

## Peningkatan Literasi Keuangan dan Pemasaran Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Subangjaya Kecamatan Cikole Kota Sukabumi

Nuraeni<sup>1,\*</sup>, Muhamad Ikra<sup>2</sup>, Ferly Aninditya<sup>3</sup>, Muhammad Fahmi<sup>4</sup>, Arief Firman<sup>5</sup>, Lia Liliawati<sup>6</sup>, Nida Auliana Umami<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>2</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>3</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>4</sup>Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>5</sup>Ekonomi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi, 43132

<sup>6</sup>Ekonomi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi, 43132

<sup>7</sup>Ekonomi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi, 43132

\*[nur.aini@umj.ac.id](mailto:nur.aini@umj.ac.id), [muhamad.ikra@umj.ac.id](mailto:muhamad.ikra@umj.ac.id), [ferly.aninditya@umj.ac.id](mailto:ferly.aninditya@umj.ac.id), [m.fahmi@umj.ac.id](mailto:m.fahmi@umj.ac.id), [elzuhairy@polteksmi.ac.id](mailto:elzuhairy@polteksmi.ac.id), [lialiliawati5@gmail.com](mailto:lialiliawati5@gmail.com), [nidaaulia@polteksmi.ac.id](mailto:nidaaulia@polteksmi.ac.id)

### ABSTRAK

Selama masa pandemi Covid-19 ini, sektor UMKM termasuk UMKM di Subangjaya mengalami dampak yang signifikan sehingga mengakibatkan banyaknya pelaku usaha yang harus mengalami gulung tikar oleh karena jatuhnya permintaan. Volume penjualan turun terutama disebabkan karena dominasi pembeli utama produk UMKM merupakan warga sekitar Desa Bumi Agung. Hal ini terjadi karena sistem penjualan dan pemasaran yang dilakukan masih penjualan langsung (direct selling). Oleh karena itu diperlukan pengembangan digitalisasi pemasaran serta strategi penjualan yang dapat mengakomodasi penjualan yang akan memungkinkan transaksi dilakukan secara online. Dengan kemajuan teknologi tersebut, memungkinkan pembeli untuk bertransaksi jarak jauh tanpa harus datang langsung ke tempat penjual. Hal ini akan mendukung penerapan transaksi digital yang lebih efektif dan efisien dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu UMKM di Subangjaya juga memiliki kelemahan dari sisi penyusunan perencanaan dan laporan keuangan yang mengakibatkan sulitnya UMKM untuk menentukan strategi bisnis yang tepat. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk melakukan pendampingan manajemen kewirausahaan dan digital marketing untuk mendukung pengembangan usaha kelompok untuk mendukung aktivitas bisnis yang efektif dan efisien secara digital serta melatih kompetensi UMKM dalam melakukan penyusunan perencanaan dan laporan keuangan. Metode penerapan dalam kegiatan kerja ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan bimbingan sehingga diharapkan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya kemudian berdampak pada kesejahteraan pelaku UMKM. Dan pengabdian masyarakat ini direncanakan untuk dibuat draft artikel yang akan dipublikasi pada jurnal nasional agar bermanfaat bagi masyarakat luas dalam menambah referensi pengelolaan bisnis UMKM.

**Kata kunci:** UMKM, ekonomi bebas kontak, pendampingan.

### ABSTRACT

*During the Covid-19 pandemic, the MSME sector, including MSMEs in Subangjaya, experienced a significant impact, resulting in many business actors having to go out of business due to falling demand. Sales volume fell mainly due to the dominance of the main buyers of MSME products from residents around Bumi Agung Village. This happens because the sales and marketing system used is still direct selling. Therefore, it is necessary to develop digital marketing and sales strategies that can accommodate sales that will enable transactions to be carried out online. With advances in technology, it is possible for buyers to make long-distance transactions without having to come directly to the seller's location. This will support the implementation of digital transactions more effectively and efficiently in reaching a wider market. Apart from that, MSMEs in Subangjaya also have weaknesses in terms of preparing financial planning and reports which makes it difficult for MSMEs to determine the right business strategy. The community service activities carried out aim to provide assistance in entrepreneurship management and digital marketing to support group*

