

PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PRODUK MAKANAN RINGAN MELALUI DISEMINASI TEKNOLOGI

Agri Suwandi¹, Dwi Rahmalina²,
Susilawati³, Endang Rudiati^{4,5}

¹Teknik Mesin, Universitas
Pancasila, DKI Jakarta,
Indonesia.

²Magister Teknik Mesin,
Universitas Pancasila, DKI
Jakarta, Indonesia.

³Akuntansi, Universitas
Pancasila, DKI Jakarta,
Indonesia.

⁴ISMEA, DKI Jakarta, Indonesia.

⁵Ilmu Administrasi, Universitas
Muhammadiyah Jakarta, DKI
Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 18 Oktober 2022

Disetujui : 17 November 2022

Email :

agrisuwandi@univpancasila.ac.id

Abstrak

Covid-19 berdampak ke segala sektor, salah satunya sektor ekonomi. Hal ini dirasakan secara signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi. Pasalnya, menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi perlu menjadi perhatian banyak sektor, salah satunya adalah lembaga Pendidikan. Untuk membangkitkan kembali kondisi ini diperlukan solusi mitigasi dan pemulihan. Langkah mitigasi prioritas jangka pendek adalah dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform digital (*online*) atau konsep manajemen dan pemasaran *digital economy* untuk memperluas kemitraan. Upaya lainnya yaitu melalui kerjasama dalam pemanfaatan inovasi dan teknologi tepat guna yang dapat menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, proses pengolahan produk, kemasan dan sistem pemasaran serta lainnya. Pengabdian dilakukan dalam bentuk diseminasi teknologi untuk mitra berupa mesin, pelatihan alih teknologi dan pembekalan kewirausahaan, manajemen dan pemasaran dalam bentuk digital (*digital economy concept*) serta pelatihan penerapannya. Hasil dari kegiatan pengabdian diseminasi ini adalah meningkatkan produk produktivitas, kualitas dan daya saing produk, khususnya produk makanan ringan.

Kata Kunci: daya saing; UMKM makanan ringan; diseminasi; teknologi tepat guna; *digital economy*.

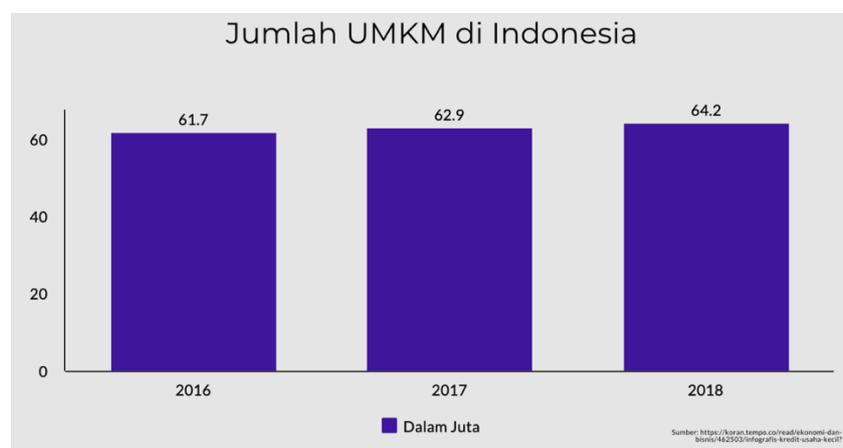
Abstract

The economic sphere is just one area where COVID-19 has an effect. The perpetrators of this economic disaster among micro, small, and medium-sized firms (MSMEs) feel this acutely. The viability of MSME has been severely impacted by the drop in consumer spending caused by the epidemic. There is a risk that the small and medium-sized business economic crisis could spread and threaten the entire economy. Therefore, many different sectors, including educational institutions, need to focus on providing guidance and aid for MSME actors throughout the epidemic. The only way to bring this situation back to life is through the implementation of preventative measures and methods of restoration. Demand-side stimulation and promotion of digital platforms or digital economy management and marketing concepts should be prioritised as short-term mitigation strategies. The quality and competitiveness of products, as well as their processing, packaging, and marketing systems, are all areas that can benefit from cooperative efforts to deploy innovative and appropriate technology. Training in digital economy concepts such as entrepreneurship, management, and marketing, as well as the diffusion of technological resources in the form of machines, are all part of the service provided. The purpose of this service is to raise product standards, boost output, and make snack foods more competitive.

