

DIGITALISASI UMKM MELALUI PELATIHAN GOOGLE MAPS DAN PEMASARAN ONLINE

Rohim¹, Intan Erlinda², Ervina Lailatus Sholihah³, Fitrah Ramadhani Firmansyah⁴, Firra Andriani⁵.

¹) Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan
*Email: rohim.annida86@gmail.com

²) Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan
*Email: ervinals@gmail.com

³) Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan
*Email: fitrahr6@gmail.com

⁴) Program Studi Ilmu Pertanian
Universitas Jember
*Email: fitrahramadhanid@gmail.com

⁵) Program Studi Sistem Informasi
Universitas Jember
*Email: 192410101028@mail.unej.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu kekuatan ekonomi baik di berbagai negara maupun Indonesia. Namun, berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM salah satunya yaitu pemasaran. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini agar UMKM di desa Wonojati Kecamatan Jenggawah mampu bertahan bahkan maju di tengah kerasnya persaingan usaha. Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pelatihan pembuatan *Google Maps* dan Pemasaran *Online*, yaitu: *kesatu*, Observasi ke Pemerintah Desa terkait data jumlah UMKM di Desa Wonojati. *Kedua*, Kolaborasi dengan mitra (ketua dan kelompok UMKM). *Ketiga*, Pelatihan pembuatan google maps dan pemasaran online. *Keempat*, Evaluasi. Hasil dari pelaksanaan ini adalah: *Kesatu*, Lokasi UMKM terdeteksi *google maps*. *Kedua*, pelaku UMKM memiliki akun market place dan media sosial. *Ketiga*, Meningkatnya omset penjualan.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Google Maps, dan Pemasaran Online.

I. JUDUL KEGIATAN

Judul kegiatan pada program kegiatan ini adalah : Digitalisasi Umkm Melalui Pelatihan Google Maps Dan Pemasaran Online

II. ANALISIS SITUASI

Naik atau turunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah partisipasi UMKM. Menurut Pasal 33 Ayat 4 UUD 1945, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan mandiri dan berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara.

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun

sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada (Limanseto, 2021).

Besarnya jumlah UMKM di Indonesia tidak terlepas dari tantangan dan kondisi pandemi Covid-19 yang mendorong perubahan pola konsumsi barang dan jasa, menjadi motor penggerak percepatan transformasi digital. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan memengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. UMKM mampu memberikan peluang para pelaku ekonomi mikro dan kecil di masyarakat (Rohim et al., 2021)

Berdasarkan fakta diatas menunjukkan bahwa UMKM memiliki kelebihan dalam menunjang bahkan menjadi salah satu kekuatan perekonomian di Indonesia. Disamping kelebihan juga memiliki kelemahan. Suci, 2017 mengemukakan bahwa kelemahan

yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Disamping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dandesaikan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas.

Berdasarkan fakta diatas bahwa, pemasaran merupakan salah satu yang faktor berhasil atau gagalnya UMKM. Maka dari itu UMKM perlu menggalakkan pemasaran baik secara *online* maupun *offline*.

UMKM sangat penting dalam perekonomian nasional, Tambunan, 2012 memberikan alasannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jumlah UMKM yang sangat banyak dan tersebar di perkotaan

maupun pedesaan bahkan hingga di pelosok terpencil.

2. UMKM tergolong sangat padat karya, mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang besar dan peningkatan pendapatan.
3. UMKM banyak terdapat dalam sektor pertanian yang secara tidak langsung mendukung pembangunan.
4. UMKM membantu dalam menampung banyak pekerja yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah.
5. Dalam kondisi krisis ekonomi, UMKM mampu untuk bertahan, seperti yang terjadi pada tahun 1997/1998.
6. Menjadi titik awal mobilitas investasi di pedesaan sekaligus wadah bagi peningkatan kemampuan wiraswasta.
7. Menjadi alat untuk mengalihkan pengeluaran konsumsi warga pedesaan menjadi tabungan.
8. UMKM mampu menyediakan barang-barang kebutuhan relatif murah.
9. Melalui beragam jenis investasi dan penanaman modal, UMKM

mampu dan cepat beradaptasi dalam kemajuan zaman.

10. Memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi.

Penurunan jumlah UMKM dan kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia disebabkan oleh pandemi sejak 2020 lalu. Permasalahan yang dialami sebagai berikut:

1. Perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dimasa pandemi dari offline ke online
2. UMKM mengalami permasalahan tenaga kerja akibat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)
3. Hambatan distribusi produk
4. Kesulitan bahan baku produksi

Situasi pandemi COVID-19 memberikan tantangan sekaligus peluang bagi pemerintah untuk menjaga eksistensi UMKM. Tantangan diartikan, perlu adanya solusi jangka pendek untuk membantu UMKM dan pekerja yang tergabung didalamnya. Peluang diartikan, solusi jangka pendek perlu

dilanjutkan dengan solusi jangka panjang apalagi jika dikaitkan dengan era industri 4.0 yang mensyaratkan ketersediaan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi (Pakpahan, 2020).

