebuah branding, identitas serta ciri khas dari sebuah produk akan semakin jelas, mudah, dan tahan lama untuk di ingat oleh para konsumen.

Periklanan Digital adalah strategi Pemasaran yang menggunakan media Internet untuk mempromosikan sebuah produk kepada konsumen yang tentunya lebih efisien dan tepat sasaran sesuai dengan harpaan dan kebutuhan. Di era seperti sekarang, mempromosikan Produk di Internet merupakan salah satu langkah penting yang harus dilakukan untuk menjangkau Audiens target secara efektif. Dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial, website, dan email marketing konsumen akan lebih mudah untuk mencari dan menemukan produk yang mereka butuhkan. Hal ini tentunya tidaklah lepas dari pemanfaatan teknologi dan internet yang sedang naik daun di era seperti sekarang ini. Dalam lingkungan Digital Marketing dan Internet, mempromosikan produk menggunakan platform yang ada merupakan salah satu langkah yang sangat efisien dan efektif untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan visibilitas produk, dan mencapai target pemasaran yang lebih luas agar usaha yang sedang dikembangkan semakin meningkat. Memanfaatkan platform digital sangatlah menguntungkan bagi para pelaku usaha. Selain memberikan kemampuan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, Digital Marketing juga memberikan ruang untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen, serta bisa juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui konten yang relevan dan strategi pemasaran yang cerdas.

Keberhasilan UMKM (usaha, mikro, kecil dan menengah) merupakan bagian yang penting dalam kegiatan ekonomi Masyarakat. Terutama pada kelompok masyarakat yang masih dalam proses mengembangkan perekonomiannya. Hal ini tentunya dikarenakan UMKM sendiri sangatlah signifikan perannya dalam menunjang laju pertumbuhan ekonomi suatu Masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap UMKM di Dusun Menganti Kebuman, ditemukan beberapa permasalahan atau hambatan yang membuat laju perkembangan UMKM di desa tersebut menjadi kurang baik, terutama kurangnya pengetahuan mengenai pengembangan UMKM, termasuk metode produksi, pemasaran, dan manajemen produk yang kurang efektif dalam pelaksanaannya.

Untuk mengatasi beberapa permasalahan yang ada, penulis melakukan beberapa program sosialisasi kepada warga Dusun Menganti mengenai bagaimana cara pemasaran produk melalui *e-commerce* dan iklan produk berdasarkan branding atau identitas merek yang kuat. Dalam kegiatan ini, penulis melibatkann tiga kegiatan di dalamnya, yakni presentasi, sesi tanya jawab, dan pelatihan serta pendampingan. Dengan harapan nantinya, acara ini akan menghasilkan peserta yang memahami dan menerapkan strategi pemasaran produk yang efektif melalui *e-commerce*, serta iklan digital yang di dasarkan identitas merek yang kuat dan baik. Hal ini secara signifikan berkontribusi pada kemajuan UMKM dan pengembangannya, yang bahkan bisa sampai pada keseluruhan dari UMKM tersebut.

KESIMPULAN

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi guna meningkatkan daya saing dan produktivitas dalam berbagai sektor ekonomi. Hal ini juga dapat dijadikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, terutama bagi para pemuda yang ingin memulai karier dalam bidang kewirausahaan. Dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan berkembangnya UMKM melalui meningkatnya pendapatan serta kualitas hidup di Desa Menganti.

Dari Kegiatan Sosialisasi mengenai Pentingnya Pengembangan UMKM yang dilaksanakan di Desa Menganti, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen pada tanggal 23 Agustus 2023 di Balai Desa Menganti oleh Kelompok 120, dapat dirangkum beberapa kesimpulan. Pertama, terdapat beberapa kekurangan pemahaman dari warga Desa Menganti mengenai cara untuk mengembangkan UMKM melalui pemasaran produk yang baik dan benar. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini di adakan dengan tujuan untuk memberikan bimbingan kepada warga Desa Menganti *tips & trick* membangun usaha. Kedua, sosialisasi ini untuk memberikan motivasi kepada masyarakat

khususnya ibu-ibu agar lebih produktif serta memanfaatkan potensi yang ada untuk dijadikan suatu usaha atau bisnis. Seperti pemanfaatan bonggol pisang untuk dijadikan kripik dan rebung yang diolah menjadi tepung. Dan ketiga, memberikan pengetahuan mengenai bagaimana cara pemasaran produk melalui *e-commerce* dan iklan produk berdasarkan branding atau identitas merek yang kuat.

Proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi UMKM ini berjalan cukup lancar, karena sangat menginspirasi warga Desa Menganti mengenai bagaimana cara bisa memanfaatkan potensi desa yang ada untuk dijadikan usaha dan bisnis menguntungkan. Kegiatan ini juga memberikan pencerahan bagi para ibu-ibu yang hanya menjadi ibu rumah tangga untuk menjadi lebih produktif dan mengisi waktu luangnya sebagai sampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Atsna Himmatul, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3.1 (2022), 64–72
- Aprilia, Nila Dwi, Surryanto Djoko Waluyo, and Herlina J R Saragih, 'Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia', *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 7.2 (2021), 245–59
- Evangeulista, Gisheilla, Alferina Agustin, Guntur Pramana Edy Putra, Destiana Tunggal Pramesti, and Harries Madiistriyatno, 'Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi', *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16.1 (2023), 33–42
- Halim, Abdul, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72
- Hanan, Muflih, Permata Sofyan, Kharismatul Izzati Maula, Nur Aliyah, Rahman Damanhuri, Rinda Siaga Pangestuti, and others, 'Sosialisasi Pentingnya Pengembangan UMKM Di Dusun Babakan Banten', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.1 (2023), 236–46
- Irfan, Fahmi Muhammad, Suharto, and Hanif, 'Pengaruh Modal Usaha Dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM Dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.1 (2023), 1259–78
- Luthfa, 'Masalah UMKM Dan Solusinya', *OyIndonesia*, 2021
<<https://www.oyindonesia.com/blog/masalah-umkm-dan-solusinya>>
- Narsida, Muhammad Farras, Pandhang Ausi, and Dicky Febrian, 'Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya', *Jurnal Jumbiwira*, 2.1 (2023), 46–49
- Selasi, Dini, Khoerul Umam, Diah Rahmah, Putriani Alfiyanti, Siti Romdiyah, Lia Nurkhasana, and others, 'Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development): Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Telur Asin Di Desa Marikangen Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021, 176–88
- Widiastuti, Nur, *Ekonomi Digital Di Indonesia, Peluang Dan Strategi, Seminar Nasional STIE*, 2021