Keywords: competitiveness; snack food SMEs; dissemination; appropriate technology; *digital economy*.

PENDAHULUAN

Tingkat kemandirian suatu bangsa tergambar dari jumlah pelaku wirausaha di Negara tersebut. Jumlah ideal pelaku wirausaha adalah 5% dari total populasi penduduk (BPS, 2021; Kemenperin, 2021). Indonesia di tahun 2016 memiliki 1,65% pelaku wirausaha (Primus, 2020). Salah satu wirausaha yang berkembang berasal dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan data yang dihimpun oleh Tempo (Christy, 2021), pada 2016, tercatat ada 61,7 juta UMKM di Indonesia. Jumlahnya terus meningkat, pada 2017, jumlah UMKM mencapai 62,9 juta dan pada 2018, jumlah UMKM mencapai 64,2 Juta (lihat Gambar 1). Diprediksikan bahwa pada tahun 2019, 2020 hingga 2021 jumlahnya terus meningkat, namun tahun 2020 menjadi momok yang menakutkan bagi semua pelaku usaha tanpa terkecuali UMKM.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia (Christy, 2021)

Saat ini UMKM mengalami berbagai permasalahan akibat pandemik Covid-19 geliat usaha menjadi sangat terganggu, seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan PHK buruh, hal ini menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan.

Salah satu UMKM yang terkena dampak adalah UMKM makanan ringan yang merupakan bisnis yang menjanjikan keuntungannya apabila ditekuni dengan baik. Makanan ringan kini sudah menjadi salah satu bentuk cemilan yang banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Ada beberapa hal yang dapat mendorong usaha makanan ringan menjadi berkembang, diantaranya yaitu: kualitas makanan yang baik, inovasi dalam produk maupun strategi marketing, strategi penjualan yang tepat serta menciptakan hubungan baik pada pelanggan.

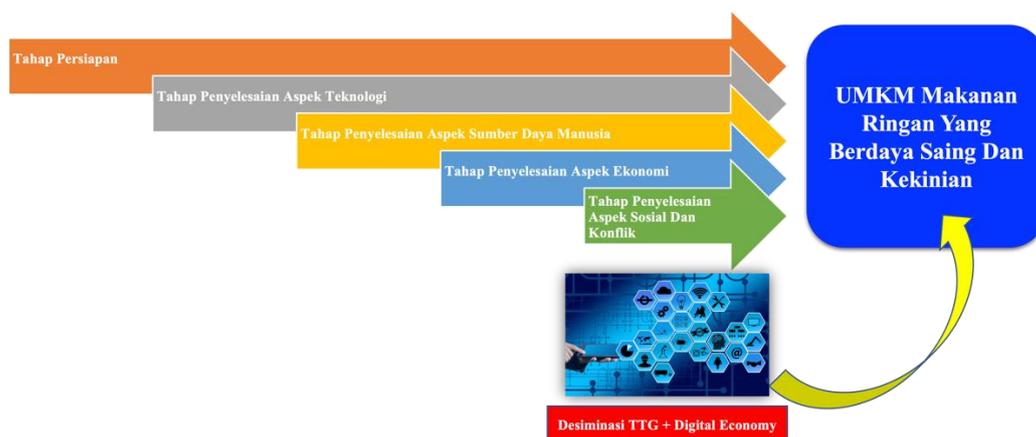
Kualitas makanan yang baik bersumber dari bahan baku yang higienis dan sehat serta proses dan pengemasan yang baik. Inovasi produk dapat berkembang jika kreatifitas yang mendukung serta dapat melihat peluang yang baik dan strategi marketing atau penjualan yang tepat dapat terlaksana jika didukung oleh teknologi terkini (Suwandi dkk., 2019, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi pengembangan teknologi tertuang dalam Bab VI Pasal 20 yang mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup (Yudhoyono, 2020).

