ISSN: 2615-2118 (print), 2715-8020 (online)

Sosialisasi dan Pelatihan Inovasi Teknologi Informasi Berbasis Web Bagi UMKM Batik Jumputan di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan

Ahmad Sahal[1]*, Sugeng Winardi[2], Marselina Endah Hiswati[3], Irawadi Buyung[4], Aisyah Aulia Istiana Khuzaimah[5]

Prodi D3 Teknologi Informasi[1], Prodi S1 Sistem Informasi[2], Prodi S1 Informatika[3], Prodi S1 Teknik Elektro[4], Prodi D3 Teknologi Informasi[5]
Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Respati Yogyakarta
[1*]ihza_asm@respati.ac.id

ABSTRAK

kehidupan, selain berdampak pada kehidupan perekonomian masyarakat juga perubahan perilaku dan kegiatan usaha serta peluang bisnis. Masyarakat industri kecil yang sering di sebut UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) dituntut untuk melakukan inovasi dalam setiap usaha supaya mampu bersaing serta beradaptasi di masa kebiasaan baru saat ini. Transformasi digital tidak bisa dihindari lagi, termasuk di dunia UMKM. "Dengan digitalisai dan internet yang semakin meningkat maka sistem digital bisa menjadi penyelamat bagi UMKM, sehingga bisa memasarkan produknya melalui online yang cakupannya sangat luas. Berdasarkan beberapa jurnal, membuktikan bahwa masih minimnya UMKM di Indonesia yang mulai merambat ke dunia online, dengan hasil penelitian hanya berkisar 20,93% UMKM yang memiliki komputer dalam menunjang usaha yang dijalankan. Meski tertera bahwa 58,82% masyarakat mampu mengoperasikan komputer secara baik, ternyata kemampuan untuk manfaat komputer guna peningkatan kualitas usaha masih dibawahnya. Pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan pendekatan dengan sosialisasi dan pelatihan mengenai teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk peningkatan pasar di era new normal bagi pelaku UMKM Batik Jumputan di celeban kelurahan Tahunan. Tujuan jangka selanjutnya adalah agar pelaku UMKM dapat pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung perkembangan dan kemajuan bisnisnya dimasa yang akan datang.

Kata kunci : *New Era; UMKM; Batik Jumputan; Teknologi Informasi*

ABSTRACT

The new normal era is the period after the Covid-19 Pandemic has hit all sectors of life, apart from having an impact on people's economic life it also changes behavior and business activities as well as business opportunities. The small industrial community, which is often called UMKM (micro, small and medium enterprise), is required to innovate in every business so that they are able to compete and adapt in the current new normal. Digital transformation is unavoidable, including in the MSME world. "With digitalisation and the internet increasing, the digital system can be a savior for MSMEs, so that they can market their products online, which has a very wide scope. Based on several journals, it proves that there is still a lack of MSMEs in Indonesia that are starting to spread to the online world, with research results only around 20.93% of MSMEs have computers to support the business they run. Even though it is stated that 58.82% of people are able to operate computers well, it turns out that the ability to use computers to improve the quality of their businesses is still below them. This community service is to take an approach with socialization and training on information technology that can be used as a means to increase the market in the new normal era for Batik Jumputan MSMEs in the Celeban Tahunan village. The next term goal is for SMEs to be able to take advantage of information technology to support the development and progress of their business in the future.

Keywords *: New Era; UMKM; Jumputan Batik; Information Technology*

1. PENDAHULUAN

Pada era informasi dapat memasuki semua aktivitas kehidupan, tak terkecuali dalam mengembangkan usaha UMKM, Batik Jumputan merupakan usaha UMKM yang ada pada kampung wisata celeban tahunan umbulharjo Kota Yogyakarta, dengan memanfaatkan teknologi informasi dapat memudahkan dalam memperlancar bisnis Batik jumputan mulai dari produksi, promosi dan pemasaran, sehingga sangat membantu masyarakat dalam menunjang perekonomian lebih lagi pada masa new normal. Tujuannya adalah membuat suatu sistem aplikasi penjualan Batik Jumputan secara online dengan pengelolaan tetap secara offline namun bisa terhubung antara online dan offline, dengan demikian memudahkan pengelola penjualan online dalam mengidetifikasi data produk, penjulan dan pembeliaan yang mereka kelola dalam bisnis Batik jumputan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha dengan jumlah cukup besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM memiliki permasalahan diantaranya modal yang terbatas, urusan perizinan, rendahnya kesadaran membayar pajak, kurangnya inovasi, dan gagap teknologi. Salah satu keunggulan UMKM yang utama adalah kemudahan dalam mengadopsi inovasi dalam bisnis, keunggulan lainnya adalah faktor hubungan antar karyawan karena lingkupnya lebih kecil, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis.

