

## Mengembalikan Kejayaan Pasar Tanah Abang di Era Pandemi Melalui Peningkatan Kinerja Para Pedagang (UMKM)

R. Ajeng Entaresmen\*, Farah Margaretha Leon, Henik Hari Astuti, Gusti  
Dia Karima, Putri Lufiandah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jl. Kyai Tapa, No.1,  
Grogol Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440

\*Email korespondensi: raden.ajeng@trisakti.ac.id

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. UMKM menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. UMKM menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis. UMKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah. Metode pelaksanaan yang dilakukandalam kegiatan PKM ini adalah melakukan pelatihan dengan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah melalui bidang pemasaran dan keuangan. Pelatihan ini dilengkapi juga dengan contoh-contoh peningkatan kesejahteraan UMKM.

**Kata Kunci:** *SMEs, Sharia Concepts, Entrepreneurship, Marketing, Finance.*

### ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) from time to time have increased. The business people also produce various types of products. MSMEs are one of the breakthroughs in increasing economic growth in the midst of society to achieve adequate living welfare. MSMEs are the pillars of the Indonesian economy, because they help the community's economic growth. Community independence is like business people. This MSME is expected to be able to reduce the unemployment rate if you look at the fact that employment opportunities are increasingly limited and the number of workers who have not been absorbed continues to grow. The implementation method carried out in this PKM activity is to conduct training by increasing the welfare of MSMEs with sharia concepts through the fields of marketing and finance. This training is also equipped with examples of improving the welfare of MSMEs.*

**Keywords:** *SMEs, Sharia Concepts, Entrepreneurship, Marketing, Finance.*

## PENDAHULUAN

Pasar Tanah Abang merupakan salah satu pasar tradisional yang ikonik. Apalagi saat Idul Fitri, pasar di Jakarta Pusat selalu panas. Pasar ini menjadi salah satu objek wisata yang semakin populer di Jakarta Pusat. Berbeda dengan pasar lainnya, pasar Tanah Abang mungkin merupakan satu-satunya pasar di Indonesia yang namanya sudah mendunia. Bahkan, pasar ini juga disebut-sebut sebagai salah satu yang terbesar di Asia Tenggara. Kalau tidak, pasar yang berdiri sejak 1735 itu tidak pernah sepi sampai sekarang.

Pasar di pusat kota Jakarta ini telah menjadi pusat perbelanjaan grosir internasional. Tak heran jika pasar ini juga menjadi salah satu pusat ekonomi terbesar di Indonesia hingga saat ini. Hal ini dikarenakan letaknya yang strategis dan menyediakan kebutuhan sandang yang lengkap. Hal inilah yang membuat pasar Tanah Abang tidak pernah sepi dan berperan penting dalam perekonomian kota Jakarta. Berikut cerita tentang seluk beluk perjalanan Pasar Tanah Abang dari yang pertama hingga salah satu yang terbesar di Asia Tenggara.

Pelaksanaan Pembatasan Gerakan Masyarakat (PPKM) Tingkat 4, 3 dan 2 telah dimulai. Pemerintah menyesuaikan aturan PPKM karena jumlah kasus terkonfirmasi COVID-19 menurun. Di antaranya pabrik yang berjalan optimal, pusat perbelanjaan dan pasar juga bisa beroperasi penuh. Meski begitu, Pasar Tanah Abang, meski PPKM sudah santai, namun hingga kini, usaha para pedagang di pasar Tanah Abang belum banyak terpengaruh. Selain itu, jumlah wisatawan yang berkunjung ke pasar Tanah Abang setiap hari masih relatif rendah yaitu antara 30% hingga 35%. Meskipun 75% pedagang mendirikan toko setiap hari.

Sebagai informasi, mantan Presiden Joko Widodo mengumumkan perpanjangan PPKM hingga 6 September 2021. Penyesuaian terhadap penyakit virus corona di Jawa Bali belakangan ini ada dalam aturan PPKM level 4, 3 dan 2 yang tertuang dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) Nomor 38 Tahun 2021. Dalam hal penyesuaian, supermarket, pasar tradisional, toko kelontong dan supermarket yang menjual kebutuhan sehari-hari buka hingga pukul 21:00 waktu setempat dan dapat menampung 50% wisatawan.

