
PENGEMBANGAN UMKM MELALUI KERJASAMA PERUSDA, SWASTA DAN LEGALITAS USAHA

I Gusti Ayu Diah Yuniti¹, Ni Putu Sukanteri², Yenny Verawati³, I Made Suryana⁴
^{1,2,3,4}Universitas Mahasaraswati Denpasar Jl. Kamboja No 11A Denpasar

diahyuniti123@unmas.ac.id, putusukanteri@unmas.ac.id, yenny_verawati@yahoo.com, decksuryana@gmail.com

Abstrak

Pengabdian Masyarakat adalah bentuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini KWT Ayu Tangkas Desa Megati, Kecamatan Selemadeg Timur, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Permasalahan terbatasnya jangkauan pemasaran produk, legalitas usaha, lemahnya pemanfaatan teknologi informasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk UMKM Ayu Tangkas yang dihasilkan mitra dapat lebih berdaya saing. Metode yang dipakai adalah perluasan jangkauan pasar secara offline pada toko dan Perusda, serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran online melalui e-aplikasi sosial media, penggunaan merek dalam wujud stiker/label pada kemasan produk. Hasil dan dampak program ini bisa dilihat dari aspek produksi dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna berwujud alat produksi yang berupa alat cetakan bolu dengan berbagai ukuran, mesin spinner, mesin kemasan, mesin pengaduk (*mixer*). Aspek produksi mencakup inovasi varian rasa yang dilengkapi dengan kemasan serta label produk agar menarik dan mempunyai daya saing di pasaran. Pada aspek manajemen dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan transaksi keuangan untuk dapat menghasilkan pembukuan keuangan sederhana, sehingga dapat mengetahui laba rugi usaha secara terukur per periode tertentu. Pada aspek legalitas usaha yang dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan pengurusan legalitas usaha dan produk.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran, Mutu, Legalitas Usaha

PENDAHULUAN

Negara-negara lain banyak menjadikan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi isu penting sebagai motor penggerak pertumbuhan dan peningkatan ekonomi. Dinamika dan kinerja ekonomi yang sangat baik dengan laju pertumbuhan yang tinggi adalah kinerja ekonomi nasional yang ditopang kinerja UMKM yang efisien, produktif, dan berdaya saing tinggi. UMKM mempunyai peran yang sangat sentral terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional suatu negara.

Menurut Anggraeni dkk. (2013) bahwa pembangunan ekonomi suatu daerah atau suatu negara pada dasarnya merupakan interaksi dari berbagai kelompok variabel, antara lain sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi dan lain-lain. Indonesia sebagai sebuah negara dimana pembangunan nasionalnya pada hakikatnya memiliki salah satu tujuan yaitu memajukan kesejahteraan umum. Adanya pengaruh positif pertumbuhan penduduk terhadap pembangunan ekonomi di mana kondisi dan kemajuan penduduk sangat erat terkait dengan tumbuh dan

berkembangnya usaha ekonomi. Penduduk disatu pihak dapat menjadi pelaku atau sumber daya bagi faktor produksi, pada sisi lain dapat menjadi sasaran atau konsumen bagi produk yang dihasilkan. Kondisi-kondisi kependudukan, data dan informasi kependudukan akan sangat berguna dalam memperhitungkan berapa banyak tenaga kerja akan terserap serta kualifikasi tertentu yang dibutuhkan dan jenis-jenis teknologi yang akan dipergunakan untuk memproduksi barang atau jasa. Di pihak lain pengetahuan tentang struktur penduduk dan kondisi sosial ekonomi pada wilayah tertentu, akan sangat bermanfaat dalam memperhitungkan berapa banyak penduduk yang dapat memanfaatkan peluang dan hasil pembangunan atau seberapa luas pangsa pasar bagi suatu produk usaha tertentu.