Topik mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat atau penelitian yang terkait UMKM sudah banyak dilakukan diantaranya: Pandemi Covid-19 berdampak ke segala sektor, dirasakan secara signifikan oleh para pelaku UMKM. Menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Kondisi pandemi ini menuntut UMKM untuk kreatif melakukan bisnis dengan metode baru.

Kalangan industri usaha terus dituntut untuk melakukan inovasi usahanya agar dapat bertahan dan bersaing di masa adaptasi kebiasaan baru serta era transformasi digital. Keadaan saat ini memang berat, transformasi digital pun menjadi sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindari, termasuk di dunia UMKM. UMKM masih banyak yang belum memanfaatkan komputer sebagai penunjang dalam pengembangan usahanya menjadi salah satu kendala untuk menginjaki dunia online.. Hal ini juga yang terjadi pada UMKM di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan Yogyakarta.

Peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja sangatlah besar, karena dapat dilihat dari perkembangan UMKM yang terus menerus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut juga akan mempengaruhi tingkat penyerapan tenaga kerja. (Roswita, et al., 2017). Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan dilakukan melalui kurikulum pendidikan yang terintegrasi dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi. Selain itu, pengembangan pendidikan vokasi dengan penguatan pendidikan kewirausahaan dapat menciptakan wirausahawan baru yang memiliki kompetensi dan daya saing.(Permana, S. H.(2017). Pertumbuhan UMKM yang membaik dari tahun ke tahun UMKM terbukti telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. (Gunartin, 2017). Faktor Kelembagaan, seperti pada sektor kuliner, musik, pada faktor Infrastruktur dan teknologi seperti pada sektor kerajinan, permainan interaktif. Dan factor pemasaran seperti sektor kuliner, kerajinan, fashion, musik maka perlu adanya sinergi untuk bekerjasama antara semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan swasta.(Amin, et al., 2017)

Kegiatan PKM Sosialisasi Pelaksanaan dalam memberikan pelayanan dan pemahaman tentang peranan Manajemen Organisasi terhadap UMKM dalam memajukan pertumbuhan perekonomian dari materi yang telah diberikan kepada masyarakat setempat dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan waktu dan tempat yang telah direncanakan sebelumnya dengan hasil 100% pelaksanaan. Strategi Pengembangan UMKM telah memberikan pemahaman baru oleh masyarakat sekitar yang berada di daerah Tawangsari, sehingga masyarakat setempat ada tambahan wawasan dan mengetahui kompetensi guna untuk usaha dalam mendorong pertumbuhan perekonomian daerah.(Sumadi, 2020). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga mampu memperkecil jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin. Perhatian pemerintah terhadap pentingnya peran dan keberadaan para usahawan UMKM dibuktikan dengan adanya wadah UMKM dan Koperasi berada di bawah Kementerian Koperasi dan UMKM. Perhatian yang tinggi tersebut diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut sebagai wujud penghargaan pemerintah yang mampu menopang keberadaan ekonomi rakyat kecil dan berdampak langsung terhadap tingkat kehidupan masyarakat kalangan bawah sehingga kesejahteraan masyarakat dapat terus meningkat. Selain itu, peran UMKM juga sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil yaitu: a). sebagai salah satu sarana untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan. b). sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil. c). Memberikan pemasukan devisa bagi negara. Kadeni, Srijani, N. (2020). Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana kondisi UMKM terkait pandemi Covid-19 dengan menggunakan Analisis Sosial Media. Hasil yang diperoleh setelah dilakukan survei, mayoritas pelaku usaha mendapatkan efek negatif akibat pandemi. Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari penelusuran berbagai medias social dengan kombinasi penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pada masa pandemic terjadi penurunan penjualan dan adanya kendala manajemen serta produksi. Di sisi lain, ditemukan bahwa umumnya untuk para pelaku usaha di bidang kesehatan terjadi peningkatan penjualan. (Diah, et al., 2020).