Pemerintah telah memutuskan untuk memperluas tingkat PPKM Jakarta, meskipun juga telah melonggarkan kebijakan di beberapa sektor. Pasar merupakan salah satu pasar yang mengalami relaksasi aktivitas. Meski begitu, pelonggaran yang direncanakan belum dirasakan pengelola dan pedagang di pasar Tanah Abang. Artinya para trader dan pengelola secara bertahap akan merasakan efek pelonggaran tersebut, dan dia berharap kedepannya akan lebih

baik lagi, jadi tidak perlu khawatir dengan efek negatif yang dirasakan selama ini. Sementara itu, pasar yang dikelolanya masih bergejolak karena beberapa pedagang masih khawatir dengan kebijakan pemerintah dan Covid-19. Namun, kata dia, kondisinya lebih baik dari sebelumnya, meski ada perubahan pembukaan dan penutupan kios bagi pedagang di Pasar Tanah Abang.

“Semoga pemerintah juga bisa memberikan juga kelonggaran-kelonggaran dan kemudahan-kemudahan terkait ke pengunjung dan pedagang. Misal kemudahan untuk berkunjung ke Jakarta, relaksasi pajak untuk pedagang, permodalan dan kebijakan-kebijakan lainnya,”.

Dengan demikian, juga akan dilakukan berbagai upaya selaku pengelola Pasar Tanah Abang untuk meningkatkan aktivitas perdagangan dan transaksi di wilayah yang salah satunya adalah dengan aktif menyebarkan informasi melalui kanal media sosial yang dimilikinya. Antisipasi dan upaya yg dilakukan yaitu tetap menyampaikan informasi-informasi untuk mengajak kembali konsumen berbelanja melalui sosial media. Seperti Instagram, FB dan Website. Misalnya Info.Pasartanahabang dan Palugada.tanahabang.

### **Masalah yang ingin dipecahkan**

Permasalahan utama UMKM saat ini utamanya terkait dengan kesulitan dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Serta kurangnya berbagai pelatihan dalam hal memasarkan produknya dan cara pengelolaan keuangan yang sederhana untuk para pelaku UMKM, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi para pelaku UMKM dengan konsep syariah. Dapat dirumuskan masalah, bagaimana peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah.

### **Tujuan**

Tujuannya adalah untuk dapat menyelesaikan masalah yang dirumuskan diatas, maka kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pelatihan peningkatan kesejahteraan UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan cara: Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan survei permasalahan dan dilanjutkan dengan rapat koordinasi dengan pihak UMKM yang ada di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat. Kegiatan ini diakhiri dengan evaluasi efektifitas kegiatan dengan melakukan pemantauan terhadap usaha yang akan dimulai oleh setiap kelompok UMKM.

## **MATERI DAN METODE**

Materi pelatihan yang diberikan berupa pelatihan tentang pelatihan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah terhadap pedagang Tanah Abang pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami laksanakan pada hari Rabu tanggal 27 Oktober 2021 dengan peserta adalah pelaku UMKM di Tanah Abang, di harapkan mereka memahami tentang bagaimana meningkatkan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM dari waktu ke waktu mengalami perkembangan bagus. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. UMKM menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. UMKM menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis. UMKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah (Pitri Fauziah dan Purwantoro, 2020).

Kriteria UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki masing-masing badan usaha sebagaimana rumusan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sedangkan pengelompokan berdasarkan jumlah karyawan yang terlibat dalam sebuah usaha tidak dirumuskan dalam undang-undang tersebut. Kriteria UMKM yang ditentukan berdasarkan aset dan omzet yang dimiliki dapat dilihat pada tabel di bawah ini. (Handini et al, 2019)

**Tabel 1.**

*Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet Yang Dimiliki*

No	Uraian	Aset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maksimum Rp 50 juta	Maksimum Rp 300 juta
2	Usaha Kecil	>Rp 50 jt - 500 jt	>Rp 300 jt - 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	Rp. 500 jt < 1 miliar	> Rp 2,5 miliar - 50 miliar

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

Definisi dan kriteria UMKM menurut lembaga-lembaga dunia dan negara-negara asing umumnya hampir sama dengan definisi dan kriteria yang dirumuskan di Indonesia. Definisi tersebut didasarkan pada berbagai aspek, seperti jumlah tenaga kerja, omzet, dan jumlah aset. Berikut adalah beberapa definisi yang dirumuskan oleh beberapa lembaga internasional dan negara asing. World Bank membagi UMKM ke dalam 3 kelompok dengan kriteria sebagai berikut: (Handini et al, 2019)

1. Medium Enterprise dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang, pendapatan per tahun mencapai US\$ 15 juta, dan jumlah aset mencapai US\$ 15 juta.
2. Small Enterprise dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 30 orang, pendapatan per tahun tidak melebihi US\$3 juta, dan jumlah aset tidak melebihi US\$3 juta.
3. Micro Enterprise dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 10 orang, pendapatan per tahun tidak melebihi US\$ 100 ribu, dan jumlah aset tidak melebihi US\$ 100 ribu.