Karakteristik pelaku usaha dalam masa pandemik Covid-19 ke masa transisi *new normal* merupakan hal yang sulit dilakukan terutama bagi pelaku UMKM. Kurangnya teknologi dan pengetahuan akan budaya baru menjadi penyebab terpuruknya usaha-usaha yang ada, khususnya yang sedang berkembang kembali dari nol. Potensi yang ada pada UMKM sebagai motor penggerak di bidang ekonomi didaerahnya, menjadi pendorong program pengabdian yang dilakukan untuk memberikan stimulasi bagi pelaku UMKM dalam berbagi ilmu, teknologi, dan pengalaman, terutama di era industri 4.0 dimana bisnis penjualan secara langsung atau “*offline*” bertransformasi menjadi *online* (Yuliani, 2021; CNBC, 2022). Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan merupakan program diseminasi teknologi untuk pelaku UMKM makanan ringan, khususnya di wilayah Cileungsi binaan *Indonesia Small Medium Enterprises Association (ISMEA)*.

METODE

Kegiatan pengabdian yang dilakukan terdiri dari 5 (lima) tahapan yaitu: persiapan, penyelesaian aspek teknologi, penyelesaian aspek SDM yang berdampak pada aspek sosial, pendidikan dan ekonomi melalui kegiatan pembekalan dan pelatihan terprogram seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan pengabdian

Berikut dijelaskan detail tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan:

- 1) **Pelaksanaan tahap persiapan.** Tahap persiapan merupakan rancangan kegiatan yang akan dilakukan sejak persiapan hingga kegiatan diseminasi dan pelatihan. Luaran dari tahapan ini adalah kesiapan program yang akan dilaksanakan baik tim pengusul maupun mitra UMKM yang terlibat langsung.