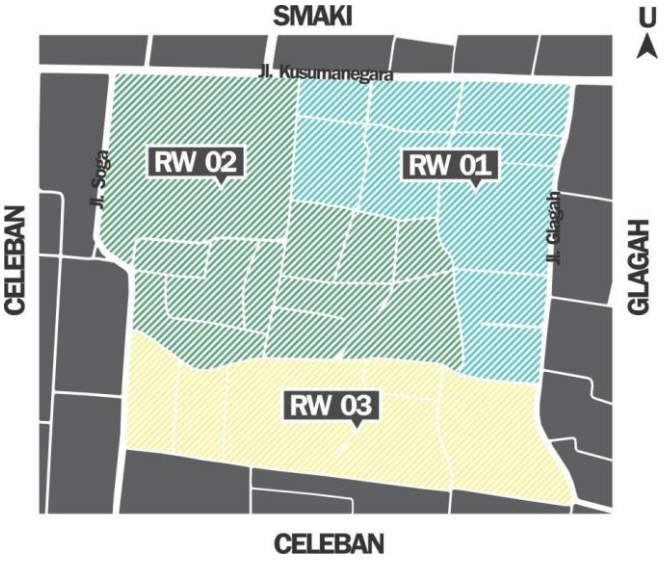
Basry & Sari (2018) mengatakan bahwa dalam usaha meningkatkan produktifitas dan efisiensi dari UMKM, dapat memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Pengaruh positif pada UMKM dapat menikmati berbagai keuntungan dari penggunaan TIK diantaranya dapat melakukan komunikasi secara cepat, meningkatkan produktifitas, membangun peluang bisnis baru, dan mereka juga dapat terhubung ke jaringan global dengan jangkauan secara internasional. TIK juga dapat membantu UMKM dalam penghematan pengeluaran biaya operasional. (Zaelani, 2019) mengatakan bahwa bisnis perlu mengatasi masalah kepercayaan seputar inovasi dengan mencapai implementasi yang efektif dan sukses yang memungkinkan setiap orang mendapat manfaat. Pemerintah harus memastikan bahwa keuntungan dari inovasi akan berdampak secara luas di seluruh masyarakat untuk mencegah ketidaksetaraan sosial antara yang terkena dampak dengan tidak terpengaruh oleh perkembangan ini. Untuk meningkatkan kekuatan digitalisasi, pemerintah perlu mengatasi persoalan ini di tingkat pendidikan, serta dalam bisnis termasuk pada model pelatihan yang berpusat pada pengembangan keterampilan kreatif, sosial dan emosional. Pengembangan inovasi akan lebih produktif daripada pekerja manusia untuk tugas yang berulang. (Achmad, et al., 2020) mengatakan bahwa pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk UMKM yang mengalami dampak pandemi COVID-19. (Yuwana, 2020) mengatakan bahwa penerapan pemasaran dan transaksi secara digital memberikan pengaruh positif pada keberlangsungan UMKM dengan tetap memperhatikan aturan social distancing, sehingga dianggap perlu untuk diterapkan di tengah Pandemi Covid-19. Selain itu, perlu dukungan pemerintah dalam hal percepatan revitalisasi digitalisasi pada UMKM, baik dari segi kebijakan maupun keberpihakan program untuk UMKM. Sistem

pemasaran digital menyediakan platform jual beli secara daring, agar memudahkan proses transaksi, sehingga pembeli dapat berinteraksi dengan pemilik UMKM untuk melakukan transaksi secara langsung. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang memproduksi berbagai jenis makanan untuk dijual di kios pelaku UMKM.(Wika Undari, et al., 2021). (Buyung, et al., 2021). Mengatakan : Metode analisis SWOT terdiri dari pengambungan unsure kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Hasil penelitian menemukan bahwa UMKM dapat menerapkan strategi pemasaran S-O dengan melakukan inovasi pada produk, membuat ciri khas produk berdasarkan klaster wilayah dan memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi juga penjualan produk agar lebih dikenal oleh konsumen diluar klaster wilayah. Pemasaran dengan strategi W-T menuntut bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan hasil produk pada daerah lain diluar kalsterisasi agar kiranya produk dikenal tidak hanya pada lingkungan klaster tersebut.