Kesejahteraan dalam Islam tidak hanya terpenuhinya segala bentuk kebutuhan materi, tetapi juga menekankan pada terpenuhinya kebutuhan spiritual secara seimbang. Islam tidak mengakui pemisahan keduanya, karena tujuan syariah adalah terwujudnya kemashlahatan umat manusia baik selama hidup di dunia maupun ketika berada di akhirat kelak (Farwah, 2013).

Bauran komunikasi terdiri dari perpaduan khusus antara periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan alat pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk melibatkan konsumen, mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif, dan membangun hubungan pelanggan.” (Kotler dan Armstrong, 2018).

Menurut Farah dan Arif (2018), mengatakan bahwa dalam menunjang program pemasaran yang efektif terdapat elemen yang sangat penting, elemen itu adalah kegiatanpromosi, promosi salah satu faktor penentu tercapainya target sasaran. Promosi merupakan aspek penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai “proses berkelanjutan”. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Upaya penting lain dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan adalah melalui komunikasi pemasaran. Upaya ini dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen maupun calon konsumen (melihat perilaku konsumen dari sisi selera konsumen). Berbagai saluran komunikasi pemasaran yang sudah dimanfaatkan diantaranya melalui saluran penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta publisitas. (Farah dan Nina, 2016).

Fakta menunjukkan bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM jauh lebih banyak dibandingkan dengan tenaga kerja yang bisa diserap oleh usaha besar. Karena itu, diharapkan pelaku UMKM ini terus berperan optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat setiap tahunnya. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM mempunyai peran strategis dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan memperhatikan sisi pemasaran dan pengelolaan keuangan. Studi ini bertujuan untuk memberikan pelatihan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah.

## **Lokasi dan Waktu**

Pasar Tanah Abang lantai 12 Blok A sampai Blok G, Rabu, 27 Oktober 2021. Pelaku UMKM Pada Kondisi Pandemi Covid-19 yang melakukan pelatihan dengan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah melalui bidang pemasaran dan keuangan.

## **Metode Pelaksanaan**

Metoda yang digunakan adalah dengan mengikut sertakan secara langsung pelaku UMKM sebanyak 30 orang dari pelaku UMKM yang berbeda di Pasar Tanah Abang. Mengingat pandemi covid-19 dimana diberlakukan jarak fisik maka kegiatan pelatihan dilakukan secara daring/luring. Materi pelatihan bagaimana membuat BMC, menyiapkan ijin usaha dan memasarkan produk. Diselenggarakan juga sesi diskusi dan tanya jawab, demonstrasi dan tutorial kepada peserta pelatihan agar mereka dapat mudah menerapkan dalam mempersiapkan bisnisnya.

Kegiatan pelatihan diselenggarakan pada hari Rabu, 27 Oktober 2021, pukul 08.30-13.30 WIB. Karena kegiatan ini dilaksanakan secara luring maka kami dapat memperluas sasaran peserta pelatihan yang ditargetkan sebanyak 30 peserta. Tempat pelaksanaan pelatihan secara luring diselenggarakan di ruang training Pasar Tanah Abang lantai 12 Blok A dengan memberlakukan jarak fisik.