*business development to support effective and efficient business activities digitally as well as train MSME competencies in preparing financial plans and reports. This method of application in work activities is carried out in the form of training and guidance so that it is hoped that it will increase the understanding and knowledge of business actors to develop their business and then have an impact on the welfare of MSME actors. And this community service is planned to create a draft article which will be published in a national journal so that it is useful for the wider community in adding references to MSME business management.*

**Keywords:** MSMEs, contact-free economy, mentoring

## 1. PENDAHULUAN

Di era yang serba cepat dan penuh ketidakpastian menjadi tantangan yang harus dihadapkani oleh setiap pelaku ekonomi seperti para pekerja dan pelaku usaha. Selama 10 tahun terakhir ekonomi dunia senantiasa diguncang oleh berbagai keadaan yang tidak dapat diprediksi seperti perang dagang AS dan Tiongkok, pandemi covid-19, sampai perang antara Russia dan Ukraina. International Monetary Fund (IMF) menaksir kerugian ekonomi global akan mencapai USD 12,5 triliun atau IDR 178.750 triliun dan akan terus bertambah hingga tahun 2024. World Bank juga menyebutkan bahwa kegiatan ekonomi mengalami penyusutan pada tahun 2020 hingga 7% pada negara maju dan 2,5% pada negara berkembang, diikuti dengan pendapatan perkapita masyarakat dunia yang menurun hingga 3,6%. Dampak dari berbagai peristiwa tersebut menyebabkan perekonomian di berbagai negara terkhusus di asia mengalami perlambatan.

Di sisi lain dalam internal UMKM secara umum hampir di setiap negara memiliki kelemahan yang sama yaitu pengembangan usaha yang masih menggunakan metode konvensional, Riset yang dilakukan Delloite Access Economics menyebutkan bahwa 36% UMKM di Indonesia masih berkuat dengan pemasaran konvensional. Sedangkan, 37% UMKM hanya memiliki kapasitas pemasaran online yang bersifat mendasar seperti akses komputer dan broadband. Sisanya, sebesar 18% UMKM memiliki kapasitas online menengah karena dapat menggunakan website dan medsos. Beberapa riset lain juga menyebutkan bahwa kendala UMKM dalam berkembang adalah tidak memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola keuangan, mulai dari perencanaan keuangan sampai

membuat laporan keuangan. Kondisi-kondisi tersebut menyebabkan para pelaku usaha dituntut mampu mempertahankan bisnisnya dengan mencari berbagai alternatif yang relevan dengan perubahan yang terjadi serta kelemahan internal yang dimiliki.

Kelurahan Subangjaya, Cikole, Sukabumi merupakan suatu lokasi yang aktivitas ekonominya didominasi oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dari portal berita Republika menjelaskan bahwa kota Sukabumi tengah mengencarkan upaya verifikasi data koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hasilnya dalam tahap awal ada sebanyak 1.100 UMKM di dua kecamatan yang telah diverifikasi. Selanjutnya bagi Koperasi dan UMKM yang belum terdata di wilayah itu dapat melapor kepada pihak kelurahan masing-masing. Dengan memberikan beberapa data seperti foto serta titik koordinat lokasi usaha. Hal ini dilakukan agar target 46.000 Koperasi dan UMKM di Kota Sukabumi dapat terverifikasi. Dari pendataan ini ungkap Martin, diharapkan dapat tersedianya satu data Koperasi dan UKM yang memiliki berbagai manfaat. Misalnya menjadi dasar pengambilan kebijakan, sehingga berbagai program dari pemerintah seperti bantuan untuk UMKM bisa tepat sasaran.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa daerah Sukabumi merupakan wilayah potensial bagi sektor UMKM, hal ini tentu merupakan hal yang positif apabila dapat dimaksimalkan dan berjalan sebagaimana potensinya, akan tetapi akan menjadi hal negatif apabila potensi yang ada disia-siakan sehingga outputnya dapat menyebabkan perlambatan ekonomi bagi wilayah tersebut, belum lagi ditambah dengan persoalan-persoalan yang bersifat teknis