2. PERMASALAHAN MITRA

Kelurahan Tahunan terdiri dari 12 RW dan 50 RT dibagi menjadi 3 kampung yaitu Kampung Tahunan, Kampung Wirogunan dan Kampung Celeban. Kampung Tahunan terdiri dari 3 RW (1, 2 dan 3), Kampung Celeban 6 RW (4, 5, 6, 7, 8 dan 12) dan Tempel Wirogunan terdiri dari 3 RW (9, 10 dan 11).

Utara : Kelurahan Semaki
Timur : Kampung Glagah
Selatan : Kampung Celeban
Barat : Kampung Celeban



Gambar 1. Denah Kelurahan Tahunan

Pelaku UMKM yang ada di kelurahan Tahunan kebanyakan usaha Batik Jumputan. Penghasilan perbulan tiap UMKM bervariasi diantara Rp. 200.000 sampai 10.000.000. Besarnya gap penghasilan pelaku usaha UMKM yang ada, untuk memudahkan dalam klasifikasinya dibagi menurut skala usaha yaitu besar, sedang, kecil. Skala usaha kecil dengan penghasilan antara 200.000 sampai 2.000.000. Skala usaha sedang dengan penghasilan diatas 2.000.000

sampai 5.000.000. Skala usaha besar dengan penghasilan diatas 5.000.000. seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kelompok dan Skala Usaha UMKM di Kelurahan Tahunan

No	Kelompok Usaha	Skala Usaha			Jumlah Total
		Besar	Sedang	Kecil	
1	Batik Jumputan	0	3	2	**5**
2	Kuliner	0	3	2	**5**
3	Pakaian	0	1	5	**6**
4	Sembako/Kelontong	0	3	2	**5**
5	Transportasi	0	3	0	**3**
Jumlah Total		**0**	**13**	**11**	**25**

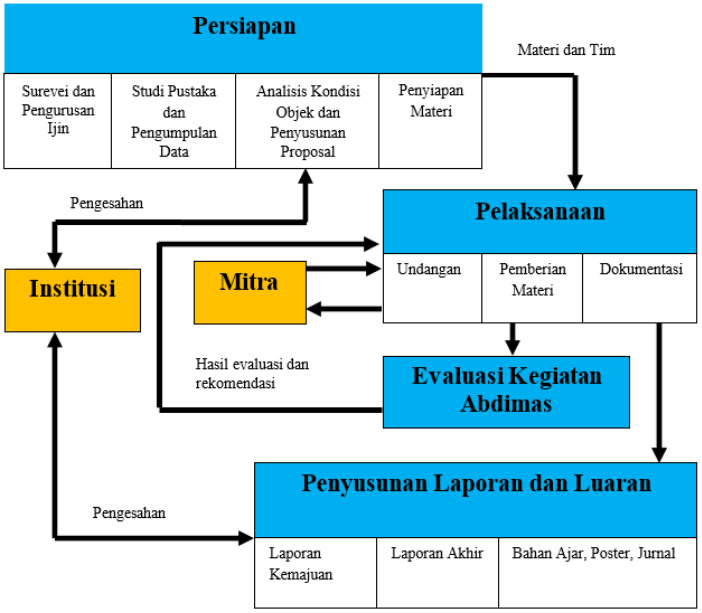
Berdasarkan studi pendahuluan dan analisis situasi di lapangan cukup banyak masalah yang dialami oleh UMKM, dimana yang yang menjadi fokus dalam kegiatan abdimas ini adalah banyak UMKM Batik Jumputan yang tidak memiliki laporan keuangan, kemampuan UMKM sangat rendah untuk menggunakan teknologi informasi, dan permasalahan pemasaran.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan secara berkelanjutan sekali dalam seminggu. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk memudahkan koordinasi dan memudahkan dalam transfer keilmuan.

a. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui empat tahap/alur mekanisme. Tahap pertama adalah persiapan yang menghasilkan materi dan proposal. Tahap kedua adalah pelaksanaan yang menghasilkan dokumentasi. Tahap ketiga adalah evaluasi yang menghasilkan rekomendasi. Tahap keempat adalah penyusunan laporan dan luaran yang menghasilkan laporan kemajuan, laporan akhir, bahan ajar, poster dan jurnal. Mekanisme pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat digambarkan seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Mekanisme Pengabdian Kepada Masyarakat UMKM Batik Jumputan