## PELAKSANAAN KEGIATAN

### Pelaksanaan/Realisasi Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat, terselenggara di Tanah Abang, Jakarta Pusat untuk persiapan di tanggal 27 April 2021. Pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah terhadap para Pedagang Tanah Abang. Adapun kegiatan ini dilakukan sebagai berikut :

**Tabel 2.**

*Jadwal Kegiatan PKM*

No	Kegiatan	Waktu
1.	Survey	1 Oktober 2021
2.	Rapat Pertama, penentuan kegiatan	25 September 2021
3.	Koordinasi dengan pemberi materi	3 Oktober 2021
4.	Pembuatan modul	2 Oktober 2021
5.	Koordinasi dengan Pedagang setempat	25 September 2021
6.	Pengumpulan modul	7 Oktober 2021

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data kuesioner, sebagian besar yang berjualan di pasar Tanah Abang adalah perempuan sebanyak 71.4% sedangkan laki-laki sebanyak 28.6% dengan status menikah 85.7% dan lajang sebanyak 14.3% berusia 41-50 tahun sebanyak 50.0%, 30-40 tahun sebanyak 28.6%, <30 tahun sebanyak 14.3% dan yang berusia >50 tahun sebanyak 7.1%. Pelaku UMKM di Pasar Tanah Abang mengenyam pendidikan SMA 50.0%, Diploma dan sarjana masing-masing 21.4% dan berpendidikan Pascasarjana sebanyak 7.1%. Responden berjualan di Pasar Tanah Abang >10 tahun sebanyak 57.1%, 6-10 tahun sebanyak 21.4%, 2-5 tahun sebanyak 14.3% dan <2 tahun sebanyak 7.1% serta 92.9% usaha yang mereka lakukan adalah konfeksi/fashion sedangkan yang berusaha kuliner/catering sebanyak 7.1%.

Rata-rata omset penjualan UMKM di Tanah Abang <25 juta/ bulan sebanyak 50.0%, 50-100 juta/bulan sebanyak 28.6% dan 25-50 jtua/bulan sebanyak 21.4%. Berdasarkan kriteria omset Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 bahwa usaha kecil mikro maksimum omset Rp 300 juta per tahun sehingga sebagian dari pelaku UMKM di pasar Tanah Abang adalah usaha mikro dan mereka belum memiliki badan hukum 50.0% dan ada yang sudah memiliki usaha dagang sebanyak 50.0%. Karena mereka termasuk usaha mikro, pekerja yang dilibatkan dalam membantu UMKM di Tanah Abang <10 pekerja sebanyak 92.9% dan 10-20 pekerja sebanyak 7.1%.

Sebagai sarana promosi dalam berjualan mereka ada yang belum menggunakan media online dan ada yang sudah menggunakan seperti Instagra, Blibli, Facebook, Telegram, Tokopedia, Shope dan wag serta ada juga yang masih menggunakan brosur. Para pelaku UMKM juga belum menggunakan software dalam menyusun laporan keuangan. Apabila mereka membutuhkan dana para pelaku UMKM di Tanah Abang menggunakan tabungan pribadi 28.6%, pinjam ke Bank 28.6%, ada yang pinjam ke

saudara/keluarga sebanyak 21.4% dan tak jarang mereka pinjam dari supplier, pinjam online serta ada juga yang tidak melakukan apa-apa.

Kami mencoba membuat solusi pada pelatihan antara lain :

1. Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Syariah Dalam syariah peran UMKM ialah segala sesuatu kegiatan yang mendapatkan manfaat bagi orang lain misalnya membuka lapangan kerja baru yang berprinsip jujur dan tidak menzolimi pembisnis lainnya, adanya UMKM tersebut dapat membantu masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan.
2. Kerangka konseptual pelaporan keuangan Membantu DSAK IAI (Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntansi Indonesia) dalam pengembangan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) baru.
3. Menjabarkan apa itu Bisnis Model Kanvas yang terdiri dari 9 (sembilan) elemen penting dalam bisnis model kanvas yaitu: *1. customer segments, 2.value propotions, 3.channels, 4.customer relationships, 5.revenue streams, 6.key resources, 7.key activities, 8.key partners dan 9. cost structure.*
4. Edukasi pelaku UMKM. Kegiatan ini dalam bentuk seminar yang direncanakan melibatkan semua unsur dalam pelaksanaan program,
5. Pemberian Pelatihan kepada pelaku UMKM, berupa Praktek e-marketing dan e-pelaporan keuangan. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan pengetahuan akan meningkat, ketrampilan dalam pendampingan jugameningkat.