tapi dirasa sangat berdampak seperti kurang adanya pemerataan program pemerintah untuk setiap wilayah, serta persoalan yang bersifat internal dari UMKM itu sendiri seperti proses produksi yang masih sederhana, penyusunan perencanaan dan laporan keuangan yang belum optimal serta terbatasnya modal yang dimiliki.

Secara substansi, persoalan-persoalan ekonomi idealnya ditangani secara kolaboratif dari berbagai elemen masyarakat khususnya para akademisi yang memiliki kewajiban untuk berkontribusi atas ilmu pengetahuan yang dimiliki. Melalui workshop pelatihan pemasaran dan pelatihan laporan keuangan ini kami berharap UMKM di Kelurahan Subangjaya Kecamatan Cikole Kota Sukabumi mampu mengembangkan metode pemasaran yang lebih baik guna meningkatkan pertumbuhan usaha dan penyusunan laporan keuangan yang baik guna menopang keberlanjutan usaha. Pada puncaknya apabila yang berasal dari sisi external dan internal dapat diatasi dengan baik, harapannya bisnis yang dikelola oleh para pelaku ekonomi dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perekonomian yang lebih resilience.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang dilakukan dengan menerapkan layanan ini adalah:

Tahap Persiapan dan Sosialisasi, Tahap pertama adalah bekerjasama/berkoordinasi dengan Kepala Desa Bumi Agung untuk mendapatkan izin dan mengumpulkan anggota kelompok ibu-ibu PKK.

Tahap Diskusi melalui Focus Group Discussion (FGD), Tugas utama FGD adalah untuk memperoleh perbedaan data yang dalam interaksi peserta/pewawancara, sehingga menambah kedalaman pengetahuan. Selama fase ini, terjadi percakapan untuk mengidentifikasi masalah.

Tahap Pelatihan dan Pendampingan, Pada tahap ini digunakan metode pembelajaran, metode diskusi dan metode tanya jawab. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar (basic) atau perluasan (advance) yang disampaikan

secara lisan tentang maksud, tujuan dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta motivasi untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pada tahapan ini akan dilakukan pelatihan dan praktik promosi dan digital marketing.

**Tabel 1.** Tahap pelatihan dan pendampingan

Tahapan	Kegiatan	Metode	Prosedur Kerja
1	Pemaparan materi tentang less contact economy dan digitalisasi UMKM	Ceramah dan Studi Kasus melalui presentasi	Peserta dibekali hardcopy tentang materi yang akan diberikan Peserta akan diberikan pre-test di awal kegiatan Memberikan sosialisasi tentang less contact economy Memberikan pemahaman tentang digitalisasi UMKM
2	-Pelatihan dan praktik desain promosi pemasaran digital Pelatihan dan praktik transaksi keuangan - Pendampingan pada masa kegiatan	Diskusi, tanya jawab dan Praktik	Peserta akan praktik langsung menggunakan aplikasi

Tahap Evaluasi/Monitoring, Pada tahap akhir ini dilakukan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan melakukan post-tes. Monitoring juga dilakukan selama masa pendampingan pada masa kegiatan untuk memastikan apakah penggunaan aplikasi untuk mendukung digitalisasi UMKM telah dilakukan dengan baik.

Partisipasi Mitra: Kegiatan ini akan bekerja sama dengan Kepala Dusun Peninjauan untuk meminta izin mengumpulkan ibu-ibu PKK. diharapkan dapat memfasilitasi tempat dan hal-hal yang bersifat teknis di lapangan. Pelaksanaan program dan penilaian keberlanjutan program. Dua rencana penilaian akan digunakan untuk kegiatan ini: (a) Kuantifikasi dengan pre test dan

post test. Desain digunakan dalam mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan konseptual pada setiap tahap melakukan bisnis. (b) Refleksi atau penilaian kualitatif dilakukan melalui diskusi/monitoring materi dan tanya jawab praktik yang dikirimkan antara fasilitator materi dan peserta kegiatan.