- 2) **Pelaksanaan tahap penyelesaian aspek teknologi.** Pada tahap ini dilakukan pengembangan dan pembuatan produk teknologi yang akan didiseminasikan berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan dari mitra-mitra UMKM. Kegiatan pengembangan, pembuatan serta pengujian produk teknologi dilakukan dilaboratorium dan bengkel (*Workshop*) di Program Studi Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Pancasila dengan keterlibatan dari tim pengusul, tim teknis laboratorium serta mahasiswa tugas akhir. Luaran dari tahapan ini adalah mesin pembuat adonan, mesin pencetak adonan serta mesin pengiris umbi-umbian sebanyak masing-masing 1 (satu) unit.
- 3) **Pelaksanaan tahap penyelesaian aspek sumber daya manusia.** Tahap penyelesaian aspek sumber daya manusia terdiri dari pembekalan dan pelatihan, yang melibatkan tim pengusul, mahasiswa, tim teknis laboratorium serta perwakilan dari para mitra UMKM. Adapun kegiatan pembekalan dan pelatihan yang diberikan adalah tentang penggunaan dan perawatan mesin atau produk teknologi serta disampaikan pula hal-hal yang wajib dilakukan dan diperhatikan terkait keselamatan pemakaian untuk menjaga umur mesin dan keselamatan penggunaannya, kurun waktu total kegiatan ini adalah 13 jam (materi penggunaan 5 jam dan materi perawatan 8 jam).
- 4) **Pelaksanaan tahap penyelesaian aspek ekonomi.** Pelaksanaan tahap penyelesaian aspek ekonomi dilakukan dalam total kurun waktu 6 jam (masing-masing kegiatan 3 jam) dengan kegiatan, yaitu: 1). Tahap pembekalan dan pelatihan kewirausahaan yang diberikan dalam bentuk pelatihan dan modul kewirausahaan yang berisi pembuatan rencana bisnis (penentuan harga produk, keuntungan, identifikasi pesaing, anggaran), dan pembuatan pembukuan sederhana; 2). Tahap pembekalan dan pelatihan pemasaran produk secara digital dengan langsung praktik menggunakan aplikasi sederhana pada *handphone* untuk membuat protfolio UMKM yang ditekuni. Tahapan kegiatan ini melibatkan tim pengusul, narasumber untuk kewirausahaan dan pemasaran digital, mahasiswa serta perwakilan dari para mitra UMKM. Adapun luaran yang ingin dicapai adalah kemampuan memiliki ide dan pengembangan bisnis serta pemasaran dengan teknologi digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pengelolaan ekonomi yang lebih baik menuju konsep *Digital Economy*.
- 5) **Pelaksanaan tahap penyelesaian aspek sosial dan konflik.** Tahap ini terdiri dari sosialisasi capaian mitra UMKM yang terlibat dan evaluasi capaian program diseminasi, pelatihan dan sosialisasi melalui kuesioner dan presentasi kepada mitra UMKM lainnya yang berada disekitar wilayah Cileungsi dengan kurun waktu 2 jam. Adapun tim yang terlibat adalah tim pengusul, narasumber, mahasiswa, mitra terprogram serta mitra-mitra lainnya dilingkungan wilayah binaan. Luaran dari tahapan ini adalah umpan balik dalam bentuk data pemahaman peserta, meningkatnya etos kerjasama antar pelaku bisnis, dan menurunnya gesekan antar UMKM di wilayah Cileungsi.

Pelaksanaan 5 (lima) tahapan kegiatan dengan menggunakan metode yang telah disepakati antar mitra dan tim pengusul seperti penjelasan di atas, membutuhkan partisipasi mitra dalam bentuk:

- 1) Pengiriman 6 (enam) orang perwakilan dari UMKM (total 12 orang peserta pelaku usaha), data diri untuk dapat mengikuti jadwal pelatihan dan sosialisasi hasil pelatihan.
- 2) Komitmen waktu untuk keseluruhan pelaksanaan kegiatan, dan kesiapan waktu serta tempat untuk sosialisasi hasil capaian pembelajaran dan transfer pengetahuan dan teknologi antar sesama UMKM.
- 3) Kesiapan dan kerjasama dalam keseluruhan kegiatan pengabdian dari mitra UMKM.

PEMBAHASAN

Persiapan

Pada tahap persiapan tim menyusun jadwal kegiatan pengabdian atau *time line* yang dimulai dari persiapan hingga kegiatan desimansi dan pelatihan hingga program selanjutnya. Kegiatan pembuatan mesin-mesin teknologi tepat guna dilakukan selama 4 (empat) bulan dari tahap identifikasi kebutuhan, perancangan, manufaktur hingga pengujian. Setelah mesin-mesin siap, maka selanjutnya adalah mempersiapkan materi dan narasumber pelatihan, baik pelatihan penggunaan dan perawatan mesin-mesin hingga pelatihan kewirausahaan dan digital ekonomi selama 1 (satu) bulan. Kemudian dipersiapkan narasumber yang akan memberikan pelatihan-pelatihan tersebut. Narasumber kegiatan pelatihan penggunaan dan perawatan mesin-mesin terdiri dari mahasiswa serta tenaga ahli di bidang teknik mesin yang paham akan mesin-mesin dan perawatannya. Sedangkan untuk kegiatan pelatihan dan penggunaan aplikasi digital ekonomi, diperlukan mahasiswa serta tenaga ahli di bidang ekonomi dan kewirausahaan. Kegiatan pengabdian tidak hanya berhenti sampai kegiatan desimansi dan pelatihan saja, namun dilakukan evaluasi keberlanjutan selama 4 (empat) bulan ke depan. Detail *time line* jadwal kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Time line* jadwal kegiatan pengabdian UMKM di wilayah Cileungsi