Penggunaan Businnes Model Canvas (BMC) ini dapat diterapkan baik dalam usaha kecil dan menengah secara merata untuk mengembangkan usaha serta untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukan, juga untuk menciptakan karyawan dengan skill yang lebih baik, kemudian dapat membuat usaha bertahan lebih lama. Dalam kenyataannya bidang kewirausahaan yang ada di Indonesia belum dapat memaksimalkan keuntungan usaha, hal ini dapat kita lihat dari presentase jumlah wirausaha yang ada di Indonesia yang lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya (Farah, 2016). Disamping itu masih banyak pelaku usaha di Indonesia yang masih kurang memahami cara untuk melakukan usaha/bisnis. Berkembangnya dunia bisnis di era globalisasi ini, membuat usaha menjadi lebih kompetitif, sehingga pelaku usaha perlu untuk mempelajari Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan usahanya secara maksimal, serta membuat usahanya dapat bertahan lama (Najib dan Farah, 2020).

Pedagang pakaian menata dagangannya di Pasar Tanah Abang, Jakarta. Dengan kembalinya dibuka Pasar Tanah Abang penjual mengeluhkan pembeli yang sangat sepi akibat peraturan baru yang mewajibkan menunjukkan kartu vaksin Covid-19 saat hendak berbelanja.



Sumber : Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

**Gambar 1.**

*Masyarakat Melihat dan Belanja di Tanah Abang*

Warga melihat-lihat dan berbelanja di Pasar Tanah Abang, Jakarta. Dengan kembalinya dibuka Pasar Tanah Abang penjual mengeluhkan pembeli yang sangat sepi akibat peraturan baru yang mewajibkan menunjukkan kartu vaksin Covid-19 saat hendak berbelanja.



Sumber : Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

**Gambar 2.**

*Pekerja Menata Dagangannya di Tanah Abang*

### **Evaluasi Tingkat Hasil Ketercapaian**

Tingkat ketercapaian hasil bahwa para UMKM mendapatkan manfaat yang luar biasa dalam pelatihan ini yaitu bagaimana para peserta dapat mengetahui kiat-kiat dalam berwirausaha dengan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan konsep syariah dan dapat memberikan dampak positif dalam pelatihan tersebut.

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Dengan pelatihan ini, kami sangat berharap bisa mendapatkan bantuan dan bimbingan dari dosen juga dari Bank BNI 46, dan tidak cukup hari ini tapi akan berkelanjutan, supaya ilmunya bermanfaat untuk para pedagang dari pasar tanah abang untuk bisa bangkit dan memproduksi kembali dari Blok A sampai Blok G, sebagai pasar grosir tekstil terbesar di Asia Tenggara, sehingga nantinya bisa ekspor dengan lancar dan memperoleh kejayaan dimasa yang akan datang. Diharapkan juga para pedagang tanah abang sebagai pasar grosir tekstil terbesar di Asia bisa berinovasi dan kembali menikmati kejayaannya dengan bisa menjadi exportir handal dengan hasil yang maksimal dengan berbagai alat komunikasi baik secara on line maupun tradisional tetap menjadi pasar dambaan semua orang baik di Indonesia maupun mancanegara.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kegiatan PKM ini telah berjalan dengan baik, lancar, dan sesuai rencana. Semuanya tidak lepas berkat dukungan dari berbagai pihak. Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Pelaku UMKM Pada Kondisi Pandemi Covid-19 yang Mengembalikan Kejayaan Pasar Tanah Abang. Terima kasih kami sampaikan juga kepada Universitas Trisakti, jajaran pimpinan dan staf di Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Trisakti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Trisakti, serta seluruh Tim yang telah mendukung program PKM ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Farah Margaretha & Arief Rahmanudin. (2018). Determinant Factors of Funding at Small Medium Enterprises in Indonesia; *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2018; 3(3):240-247 (Download PDF); DOI:10.21276/sjbms.2018.3.3.5; ISSN: 2415-66671. <http://scholarsmepub.com/wp-content/uploads/2018/03/SJBMS-33-240-247-c.pdf>
- Farah Margaretha and Nina Supartika, (2016). Factors Affecting Profitability of Small Medium Enterprises (SMEs) Firm Listed in Indonesia Stock Exchange; *Journal of Economics Business and Management*. Vol.4, No.2, February 2016. ISSN: 2301-3567, pp 132-137; DOI: 10.7763/JOEBM.2016.V4.379; <http://www.joebm.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=56&id=692>
- Farah Margaretha, (2016) The Differences of Conventional and Sharia Mutual Fund Performance; *IJEBA International Journal of Engineering, Business and Enterprises*