Untuk mendukung Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), maka pemerintah mengeluarkan kebijakan seperti, membentuk Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan di setiap Provinsi, dan Kabupaten/Kota. Kebijakan yang diambil tentu bisa memberi harapan agar ada upaya peningkatan dalam 8 (delapan) aspek, yaitu Informasi usaha, Kemitraan, Perijinan usaha, Pendanaan, Sarana dan prasarana, Kesempatan berusaha, Promosi dagang, dan Dukungan kelembagaan. Pemberdayaan UMKM selain dilakukan oleh pemerintah juga dilakukan oleh berbagai lembaga perusahaan dan pendidikan, seperti BUMN/D, Kadin, Perbankan, LSM, dan Lembaga Keuangan Berbasis Komunitas. Namun pemberdayaan tersebut dilakukan secara parsial, sehingga tidak ada koordinasi, yang pada gilirannya menimbulkan permasalahan baru, yaitu: 1) Menurunnya produktivitas, sebagai akibat UMKM focus pada pembinaan dan mengabaikan kepentingan jangka pendek; 2) Operasional tidak efisien, sebagai akibat berbagai jenis pengeluaran dana operasional yang tidak terkendali dengan baik; 3) Menurunnya kualitas, kuantitas, dan kontinuitas, sebagai akibat tidak beroperasinya system penjaminan mutu produk, dan produksi terus menerus sehingga banyak hasil produksi yang tidak terjual, yang pada gilirannya persediaan menumpuk; 4) Meningkatnya risiko kerugian; 5) Kurang memberikan social benefit, dan; 6) Menurunnya ketahanan dan

keamanan UMKM. Permasalahan lain yang timbul, yaitu: 1) masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pemahaman UMKM; 2) masih rendahnya daya saing produk UMKM; 3) masih rendahnya kualitas SDM UMKM; 4) kurang optimalnya pengembangan UMKM; 5) Rendahnya kualitas produk ekspor, dan; 6) kurangnya informasi mengenai prosedur (Arianto, 2020).

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Penurunan Omzet Pelaku UMKM dan koperasi akibat *covid-19* sangat signifikan, sejak kemunculannya di awal tahun 2020. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak oleh penyebaran virus ini. Lesunya sektor pariwisata memiliki efek domino terhadap

sektor UMKM. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus *covid-19* terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro akan berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8% (Hardilawati, 2020).

Desa Megati, Kecamatan Selemadeg Timur Kabupaten Tabanan merupakan salah satu desa dengan masyarakat bergerak dalam bidang produk olahan rumah tangga, kegiatan ini dilakukan Karena banyaknya hasil panen di daerah tersebut yang harus dipasarkan. Masyarakat umumnya bekerja sebagai petani, tetapi di luar aktivitas sebagai petani masyarakat mengolah hasil panen yang dihasilkan menjadi berbagai produk olahan tujuannya agar hasil panen tidak mengalami kerusakan pada masa simpan dalam kurun waktu yang lebih lama. Desa-desa menghasilkannya banyak produk pertanian yang dijual langsung setelah panen tanpa diolah lebih lanjut; sehingga masyarakat kehilangan potensi untuk mendapatkan nilai tambah dari produk olahan (Simatupang, 2019)

Banyaknya produk yang dihasilkan mendorong sebagian masyarakat untuk melakukan industry rumah tangga bergerak di bidang produksi makanan olahan. Di Desa megati sebagian besar masyarakat mengolah ketela, beras, ketan, pare menjadi berbagai produk olahan terutama saat menjelang hari raya dan upacara keagamaan. Dari sekian banyak masyarakat yang bergerak dalam bidang industry olahan rumah tangga hanya 10 % di antara masyarakat tersebut bergabung dalam wadah UMKM Ayu Tangkas.

UMKM ini didirikan oleh Ni Made Sri Mahayani tahun 2014, dengan tujuan merangkul masyarakat dalam wadah kelompok dan bekerjasama dalam memenuhi permintaas pasar menjelang hari raya yang biasanya terjadi lonjakan permintaan produk. Seluruh proses dilakukan