Dalam pelaksanaan, peserta diundang oleh tim bekerjasama dengan Ketua Kampung Celeban Kelurahan Tahunan sebagai mitra agar peserta menghadiri kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Pada saat pelaksanaan, peserta diberi semua fasilitas yang telah disediakan. Pemateri menyampaikan bahan-bahan yang akan dicobakan/dipraktekkan sampai batas tertentu, selanjutnya peserta akan mencobakan berdasarkan materi yang telah diberikan. Setiap selesai satu sesi akan dilakukan sesi tanya jawab.

b. Personil Pelaksanaan Kegiatan

Personil kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk Sosialisasi dan Pelatihan Inovasi Teknologi Informasi bagi UMKM di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan terdiri atas 4 orang dosen (Ahmad Sahal, S.Kom, M.Cs , Sugeng Winardi, S.Kom, M.T, Marselina Endah Hiswati, S.T, M.Cs dan Ir Irawadi Buyung, M.T) dan melibatkan 1 mahasiswa sebagai pendamping (Aisyah Aulia Istiana Khuzaimah).[5]

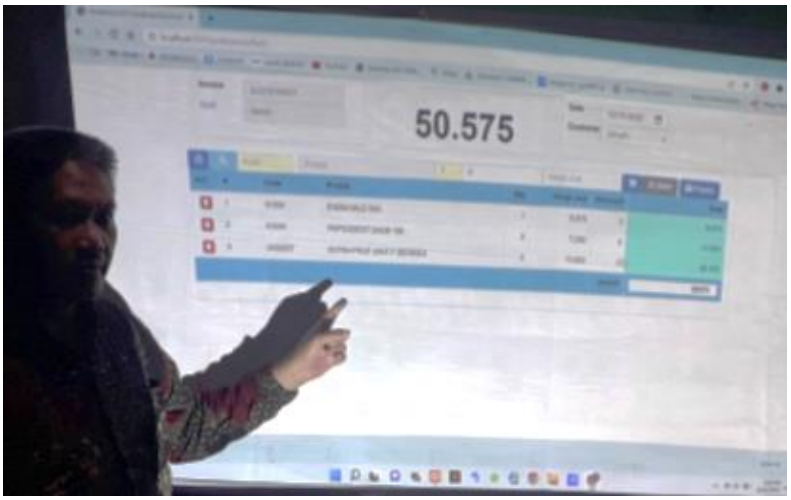
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan inovasi teknologi informasi bagi UMKM Jumputan dengan masih diberlakukannya PPKM untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pelaksanaan kegiatan mengalami penyesuaian tersebut, berdasarkan kebijakan lingkungan tempat kegiatan yang disesuaikan dengan kondisi psikologi dari pelaku UMKM Jumputan. Jumlah peserta dibatasi, tempat pelaksanaan kegiatan mengalami perubahan dan berpindahan berdasarkan kesepakatan dengan peserta yang menjadi sasaran. Jumlah jam kegiatan terpaksa harus dipangkas karena tidak boleh lama-lama berkumpul. Jumlah peserta maksimal 10 sampai 17 orang. Tempat pelaksanaan diatur sedemikian rupa yang bisa memenuhi prokes.

Dengan berlatar belakang peserta kegiatan abdimas ini, maka perlu suatu strategi untuk menyederhanakan pemahaman sehingga daya serap bisa lebih optimal. Suasana kegiatan harus selalu dijaga agar tercipta keakraban dan dalam kondisi kondusif.

a. Sosialisasi dan pelatihan

Sosialisasi dan pelatihan peserta dilaksanakan pada 2 (dua) pelaksanaan kegiatan agar peserta lebih paham dan mengerti pada saat pelaksanaan pelatihan yang penuh dengan peralatan teknologi informasi. Penyampaian materi pelatihan dilakukan secara perlahan bernuansa orang awam yaitu dengan LCD yang dapat menampilkan sistem informasi berupa perangkat lunak. Proses pelaksanaan kegiatan abdimas saat sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar



Gambar 3. Kegiatan Abdimas Saat Sosialisasi dan Pelatihan

Gambar 4. Suasana keakraban Saat Kegiatan Abdimas

Gambar 5. Suasana keakraban Saat Kegiatan Abdimas

Gambar 6. Suasana keakraban Saat Kegiatan Abdimas

b. Materi Pelatihan

Pelaksanaan abdimas untuk UMKM ini, dibagi menjadi dua tahap, sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi adalah pengenalan kepada para peserta mengenai kegiatan abdimas agar peserta dapat menyiapkan diri. Pelatihan merupakan materi inti yang harus dikuti oleh peserta dengan langsung mencobakan sesuai pedoman yang telah disampaikan oleh tim pengabdi.