Penyelesaian Aspek Teknologi

Mesin-mesin dengan teknologi tepat guna yang didesiminasikan merupakan hasil karya mahasiswa Teknik Mesin FTUP, yang terdiri dari 3 jenis mesin, yaitu: mesin pembuat adonan, mesin pencetak

adonan dan mesin pengiris umbi-umbian seperti pada Gambar 4. Kelebihan 3 (tiga) mesin yang dirancang adalah memiliki 2 (dua) sumber penggerak, yaitu dengan motor listrik dan engkol (manual). Mekanisme engkol digunakan pada saat listrik pln padam, sehingga produksi masih tetap bisa dilakukan. Selain itu, terdapat meja yang dapat digunakan untuk posisi kerja berdiri dan dapat dilepas untuk posisi kerja duduk dilantai.



(a). Mesin pembuat adonan



(b). Mesin Pencetak Stik Keju



(c). Mesin Pengiris Umbi-Umbian

Gambar 4. Mesin-mesin dengan teknologi tepat guna yang dihasilkan

Dengan adanya mesin pembuatan adonan, maka proses pembuatan adonan untuk makanan ringan menjadi baik dan benar yang sesuai dengan standar higienis dan kesehatan, dari kapasitas 10 kg hingga 30 kg. Dalam teknologi yang ditawarkan mesin dapat mencetak beberapa adonan jenis makanan, yaitu: *cheeses stick* (stik keju), keripik bawang dan mie. Proses pemipihan adonan dengan menggunakan mesin pencetak stik keju hingga proses pencetakan adonan sesuai dengan yang diinginkan. Selain itu mesin pengiris yang dibuat dapat memberikan berbagai varian bentuk irisan. Sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan kualitas produk makanan ringan. Penerapan teknologi mesin pembuat dan pencetak adonan dilakukan melalui praktik langsung yang dilengkapi dengan *manual book* dan video petunjuk untuk menggunakan mesin-mesin tersebut.

Penyelesaian Aspek Sumber Daya Manusia

Untuk penggunaan mesin pembuat adonan meliputi: tahap persiapan sebelum digunakan, pada saat pemasukan bahan baku adonan, proses pengadukan, tahap pengeluran adonan, dan tahap pembersihan. Perawatan yang dilakukan untuk mesin pengaduk adonan adalah dengan cara pembersihan yang benar serta memperhatikan komponen-komponen yang rentan. Gambar 5, menampilkan kegiatan alih teknologi kepada UMKM mitra pengabdian.



Gambar 5. Kegiatan alih teknologi mesin-mesin tepat guna

Penggunaan mesin pencetak meliputi: tahap persiapan sebelum digunakan, tahap pemipihan adonan hingga ketebalan yang diinginkan, tahap penyetelan pisau cetak sesuai dengan kebutuhan, tahap pencetakan adonan, tahap pembersihan setelah dipakai dan memperhatikan komponen-komponen yang rentan. Untuk mesin pengiris, tahapan penggunaan terdiri dari tahap persiapan sebelum digunakan, tahap penyetelan pisau cetak sesuai dengan jenis bentuk irisan yang diinginkan, tahap pengirisan, tahap pembersihan setelah dipakai dan memperhatikan komponen-komponen yang rentan. Selain pembekalan penggunaan dan perawatan mesin disampaikan pula hal-hal yang wajib dilakukan dan diperhatikan terkait keselamatan pemakaian untuk menjaga umur mesin dan keselamatan penggunaannya.