dengan cara konvensional dari proses pengolahan hingga pengemasan. Pemotongan dan penirisan dilakukan secara manual. Dalam upaya pengembangan UMKM masih memerlukan berbagai sarana penunjang produksi, peningkatan kualitas produk, dan perluasan jangkauan pemasaran. Masalah yang dihadapi oleh UMKM KWT Ayu Tangkas adalah dari segi manajemen usaha dan Pemasaran produk agar usahanya dapat bersaing di tengah era globalisasi.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk UMKM Ayu Tangkas yang dihasilkan mitra dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut. 1) Aspek pemasaran dimana terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran; 2) Aspek produksi dimana kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana. 3) Aspek keuangan dimana belum dibuat pembukuan sederhana dalam usahanya.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan serta evaluasi. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha mitra, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk KWT Ayu Tangkas meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah survei lapangan untuk mengetahui kondisi dan situasi UMKM KWT Ayu Tangkas, mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan. Tim menggali informasi tentang kebutuhan mitra dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi. Metode pemecahan masalah yang digunakan berupa pengenalan dan pelatihan pembuatan produk olahan (Istri Sri Wiadnyani, Mayun Permana, Widarta, & Kartika Pratiwi, 2019). Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Pemasaran online yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi sosial media yakni melalui aplikasi.

1. Survei

Pelaksanaan survei dilakukan dengan tujuan amenegetahui memperoleh analisis situasi UMKM KWT Ayu Tangkas di Desa Megati Kecamatan Selemadeg Timur Kabupaten Tabanan. Kegiatan ini bermaksud untuk membantu perekonomian warga didesa tersbut dengan memanfaatkan hasil petani warga sekitar (Maulana & Amelia, 2019).

2. Desain dan Penggunaan Merek

Penggunaan merek dalam memperkenalkan produk KWT Ayu Tangkas ke pasar lokal maupun pasar modern, dalam bentuk stiker/label yang ditempelkan pada kemasan. Selanjutnya edukasi dan pendampingan pada mitra dalam penggunaan desain, dan pencetakan merek yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk stiker/ label.

3. Perluasan Pangsa Pasar

Perluasan pasar melalui survei terhadap mitra UMKM sebagai outlet produk disertai sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara offline maupun online. UKMM berupa melakukan perdagangan secara *e-commerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan (Hardilawati, 2020). Skema digitalisasi yakni dengan memanfaatkan *marketplace* (perantara) dan menggunakan media sosial sebagai teknik pemasaran (Arianto, 2020).

4. Pembukuan Keuangan Sederhana

Edukasi, pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan buku keuangan secara sederhana agar mitra memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, sehingga mitra memiliki catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun penerimaan dalam periode tertentu sehingga mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu.

5. Inovasi Produk

Inovasi produk dalam produk olahan industri rumah tangga varian rasa, warna dan ukuran, serta varian kemasan. Mencoba varian rasa

yang berbeda dalam pembuatannya dan aman bagi makanan serta menarik konsumen.

6. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Penggunaan teknologi dan perlatan sederhana yang mampu menunjang proses produksi oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam peningkatan proses produksi produk industri olahan rumah tangga.

7. Legalitas Usaha

Kedua mitra PKM ini belum memiliki legalitas usaha, sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut, dan pendampingan dalam pengurusannya. Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang legalitas UMKM, mulai dari ijin usaha pendirian usaha, hingga sertifikasi produk yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan sosialisasi ini diharapkan mitra paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, dan mulai mengurus kepemilikan legalitas usahanya tersebut. Selain itu tim PKM juga melakukan pendampingan terhadap kedua mitra dalam pengurusan legalitas usaha. Dan hasilnya adalah diperolehnya legalitas usaha berupa IUMK, TDI, dan P-IRT.

8. Partisipasi Mitra

PKM Kedua mitra produk madumongso dhi. Ibu Roja'ah dan Ibu Sunarti turut berperan aktif dalam pelaksanaan program. Mitra tidak hanya menjadi objek tetapi sebagai subjek dalam seluruh kegiatan. Adapun peran aktif mitra diantaranya adalah: 1) Sebagai penyedia tempat untuk seluruh kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan; 2) Dalam penerapan pemasaran baik melalui offline maupun online; 3) Dalam penerapan teknologi tepat guna, serta menambah varian produk, dan; 4) Dalam perapian pencatatan transaksi keuangan, melalui penyusunan pembukuan sederhana.