1) Sosialisasi untuk pemanfaatan teknologi untuk perkembangan usaha tahap 1
   Pada kegiatan ini dilakukan dengan sosialisasi kegiatan abdimas dan rangkuman materi yang akan disampaikan, sosialisasi starategi UMKM menghadapi era new normal atau era kebiasaan baru. Penyajian materi dilakukan dengan presentasi di depan para peserta dilanjutkan dengan diskusi ringan.
2) Sosialisasi konsep dan pemanfaatan teknologi informasi bagi kemajuan usaha tahap 2
   Pada kegiatan ini disampaikan manfaat teknologi informasi bagi perkembangan bisnis dan UMKM Jumputan, umpan balik peserta abdimas. Penyajian dilakukan dengan memberi menjalankan program aplikasi yang sudah disiapkan disertai dengan contoh-contoh dan sekaligus memberi kesempatan peserta untuk berdiskusi mengenai usaha yang dilakukan.
3) Pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi informasi
   Pada kegiatan diberikan materi mengenal aplikasi untuk penyusunan laporan keuangan dan mendemokan aplikasi yang telah disiapkan dapat secara otomatis menampilkan laporan keuangan berdasarkan transaksi yang sudah dilakukan.
4) Pelatihan pemanfaatan media Sosial sebagai media pemasaran
   Pada kegiatan ini diberikan materi sekaligus demo mengenai pengantar umum tentang media sosial yang mendukung berupa Facebook dan Whatsup yang biasa dilakukan masyarakat sehari-hari agar mereka lebih familier dengan media sosial tersebut.
5) Pelatihan pembuatan video pemasaran
   Pada kegiatan ini diberikan materi sekaligus demo mengenai strategi membuat konten marketing video, cara membuat video marketing dengan memanfaatkan camtasia studio.

5. KESIMPULAN

UMKM Jumputan harus melakukan inovasi dalam menghadapi masa era normal berkebiasaan baru (new era). Pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi berbasis web merupakan sesuatu hal yang penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha guna keberlanjutan serta dalam menghadapi persaingan di dunia usaha khususnya UMKM Jumputan.

Pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk UMKM Jumputan perlu dilakukan dengan lebih mendalam lagi agar tingkat penguasaan software aplikasi (sistem informasi berbasis web) yang digunakan dapat menjadi lebih baik. Proses pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dengan konten video merupakan materi yang banyak diminati oleh peserta serta direkomendasi untuk dilakukan secara mendalam lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan dana hibah internal tahun anggaran 2022 mengucapkan terima kasih kepada PPPM UNRIYO yang telah memfasilitasi pelaksananan pengabdian masyarakat. Selanjutnya kami juga mengucapakan terima kasih kepada Ketua Kampun Celeban Kelurahan Tahunan Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya. Kami juga mengucapkan terima kasi kepada seluruh pelaku usaha UMKM Jumputan di Kampung Celeban Kelurahan Tahunan yang telah berinteraksi dengan penuh semangat dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17-31.

Ananda,A.D., Susilowati, D.(2017).,Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang, *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X Jilid X Hal. 120 – 142*

Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) . *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 53-60.

Chaerani, Diah., Talytha, M. N., Perdana T., Rusyaman,E., Gusriani, N.(2020).Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan,*Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat Vol. 9, No. 4, Desember 2020: 275 – 282*

Gunartin, (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa, *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis, Vol. 2 No. 2, hal 46-55*

Hafni, Roswita., Rozali, Ahmad.(2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia., *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 77-96

Kadeni, Srijani, N.(2020),Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, ***Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya Vol 8, No 2 hal 191-101***

Permana, S. H.(2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia, *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial, Vol 8, No 1, Hal 93-103*

Romadhoni, Buyung., Akhmad, Khalid ,I., Muhsin,A.(2022).Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa, *JIMEA:Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 6 No. 3, 2022, Hal :1078-1088*

Sumadi(2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi Di Karang Anom Klaten, *Jurnal Budimas Vol 02, No 02, hal 153-157*

Undari, W., Lubis, A.,S.,(2021).Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora,Vol. 6. No.1 Mei 2021 hal: 32-38*

Yuwana, S. I. (2020). Coronanomics : Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review (JTEBR)*, 47-59.

Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia: Tantangan dan Peluang Pengembangan. *Jurnal Transborders*, 15-34.