Penyelesaian Aspek Ekonomi

Pembekalan kewirausahaan diberikan dalam bentuk modul kewirausahaan yang berisi pembuatan rencana bisnis (penentuan harga produk, keuntungan, identifikasi pesaing, anggaran), dan pembuatan pembukuan sederhana. Modul berisikan tahapan pembuatan, contoh kasus, dan studi kasus berkaitan dengan kewirausahaan yang dilakukan oleh mitra. Gambar 6, menampilkan kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital dengan aplikasi berbasis Android kepada UMKM mitra pengabdian.



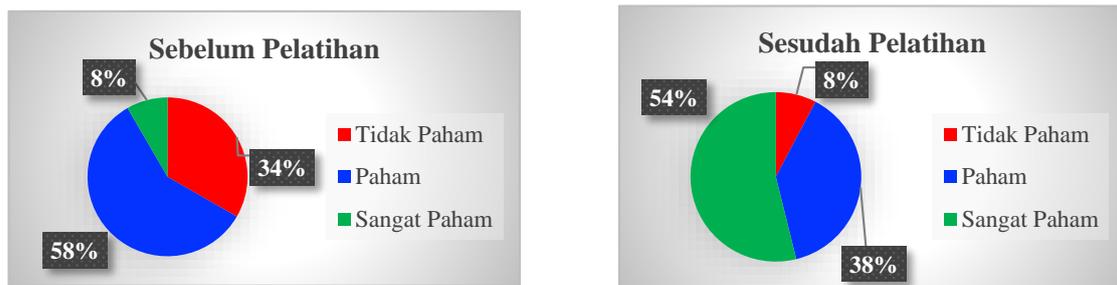
Gambar 6. Kegiatan pembekalan kewirausahaan dan pemasaran digital

Tujuan dari pembekalan kewirausahaan adalah memberikan kemampuan manajemen usaha dalam bentuk hard dan soft (*digital management*). Pembekalan teknik pemasaran digital diberikan dalam bentuk penerapan dalam aplikasi pemasaran digital yang tersedia secara gratis yang berisi pembuatan

profil usaha, pembuatan portofolio produk-produk yang dijual hingga proses *order* dan kirim. Modul berisikan tahapan pembuatan portofolio usaha pada aplikasi, contoh kasus, dan studi kasus berkaitan dengan usaha yang dilakukan oleh mitra. Tujuan dari pembekalan teknik pemasaran digital adalah agar produk dapat dikenal lebih luas sehingga dapat bersaing dengan produk lainnya. Kegiatan ini mendukung program pemerintah yaitu penerapan *Digital Economy* untuk peningkatan daya saing produk.

Penyelesaian Aspek Sosial dan Konflik

Untuk mengetahui apakah kegiatan pengabdian yang dilakukan dapat mempengaruhi pengetahuan dan keterampilan para peserta pelaku usaha, maka dilakukan analisis kegiatan dengan perangkat kuesionair terhadap kegiatan yang dilakukan. Pada Gambar 7, diperlihatkan perbedaan pemahaman peserta pelaku usaha sebelum dan sesudah pelatihan. Dapat dilihat bahwa tingkat peserta pelaku usaha yang telah memenuhi kriteria “sangat paham” meningkat dari 8% menjadi 54% sedangkan kriteria “tidak paham” turun dari 34% menjadi 8% terhadap pemahaman teknologi tepat guna, kewirausahaan serta pemasaran digital.



Gambar 7. Grafik pemahaman peserta pelaku usaha terhadap teknologi tepat guna, kewirausahaan serta pemasaran digital

Sedangkan motivasi peserta pelaku usaha akan kegiatan pemasaran secara digital atau *online* dapat dinilai meningkat, berdasarkan hasil analisis kuesionair dan observasi yang dilakukan. Berikut ditampilkan pada Gambar 8, hasil analisis kuesionair motivasi peserta pelaku usaha untuk dapat memasarkan produknya secara digital atau *online*. Dapat dilihat bahwa tingkat peserta pelaku usaha yang “termotivasi” meningkat dari 42% menjadi 92% sedangkan “tidak termotivasi” turun dari 58% menjadi 8%, hal tersebut dikarenakan pelaku usaha merupakan ibu rumah tangga yang sudah sepuh dan masih mengandalkan metode tradisional.