9. Evaluasi Pelaksanaan

Program Evaluasi pelaksanaan program dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Adapun evaluasi program yang dilakukan memiliki

tujuan untuk membandingkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di desa Megati Kecamatan Selemadeg Timur Kabupaten Tabanan, mitra pada kegiatan masyarakat yaitu UMKM yang bernama KWT Ayu Tangkas. Berjumlah 15 orang berdiri tahun 2014. Kegiatan UMKM ini berbasis pada pengolahan produk hasil panen wilayah setempat. Di pasaran di pasar tradisional dalam bentuk produk olahan industri olahan rumah tangga. Produk diolah menjadi kue, kripik dan berbagai olahan dengan varian rasa.

2. Survei

Pelaksanaan survei dilakukan dengan tujuan mengetahui memperoleh analisis situasi UMKM KWT Ayu Tangkas di Desa Megati Kecamatan Selemadeg Timur Kabupaten Tabanan. Survei dilaksanakan pada anggota KWT serta lingkungan pemasaran sekitar lokasi KWT terkait informasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen terkait produk industri olahan rumah tangga. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu pada aspek produksi, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek legalitas UMKM.

3. Desain dan Penggunaan Merek

Desain dan penggunaan merek dagang merupakan salah satu identitas produk dalam memperkenalkan pada konsumen. Penggunaan merek dalam memperkenalkan produk KWT Ayu Tangkas ke pasar lokal maupun pasar Modern, dalam bentuk stiker/ label yang ditempelkan di kemasan. Selanjutnya edukasi dan pendampingan pada mitra dalam penggunaan desain, dan pencetakan merek yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk stiker/ label. Desain dibuat agar menarik peminat konsumen, sedangkan merek sebagai salah satu identitas produk yang memuat profil produk. Pada UMKM KWT Ayu Tangkas terdapat 10 macam produk yang dibuat dengan

desain kemasan sesuai dengan kondisi produk. Ada produk yang didesain kemasan plastikan, ada produk didesain dengan kemasan non plastik. Kemasan produk tersebut selanjutnya diberikan merek dalam bentuk stiker tempel.

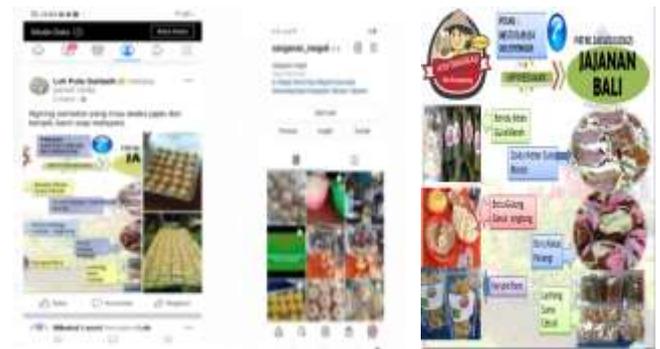


Gambar 1. Kemasan kripik dilengkapi merek dagang

4. Pengembangan Perluasan Pangsa Pasar

Perluasan pasar melalui promosi yang ditekankan pada mitra, bekerjasama dengan UMKM pada outlet atau gerai toko. Produk disertai sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Sektor ini telah terbukti memberikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang di masyarakat (Sedyastuti, 2018) kontribusi besar dan krusial bagi perekonomian Indonesia (Sofyan, 2017). Penggunaan sosial media mampu meningkatkan penjualan produksi KWT Ayu Tangkas (Dedy, 2019).

Pemasaran offline dilakukan dengan pemasaran di pasar tradisional dan masyarakat sekitar. Sedangkan pada pemasaran online dilakukan di media seperti IG dan Facebook. Dimana kedua media tersebut dapat dilakukan dengan mudah oleh anggota UMKM.



Gambar 2. Media pemasaran online produk UMKM



Gambar 3. Pameran produk UMKM di Perusda Kabupaten Tabanan

5. Pembukuan Keuangan Sederhana

Edukasi, pelatihan maupun pendampingan dalam manajemen industri rumah tangga dilakukan dengan pembuatan buku keuangan secara sederhana agar mitra mampu mengontrol keuangan pada kegiatan UMKM, serta memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, tujuannya mitra mempunyai catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun penerimaan dalam periode tertentu sehingga mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu. Pengelolaan keuangan. Kompetensi sumber daya manusia dan strategi pemasaran berpengaruh positif pada kinerja UMKM (Suindari & Juniariani, 2020).