Permasalahan tersebut juga dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Beberapa pelaku mengalami penurunan omset penjualan dikarenakan adanya kebijakan pemerintah pada masa pandemi covid-19 maupun masalah yang terjadi pada umumnya pada UMKM. Berdasarkan uraian diatas, maka kami melakukan pengabdian kepada masyarakat berkaitan dengan UMKM, yaitu digitalisasi UMKM dengan cara memberikan pelatihan *Google Maps* dan pemasaran *online*.

III. TINJAUAN PUSTAKA

a. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Usaha Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau

badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan

tahunan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan sebuah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki kriteria-kriteria tertentu.

2. Peranan UMKM

UMKM memiliki peranan penting dalam roda perekonomian di suatu negara termasuk di Indonesia. Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99%

dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Limanseto, 2022). UMKM mampu menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi pengangguran terbuka di masyarakat.

b. *Google Maps*

1. Pengertian *Google Maps*

Visualisasi data spasial pada prinsipnya adalah bagaimana menampilkan data spasial tersebut. Konsep dasar yang digunakan dalam visualisasi adalah dimensi dari data yang dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu; titik, garis (polyline) dan area (polygon). Data spasial selanjutnya divisualisasikan dalam bentuk simbol.

Dalam merealisasikan Sistem Informasi Geografis, *Google Maps* merupakan

salah satu pilihan utama dalam merealisasikan SIG tersebut. Selain memiliki API yang dapat diintegrasikan dengan beberapa teknologi, *Google Maps* juga merupakan layanan gratis yang menyediakan peta satelit dan peta hybrid.

2. Manfaat *Google Maps*

Tidak hanya berfungsi sebagai alat penunjuk peta atau rute, fitur yang dihadirkan di aplikasi *Google Maps* bisa melakukan lebih dari itu. Salah satunya adalah untuk mengembangkan bisnis melalui fitur *Google My Business*. Jangan heran jika ada banyak manfaat menggunakan *Google Maps Platform* untuk bisnis pada skala enterprise sekalipun. Saat Anda mengetik nama toko online di laman pencarian Google, biasanya akan muncul detail informasi yang cukup

lengkap. Mulai dari alamat lokasi, peta lokasi, situs website, alamat dan nomor telepon yang bisa dihubungi, hingga gambar atau foto yang merepresentasikan toko tersebut.

Panatagama, 2021 mengemukakan bahwa *Google Maps* memberikan manfaat terhadap perkembangan bisnis, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola informasi
Google merupakan tempat tujuan para pencari informasi untuk menemukan apa yang sedang mereka cari dan butuhkan, termasuk dalam mencari toko online yang mereka inginkan. Sehingga penting bagi pebisnis untuk menyediakan informasi tersebut agar kredibilitas di

mata konsumen meningkat.

Informasi-informasi seperti detail alamat lokasi yang lengkap, kontak yang bisa dihubungi, situs website, deskripsi bisnis, hingga foto-foto toko dan produk dapat dihadirkan di *Google Maps*. Jika sudah muncul di *Google Maps*, reputasi toko Anda akan dianggap bagus oleh para pelanggan.

- b. Memperluas keberadaan bisnis
Ketika seorang pebisnis hanya mengandalkan pemasaran melalui offline, maka hanya orang-orang di sekitar tempat itu yang lalu lalang saja yang tahu akan toko atau bisnis Anda. Berbeda jika dipasarkan secara

online, keberadaan bisnis Anda akan diketahui oleh orang lain di luar daerah.

Dengan demikian, target pasar Anda pun akan semakin luas dan meningkat. Apalagi jika dicantumkan detail yang jelas mulai dari alamat serta kontak yang dihubungi. Jika calon konsumen sudah tertarik, mereka pun tak akan segan untuk melakukan pembelian secara online.

- c. Berinteraksi dengan para pelanggan
Menunjukkan gambar foto atau video toko akan semakin meningkatkan kredibilitas dan reputasi bisnis Anda. Artinya bisnis Anda tidak main-main dan memang ada. Apalagi Google akan benar-benar meninjau ulang

dan melakukan verifikasi ke semua pendaftar.