Gambar 8. Grafik motivasi kewirausahaan peserta pelaku usaha UMKM

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian berdasarkan hasil kuesioner, terlihat mampu meningkatkan tidak hanya pengetahuan dan keterampilan peserta, akan tetapi mampu pula memotivasi para peserta untuk dapat mengembangkan jejaring usahanya. Indikator peningkatan terlihat dari: kemampuan peserta mampu menggunakan dan merawat mesin, membuat produk dengan menggunakan mesin yang didiseminasikan, serta mampu menggunakan aplikasi pemasaran digital melalui aplikasi Android.

SIMPULAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan ini terlihat mampu meningkatkan tidak hanya pengetahuan dan ketrampilan peserta, akan tetapi mampu pula memotivasi para peserta untuk dapat berkreasi dan berusaha untuk dapat mengembangkan produk makanan ringan yang berdaya saing dan kekinian dengan memanfaatkan *platform* digital dalam pemasarannya. Indikator peningkatan terlihat dari: kemampuan peserta mampu menggunakan, mengatasi masalah serta merawat mesin-mesin yang diserahkan; kemampuan peserta membuat produk makanan yang berkualitas; serta memiliki motivasi untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang merupakan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya.

Saran

Setelah program diseminasi ini terlaksana, diharapkan kerjasama tetap terjalin dan berkelanjutan untuk hasil yang lebih optimal, dalam bentuk:

- 1). Pendampingan penerapan produk teknologi dengan varian makanan ringan yang lebih banyak, kegiatan dilakukan selama 1 (satu) bulan.
- 2). Monitoring penerapan produk teknologi secara mandiri oleh mitra UMKM, kegiatan monitoring ini akan dilakukan selama 4 (empat) bulan.
- 3). Evaluasi program diseminasi dilakukan pada bulan ke 6 (enam) untuk melakukan rekapitulasi dampak yang diakibatkan dari program kegiatan yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, B. P. S. (2021). *Perkembangan UMKM 2011-2013*. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1099/1/tabel-perkembangan-umkm.html>
- CNBC. (2022). *Swasta Dorong UMKM Melek Digital, Kemendag: Ini Tugas Bersama*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220525080627-17-341692/swasta-dorong-umkm-melek-digital-kemendag-ini-tugas-bersama>
- Firdhy Esterina Christy. (2021). *Jumlah UMKM di Indonesia*. Tempo. <https://data.tempo.co/read/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Kemenperin, H. (2021). *Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju>

- Primus, J. (2020). *Menggenjot Jumlah Ideal Pelaku Wirausaha Indonesia*. <https://money.kompas.com/read/2016/03/30/192821726/Menggenjot.Jumlah.Ideal.Pelaku.Wirausaha.In.donesia>
- Suwandi, A., Libyawati, W., & Nisa, C. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Non Ekonomi Di Lembaga Pendidikan Agama Melalui Pelatihan Pengolahan Limbah B3 Rumah Tangga Menjadi Produk Kerajinan Tangan Dengan Memanfaatkan Teknologi Tepat Guna. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 1(2), 69–74. <https://doi.org/10.24853/jpmt.1.2.69-74>
- Suwandi, A., Libyawati, W., & Nisa, C. (2020). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Non Ekonomi di Lembaga Pendidikan Agama Melalui Pelatihan Desain dengan Menggunakan Perangkat Lunak dan Teknologi Rapid Prototyping untuk Produk Kerajinan Tangan | Jurnal Pengabdian Community. *Jurnal Pengabdian Community*, 2(1), 10–14.
- Yudhoyono, S. B. (2020). *UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Yuliani, A. (2021). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media