6. Inovasi Produk UMKM

Inovasi produk dalam produk olahan industri rumah tangga varian rasa, warna dan ukuran, serta varian kemasan. Mencoba varian rasa yang berbeda dalam pembuatannya dan aman bagi makanan serta menarik konsumen.



Gambar 4. Variasi produk olahan berbahan dasar ketan



Gambar 5. Variasi produk olahan berbahan dasar singkong



Gambar 6. Olahan Pare



Gambar 7. Produk olahan berbahan dasar beras dan kelapa

7. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Penggunaan teknologi dan peralatan sederhana yang mampu menunjang proses produksi, oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam peningkatan proses produksi produk industri olahan rumah tangga. Adapun teknologi yang digunakan seperti mesin *spinner* digunakan dalam menurunkan kadar minyak dalam produk olahan, mesin *mixer* untuk mempercepat menghancurkan bumbu.

8. Legalitas Usaha

Legalitas usaha yang telah diproses selama kegiatan pengabdian pada UMKM yaitu pengurusan ijin produksi, dilakukan disertai rangkaian kegiatan penyusunan kesehatan dan keamanan pangan dari Dinas Kesehatan setempat, sosialisasi pentingnya ijin usaha dalam pemasaran dan perluasan usaha, hingga sertifikasi produk UMKM oleh dinas perijinan setempat. Dengan sosialisasi ini diharapkan mitra paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, hasil yang dimiliki oleh mitra P-IRT dan surat keterangan kesehatan pangan.

9. Evaluasi Pelaksanaan

Program dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Evaluasi program yang dilakukan untuk mengetahui penguasaan ketrampilan, pengetahuan dan sikap dimiliki oleh masing-masing mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang dihadapi oleh anggota UMKM.

KESIMPULAN

Program kegiatan Pengabdian pada UMKM KWT Ayu Tangkas telah berhasil dengan baik, dimana ibu-ibu KWT Ayu Tangkas sangat antusias dalam mengikuti setiap kegiatan pelatihan. Pelatihan terhadap mitra antara lain dari aspek produksi, aspek manajemen dan aspek pemasaran. Sampai dengan laporan ini sudah dilaksanakan program dalam memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada yaitu melalui sosialisasi, pendampingan pelatihan dan evaluasi terhadap seluruh kegiatan pada UMKM KWT Ayu Tangkas di Desa Megati Kecamatan Selemadeg Timur

Kabupaten Tabanan agar UMKM mempunyai pengetahuan, ketrampilan dan sikap mengembangkan industry UMKM. Akan tetapi evaluasi yang dilakukan belum sepenuhnya menjawab permasalahan yang ada mengingat masih ada keterbatasan dan hambatan dalam pemasaran hasil olahan KWT Ayu Tangkas.

REFERENSI

- Anggraeni Feni Dwi, Harjanto Imam., Hayat Ainul. (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). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Istri Sri Wiadnyani, A. A., Mayun Permana, I. D. ., Widarta, I. W. R., & Kartika Pratiwi, I. D. P. (2019). Pelatihan Pengolahan dan Pengemasan Tepung Sagu menjadi Stik Sagu Keju di Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) Desa Manukaya Kecamatan Tampaksiring Kabupaten Gianyar. *Buletin Udayana Mengabdikan Masyarakat*. <https://doi.org/10.24843/bum.2019.v18.i02.p06>
- Maulana, I., & Amelia, R. (2019). Pelatihan Pembuatan Produk olahan Hasil pertanian Mentimun Menjadi Spray Muka untuk Kecantikan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM-IKP)*. <https://doi.org/10.31326/jmp-ikp.v2i02.441>

- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Simatupang, W. (2019). Potensi Pengembangan Produk Olahan Pertanian untuk mendukung Perkembangan Pariwisata. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan*. <https://doi.org/10.24912/jmstkik.v2i2.1040>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). PENGELOLAAN KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGUKUR KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Dedy, 2019, Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Penjualan Produksi Kelompok Wanita Tani (KWT) Ayu Tangkas Di Desa Megati *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*