Evaluasi juga dilaksanakan pada bulan ke-2 setelah kegiatan. Keberlanjutan program juga sangat diperlukan agar berjalannya sistem dengan konsisten dan juga tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ibu-ibu PKK

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Sesi Pertama, UMKM memberikan sedikit gambaran atau sharing tentang bisnis yang mereka jalankan mulai dari profil usaha, domisili usaha, sumber pendanaan, sampai kepada pengelolaan usaha. Dari diskusi tersebut, kami menyimpulkan bahwa proses bisnis yang dilakukan oleh para UMKM di Cikole Subangjaya masih cenderung sederhana atau tradisional, akan tetapi keberadaan UMKM di cikole subangjaya sukabumi tidak dapat dipandang sebelah mata karena data menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di desa cikole subangjaya sukabumi mengalami peningkatan yang cukup signifikan seperti yang dilansir pada laman berita portal.sukabumi.go.id bahwa Jumlah usaha mikro di Kota Sukabumi selama tahun 2022 mengalami kenaikan pesat. Kepala Bidang Penanaman Modal Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Sufiani, ketika ditemui dikantornya pada hari Rabu, 4 Januari 2023, menjelaskan bahwa pada akhir tahun lalu mencatat 5996 usaha mikro beroperasi di Kota Sukabumi. Selain itu untuk perusahaan kecil tercatat sebanyak 234, perusahaan menengah berjumlah 36 dan perusahaan besar tercatat sebanyak 21 perusahaan, sehingga total keseluruhan mencapai 6287 perusahaan. Sejumlah perusahaan tersebut mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi 25353 orang tenaga kerja. Khusus bagi usaha mikro tahun 2022 mengalami peningkatan drastis karena tahun sebelumnya hanya tercatat

sebanyak 623 perusahaan. Artinya potensi tumbuh dan berkembangnya UMKM di desa cikole subangjaya sukabumi sangat besar, hanya saja peningkatan kapabilitas masing-masing UMKM masih terbatas, sehingga diperlukan adanya program-program yang dapat membekali para UMKM untuk dapat meningkatkan kapabilitas usahanya.

Pada sesi kedua, Narasumber pertama menyampaikan materi tentang konsep bisnis, dimana pada sesi ini UMKM cikole subangjaya sukabumi dijelaskan tentang bagaimana membuat konsep bisnis yang dapat berkembang secara berkelanjutan dimana ada beberapa hal penting yang perlu dicatat bahwa siklus pertumbuhan usaha pada dasarnya dibagi menjadi 3 fase yaitu fase Intruduction, Pertumbuhan dan Kematian, oleh karena siklus bisnis akan selalu sama maka konsep bisnis yang berkelanjutan sangat penting untuk menjadi perhatian, banyak aspek yang perlu dikaji dan dianalisis agar mampu merancang konsep bisnis yang produknya diterima dan diminati oleh masyarakat, kemudian bagaimana caranya produk yang sudah diminati oleh masyarakat dapat menjadi pilihan hingga terus mengalami peningkatan yang eksponensial, hingga pada saat memasuki fase Kematian pada produk oleh karena ada produk pengganti yang lebih relevan dengan preferensi gaya hidup masyarakat, para UMKM sudah siap untuk mengantisipasi hal tersebut dengan berinovasi pada produk ataupun Business Process. Selain konsep bisnis yang menjadi aspek fundamental, pada sesi kedua ini para UMKM juga diberi pemahaman teknis seperti menghitung HPP yang tepat dan bagaimana menentukan harga jual yang strategis. Perhitungan HPP menjadi sangat penting oleh karena pengusaha dapat mengetahui secara detail mengenai jumlah biaya-biaya yang dibebankan pada saat proses produksi sampai tahap penjualan kepada customer, apabila perhitungan HPP tidak dilakukan secara tepat maka konsekuensinya adalah keuntungan yang didapat oleh pengusaha UMKM dapat menyusut karena terdepresiasi oleh biaya-