- Applications*, Issue 16, Volume 1 March, 2016 to May 2016 ISSN (Online): 2279-0039  
ISSN (Print) 2279-0020; pp13-16; <http://iasir.net/IJEBEApapers/IJEBEA16-109.pdf>
- Farwah, A. (2013). Faktor Sosial terhadap Kesejahteraan Islami Keluarga Muslim di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)*, 23(2).
- Fauziah Pitri dan Purwantoro; (2020). Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas (Studi pada Usaha Penggilingan Bakso di Desa Suka Maju); *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 9 No. 2. (2020). p-ISSN 2684-966; e-ISSN 2684.8503. <https://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/386>
- Handini Sri, Sukei dan Kanty Hartati, (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Penerbit CV. Jakad Media Publishing, Surabaya. ISBN 978-623-7033-50-9  
<https://buku.masuk.id/2021/04/10/pdf-buku-manajemen-umkm-dan-koperasi-optimalisasi-ekonomi-masyarakat-pesisir-pantai-terbitan-cv-jakad-media-publishing/>
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., (2018)., *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Najib Arafat dan Farah Margaretha Leon; (2020). The Effect of Self-Efficacy Financial Mediation on Factors Affecting Financial Inclusion in Small Businesses in West Jakarta; *Jurnal Ekonomi-Journal of Economic Universitas Esa Unggul*; terakreditasi Sinta 5; Vol 11 no. 1 Mei 2020 ; p.23-33; p-ISSN: 2087-8133 | e-ISSN: 2528-326X; <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/2910>

## Lampiran

### Kriteria Hasil Sebaran Kuesioner

Variabel	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin		
1. Laki-laki	8	28.6
2. Perempuan	20	71.4
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>
Status Pernikahan		
1. Lajang	4	14.3
2. Menikah	24	85.7
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>
Usia		
1. < 30 tahun	4	14.3
2. 30-40 tahun	8	28.6
3. 41-50 tahun	14	50.0
4. > 50 tahun	2	7.1
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>
Pendidikan		
1. SMA	14	50.0
2. Diploma	6	21.4

3. Sarjana	6	21.4
4. Pascasarjana	2	7.1
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>
Lama Usaha		
1. < 2 tahun	2	7.1
2. 2-5 tahun	4	14.3
3. 6-10 tahun	6	21.4
4. > 10 tahun	16	57.1
<b>Jumlah</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>
Jenis Usaha UMKM	26	92.9
1. Konfeksi/Fashion	2	7.1
2. Kuliner/Catering	<b>28</b>	<b>100.0</b>
<b>Jumlah</b>		
Lokasi Usaha	26	92.9
1. Jabodetabek	2	7.1
2. Luar Jabodetabek	<b>28</b>	<b>100.0</b>
<b>Jumlah</b>		
Nilai Penjualan/Omset per bulan	14	50.0
1. < 25 juta / bulan	6	21.4
2. 25-50 juta / bulan	8	28.6
3. 50-100 juta / bulan	<b>28</b>	<b>100.0</b>
<b>Jumlah</b>		
Bentuk Badan Ushaa	14	50.0
1. Belum Berbadan Hukum	14	50.0
2. Usaha Dagang	<b>28</b>	<b>100.0</b>
<b>Jumlah</b>		
Pekerja yang terlibat	26	92.9
1. < 10 pekerja	2	7.1
2. 10-20 pekerja	<b>28</b>	<b>100.0</b>
<b>Jumlah</b>		
Sosial media yang digunakan untuk promosi	8	28.6
1. Belum menggunakan	2	7.1
2. Bilibli	2	7.1
3. Brosur	8	28.6
4. Facebook	2	7.1
5. Instagram	2	7.1
6. Telegram	2	7.1
7. Toko pedia, shopee	<b>28</b>	<b>100.0</b>

8. Wag <b>Jumlah</b>		
Apakah telah menggunakan software dalam menyusun laporan keuangan ? Belum	28	100.0
Jika usaha anda membutuhkan dana, apa yang and alakukan?	8	28.6
1. Menggunakan tabungan pribadi	2	7.1
2. Pinjam dari supplier	8	28.6
3. Pinjam ke Bank	6	21.4
4. Pinjam ke saudara/keluarga	2	7.1
5. Pinjam online	2	7.1
6. Tidak melakukan apa-apa	28	100.0
<b>Jumlah</b>		

Sumber: Data Diolah

**Availability of Data and Material**

Not applicable

**Competing Interests / Conflict Of Interest**

The author(s) declare(s) that they have no competing interests”.

**Funding**

Not applicable