Anda bisa memanfaatkan *Google Maps* untuk berinteraksi bersama para pelanggan melalui ulasan-ulasan atau pertanyaan yang mereka lontarkan di *Google Maps*. Ulasan yang bagus akan semakin meningkatkan citra positif bisnis, dan orang lain pun akan tertarik untuk menggunakan produk Anda.

- d. Dapat menganalisa klien
Database yang lengkap akan menjadi salah satu aset sumber yang berharga bagi perusahaan. Dengan adanya data tersebut, pebisnis dapat menganalisa perilaku konsumen mereka

sehingga bisa melakukan perencanaan ke depan dengan meningkatkan strategi pemasaran atau inovasi produk.

Melalui Google Bisnisku, Anda dapat melihat performa bisnis dan membandingkannya dengan bisnis lain karena tersedia fitur 'insight' yang bisa dimanfaatkan untuk hal tersebut. Anda bisa melihat berapa banyak pelanggan yang menemukan toko hingga mengetahui darimana mereka berasal.

- e. Mendapatkan promosi gratis
Untuk mendapatkan awareness di mata pelanggan, bisnis yang ingin berkembang akan melakukan iklan agar lebih banyak orang

lain yang tahu tentang toko atau bisnis tersebut. Tentu saja untuk melakukannya Anda harus mengeluarkan budget lebih agar promosinya maksimal.

Dengan hanya mendaftarkan toko Anda di *Google My Business*, promosi gratis dengan hasil maksimal pun bisa didapatkan. Kuncinya Anda harus mencantumkan data informasi lengkap yang dibutuhkan pelanggan, interaktif dengan mereka, serta mencantumkan kata kunci yang tepat.

- f. Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari
Entri data dari *Google My Business* akan digunakan oleh laman pencarian untuk memunculkan data

suatu toko atau bisnis ke halaman pencarian saat pengguna mengetik kata kunci yang berkaitan. Panel visibilitas biasanya akan diberikan di bagian atas halaman pencarian.

Panel ini terdiri dari 3 bisnis lokal dan informasi mereka yang berhubungan dengan kata kunci yang diketik. Jika toko atau bisnis Anda sudah terdaftar di *Google My Business*, maka akan lebih mudah muncul di halaman paling atas saat pengguna mengetik keyword yang berkaitan.

Berdasarkan uraian tersebut diatas menunjukkan bahwa *Google Maps* mampu memberikan manfaat yang sangat besar bagi pebisnis

termasuk para pelaku UMKM.

c. Pemasaran Online

1. Pengertian pemasaran *online*

Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk penyebaran pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan terhadap calon pelanggannya, metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media social, periklanan dan masih banyak lagi. Pemasaran dilakukan untuk menjangkau pelanggan melalui saluran dimana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, atau bersosialisasi secara online.

Pemasaran online adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet sesuai

perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan diatas protokol internet (Anggraini, 2017). Bagi para penjual, menerapkan sistem seperti ini berarti memangkas pengeluaran yang bisa dikeluarkan dalam system lama. Seperti, jika pada system lama kita harus membuka cabang baru demi melebarkan sayap bisnis, tidak dengan sistem online. Karena dengan system ini penjual dapat mengenalkan produknya melalui suatu web atau aplikasi.

Berdasarkan pengertian diatas, pemasaran online merupakan pemasaran produk maupun jasa dengan menggunakan media internet atau online, baik itu mengoptimalkan market

place maupun media sosial.

2. Manfaat pemasaran online

Pemasaran online memberikan manfaat kepada pelaku bisnis, karena memberikan kemudahan bagi pelanggan. Dengan berbagai macam kemudahan yang diberikan dalam melakukan pembelian secara online memudahkan calon pembeli untuk melakukan keputusan membeli barang seperti :

- a. Kebutuhan yang di cari didapat dengan mudah.
- b. Informasi yang di dapat lebih mudah dan tidak membuang waktu dan energi. Informasi dapat bersumber dari : Sumber pribadi seperti teman, sumber komersial seperti iklan, sumber publik seperti media massa dan sumber pengalaman seperti pernah menggunakan produk.
- c. Banyaknya alternatif seperti banyaknya toko

- online yang menjadi referensi sebelum membeli
- d. Dengan kemudahan referensi dan informasi memudahkan calon pembeli untuk melakukan pembelian karena tidak perlunya rayuan atau bujukan oleh penjual.
- e. Pembelian dapat melakukan pembelian ulang untuk barang baru atau barang yang sama (Rahmi & Yogia, 2015).

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran online memberikan kemudahan oleh calon pelanggan karena adanya kemudahan informasi, banyaknya alternatif dan merasa bebas dalam memilih produk dan jasa yang diinginkan tanpa merasa adanya tekanan dari penjual.

IV. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

“Bagaimanakah pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan omset penjualannya?”

V. TUJUAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk:

- a. Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang aplikasi google maps.
- b. Memberikan pemahaman tentang pemasaran online menggunakan market place seperti: Shoppe, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan lain-lain maupun media sosial seperti: Facebook, Instagram, Tiktok dan lain-lain.

VI. MANFAAT KEGIATAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh setelah berlangsungnya kegiatan pelatihan ini adalah:

- a. Pelaku UMKM bisa membuat google maps.
 - b. Pelaku UMKM bisa memasarkan produknya secara online baik menggunakan market place seperti: Shoppe, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan lain-lain maupun media sosial seperti: Facebook, Instagram, Tiktok dan lain-lain.
 - c. Mampu menyebarkan pengalaman yang didapat kepada pelaku UMKM di Desa Wonojati yang tidak mengikuti pelatihan ini.
3. Penentuan UMKM khas Desa Wonojati
 4. Pelatihan pembuatan google maps dan pemasaran online
 5. Pendampingan pasca pelatihan pembuatan google maps dan pemasaran online.

VII. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan diatas, kami para pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan beberapa langkah-langkah dalam melakukan revitalisasi BUMDes Kertomas, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Observasi ke Pemerintah Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember
2. Observasi ke kelompok atau ketua UMKM di Desa Wonojati

VIII. KHALAYAK SASARAN

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang “Pelatihan Pembuatan Google Maps Dan Pemasaran Online” yaitu pelaku atau pemilik UMKM di Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

IX. METODE KEGIATAN

Adapun metode kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi ke Pemerintah Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember
Observasi ini dilakukan sebagai langkah awal untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Selain itu bertujuan untuk menggali potensi produk lokal unggulan

desa yang selanjutnya akan dikembangkan melalui kegiatan pengabdian ini.

2. Kolaborasi dengan ketua UMKM.

Kolaborasi ini bertujuan untuk:

- a. Memetakan pelaku UMKM yang memproduksi produk unggulan desa.
- b. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM.
- c. Menawarkan solusi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, salah satunya dengan cara memberikan pelatihan pembuatan *google maps* dan pemasaran *online*.

3. Pelatihan pembuatan *google maps* dan pemasaran *online*.

Pelatihan *google maps* kepada pelaku UMKM dengan cara sebagai berikut:

- a. Mendatangi lokasi UMKM untuk penentuan titik lokasi UMKM
- b. Membuka Aplikasi *google maps* untuk pengisian profil atau deskripsi UMKM,

Wonojati dapat menghasilkan

seperti: Jam buka, kontak, deskripsi, foto UMKM, dan lain-lain.

- c. Menunggu informasi lebih lanjut dari pihak admin.

Sedangkan pelatihan pemasaran *online* dengan cara sebagai berikut:

- a. Membantu pelaku UMKM membuat akun market place dan media sosial.
- b. Membantu mengupload foto dan tatacara membuat deskripsi produk serta memberi tanggapan apabila ada pembelian maupun keluhan dari konsumen atau pelanggan.

4. Evaluasi bersama terkait pelaksanaan pembuatan *google maps* dan pemasaran *online*.

X. EVALUASI KEGIATAN

Evaluasi kegiatan ini dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan *google maps* dan pemasaran *online* yang dilakukan oleh ketua pelaksana dan peserta KKN Kolaboratif Kelompok 76 Desa

capaian indikator sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Capaian Mitra

No.	Indikator Capaian Mitra	Sebelum	Sesudah
1	Lokasi UMKM terdeteksi pada <i>google maps</i> .	Belum terdeteksi	Terdeteksi pada <i>google maps</i> .
2	Akun market place (Shopee, Tokopedia dan lain-lain).	Belum memiliki	Memiliki akun market place
3	Akun Media Sosial (Facebook, Instagram, dan lain-lain)	Sebagian memiliki	Semuanya memiliki
4.	Omset penjualan	Kurang stabil	Stabil dan cenderung meningkat

Sumber: Pelaksanaan program (2022)

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Panatagama. (2021). *6 Manfaat Menggunakan Google Maps untuk Bisnis*. Marketing and Public Relations Terralogiq. <https://terralogiq.com/manfaat-google-maps-untuk-bisnis/>
- Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. IAIN Bengkulu.
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kepala Biro Komunikasi, Layanan Informasi, Dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, (2008).

- Rahmi, A., & Yogia, M. A. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 1(1), 149–172.
- Rohim, R, Asmuni, A., & Supriyadi, I. (2021). Social Entrepreneurship: Village Owned Enterprises Development Strategy. *E-Proceeding Stie ...*, 2019, 100–105. <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/e-proceeding/article/view/447/417>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Tulus T. H. Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. LP3ES.