biaya yang belum diakui. Dan aspek teknis lainnya yang dijelaskan oleh narasumber pertama adalah tentang Strategi Pemasaran, dimana pada sesi ini UMKM Cikole Subangjaya Sukabumi dijelaskan tentang seperti apa penentuan segmentasi pasar yang tepat, bagaimana penyajian Display produk yang tepat, strategi penetapan harga, kualifikasi SDM pada bidang pemasaran yang tepat serta penggunaan platform atau situs E-Commerce dan Marketplace sebagai media UMKM melakukan digital marketing dan selling. Strategi Pemasaran juga merupakan suatu hal yang penting bagi keberlanjutan bisnis UMKM, karena pemasaran yang efektif akan menghasilkan pendapatan yang maksimal dan pertumbuhan bisnis yang baik.

Pada sesi ketiga, Narasumber kedua menyampaikan materi tentang pentingnya akuntansi dan penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK), pada sesi ini UMKM Cikole Subangjaya Sukabumi dijelaskan tentang teori dasar akuntansi dan penerapannya pada bisnis skala UMKM, teknis penyampaian materi sesi ini narasumber menjelaskan teori sekaligus mempraktikkan cara pencatatan transaksi, penjurnalan, posting buku besar, membuat neraca, dan tahap akhir alur akuntansi yaitu membuat laporan keuangan menggunakan software Microsoft Excel. Materi tentang laporan keuangan ini menjadi sangat penting oleh karena umumnya kelemahan yang ada pada UMKM ada pada penyusunan laporan keuangan yang tidak terstruktur sehingga kesulitan dalam membuat keputusan-keputusan strategis pada aspek keuangan seperti Perencanaan Keuangan, Mengetahui Posisi Keuangan setiap bulan, Kontrol Biaya, Pinjaman dari Bank, dan Menghitung Pajak yang perlu dikeluarkan.

Pada Hari Kedua, para UMKM diberikan pembinaan oleh para Partner Dosen Politeknik Sukabumi dimana para UMKM diberikan pembinaan teknis operasional usaha sekaligus mentoring yang akan dijalankan secara berkelanjutan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Digitalisasi UMKM adalah salah satu upaya digitalisasi pemasaran

produk UMKM oleh organisasi UMKM. Lebih mudahnya, di era teknologi yang semakin kompleks, para pelaku bisnis semakin mudah untuk mempromosikan dan menjual produknya secara online. Organisasi bisnis juga bisa menjual produknya di media sosial mencantumkan informasi lokasi pada peta yang tersedia di media sosial. Ini akan memberi pelanggan akses langsung ke lokasi. Selain itu, beberapa pelaku bisnis tidak lagi membutuhkan kios otomatis karena perubahan cara berjualan di media sosial dan e-commerce sebagai area baru.

#### 4. KESIMPULAN

Pada riset atas pengabdian masyarakat yang kami lakukan menemukan bahwa pembekalan tentang literasi keuangan menyadarkan para UMKM bahwa perencanaan keuangan dan pengelolaan keuangan merupakan titik vital suatu usaha dapat bertumbuh secara berkelanjutan atau tidak.

Dan pemahaman tentang konsep bisnis mampu menyadarkan para UMKM agar mampu mendesain bisnis mulai dari fase awal hingga fase akhir yang dapat diterima oleh masyarakat sehingga proses bisnis yang dijalankan mampu terus bertumbuh dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta khususnya kepada Lembaga LPPM UMJ yang telah memberikan dukungan sarana dan prasarana dalam menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Cikole kelurahan subangjaya Sukabumi, kami juga ingin mengucapkan banyak terima kasih partner program Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu tim dosen dari Politeknik Sukabumi yang telah membantu kami dalam mengakomodasi dan mengkoordinasikan program ini kepada UMKM di Desa Cikole Subangjaya Sukabumi sehingga program ini dapat terlaksana dengan lancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (1995). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Kementerian Negara Koperasi dan UKM, Jakarta
- Anonim. (2003). Medium Enterprise Dynamics: The Barriers Constraining on The Development of Medium-Size Enterprises. Study Report. Supported by The Asia Foundation
- Anonim. (2002). Strategi Pengembangan Iklim Usaha dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Daerah. Jurnal Ekonomi UNTAR, Vol 7 nomor 1, Jakarta. Jakarta.
- Gibb, Allan A. (1993). The Entreprenur Culture and Education. Hasibuan, Malayu. (2008). Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. Orasi Bisnis, VI(November), 95–112.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam 5(2): 363 – 382.
- Kurniawan, M., & Haryati, N. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri 6(2): 97 – 102.
- Kewirausahaan Muslim, (1996). “Mitra Usaha Kecil” Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. Majalah PINBUK
- Nasution Muslimin, (1991). Lembaga Perkreditan Pedesaan. Badan Litbang Koperasi dan PK. Departemen Koperasi dan PPK. Jakarta.
- Melati, Sari Inaya, Margunani, Saringatun Mudrikah, Lola Kurnia Pitaloka. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasarakatan. Jurnal Panrita Abdi. 2020, Volume 4, Issue 2..
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM) 1(1): 1 – 17.
- Rahmawaty, P.2012. Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Bagi Masyarakat Miskin Di Kota Yogyakarta. PKM.UNY.
- Sasongko, D., & Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E.(2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri 5(1): 46 – 53.
- Setiawan, Topan & Fanny Hendro Aryo Putro . (2021). Optimasi Ekonomi Less Contact Melalui Teknik Digital Marketing Pada Industri UMKM di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali . INTELEKTIVA: JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA E-ISSN 2686 5661 VOL 03 NO 04 NOVEMBER 2021.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Lu’ul, I. L. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. Jurnal Manajemen Indonesia 16(2): 136 – 147.
- Shabur Miftah., Maulana Heru., & Susilo Riyadi. (2015) IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS PADA TOKO PASTBRIK KOTA MALANG). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 29 No. 1 Desember 2015.
- Sondagh, Lucky. F. Penelitian Lembaga Kredit Pedesaan di Provinsi Sulawesi Utara dan Sulawesi Tenggara. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) Jakarta..
- Surya Dharma Ali, (2007). Komitmen Pemberdayaan KUBE dan Koperasi Disampaikan pada Seminar Prospek

- Usaha Kecil dan Menengah, Lembaga Usaha Pengembangan Masyarakat Jakarta.
- Tambunan Mangara, (2002). Apakah Usaha Menengah Mengalami Stagnasi. Paper Staff, Center for Economic and Social Studies (CESS)..
- Tuty Movreynta, 2008, Implementasi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Tani di Dusun III Desa Pematang Lalang.
- Usman, Marzuki (1998). Strategi Pengembangan Pembiayaan Pengusaha Kecil, Menengah dan Koperasi Menghadapi Perdagangan Bebas..
- Utami, Ratih Apri Utami, Indah Ibanah , Nurul Dwi Novikarumsari. (2021) Pendampingan Sistem Aplikasi Keuangan dan Pengembangan Promosi Digital UKM “Resep Iboe” dalam Penerapan Less contact Economy Covid-19. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Volume 5, Nomor 1, Desember 2021.
- Wediawati Besse, Rike Setiawati, Ibm Kelompok Usaha Bersama Perempuan Kepala Keluarga (KUBE-PEKKA) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Volume 30, Nomor 1 Januari – Maret 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, A. P. 2016. Literasi Digital Pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal SPIKOM 3(1): 1 – 15