

Penguatan Usaha Mikro Melalui Pendampingan Supply Chain dan Pemasaran Digital: Pengalaman di WUB Depok

Rosali Sembiring¹, Miguna Astuti*², Marlina³, Suryani Maryam⁴

^{1,2,3,4}Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

e-mail: ¹rosalisembiring@upnvj.ac.id, ²miguna.astuti@upnvj.ac.id, ³marlina@upnvj.ac.id, ⁴suryani.maryam@upnvj.ac.id

Abstrak

Penerapan teknologi digital dan strategi pemasaran digital menjadi krusial untuk mempertahankan dan memperluas pasar terutama saat menghadapi krisis. Namun, banyak UMKM yang belum memahami atau memanfaatkan secara optimal teknologi ini, salah satunya adalah Wira Usaha Baru (WUB) Depok. Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan Wira Usaha Baru (WUB) Depok dalam hal manajemen rantai pasokan dan pemasaran digital. Program ini melibatkan pelatihan dan pendampingan intensif yang berfokus pada tiga topik utama: manajemen rantai pasokan, pemasaran digital, dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP). Hasil dari program ini menunjukkan bahwa peserta lebih memahami dan memiliki keterampilan yang lebih baik dalam manajemen rantai pasokan dan pemasaran digital. Dengan bergabung dengan WUB Depok, pelaku UMKM lebih mampu menemukan dan mengatasi masalah operasional serta memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, masalah seperti perbedaan pemahaman dan konsistensi kehadiran peserta masih menjadi perhatian. Meskipun program ini meningkatkan daya saing UMKM di Depok, hasilnya memerlukan dukungan terus menerus, seperti mengintegrasikan teknologi ke dalam operasi bisnis dan membangun kolaborasi strategis dengan pihak ketiga.

Kata kunci: Manajemen Rantai Pasok, Pemasaran Digital, UMKM, Pelatihan dan Pendampingan, Wira Usaha Baru Depok

1. PENDAHULUAN

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia. Agar tetap bertahan dan berkembang, UMKM harus memperhatikan berbagai aspek manajemen [1], termasuk keuangan [2], pemasaran [3] dan pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga penyampaian produk kepada konsumen, yang dikenal dengan istilah *supply chain management* [4]. Dalam era digital saat ini, penerapan teknologi digital dan strategi pemasaran digital menjadi krusial untuk mempertahankan dan memperluas pasar [5], terutama saat menghadapi krisis [6]. Namun, banyak UMKM yang belum memahami atau memanfaatkan secara optimal teknologi ini, yang dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan usaha mereka [7].

Mitra yang terlibat dalam pengabdian ini, yaitu Wira Usaha Baru (WUB) Depok, juga menghadapi tantangan serupa. WUB Depok merupakan asosiasi non-profit yang didirikan untuk membantu UMKM di wilayah Depok dalam meningkatkan kualitas usaha mereka melalui berbagai pelatihan. Meski telah aktif sejak tahun 2023, WUB Depok masih menemui kesulitan dalam memberikan pelatihan yang berkaitan dengan manajemen rantai pasok dan pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM di bawah naungan WUB Depok yang belum

sepenuhnya memahami pentingnya manajemen operasional yang terstruktur dan pemanfaatan pemasaran digital dalam mengembangkan usaha mereka.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok dan pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas UMKM [5]. Misalnya, sebuah studi menemukan bahwa penerapan *supply chain management* yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan [8]. Studi lainnya menunjukkan bahwa *digital marketing* mampu memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Namun, penelitian juga mengindikasikan bahwa banyak UMKM, termasuk di sektor jasa, belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam manajemen rantai pasok dan pemasaran digital.

Salah satu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan ini adalah melalui program pengabdian masyarakat yang fokus pada pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang manajemen rantai pasok dan pemasaran digital, serta bagaimana mengimplementasikan strategi-strategi ini dalam operasional sehari-hari. Selain itu, program ini juga mencakup pembuatan dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam manajemen rantai pasok dan pemasaran digital, yang diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu UMKM di bawah naungan WUB Depok dalam meningkatkan kualitas operasional dan pemasaran mereka. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM di pasar lokal dan nasional, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif di wilayah Depok.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan teknik *participatory rural appraisal* [9,10]. Metode ini memungkinkan Mitra Wira Usaha Baru berperan sebagai subjek aktif, sementara tim pengabdian bertindak sebagai insider yang terlibat dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan. Pendekatan ini berorientasi pada peningkatan peran serta masyarakat dalam proses dan pelaksanaan kegiatan.

Mitra dalam kegiatan ini adalah Wira Usaha Baru (WUB) Depok, yang aktif sejak tahun 2023. WUB memiliki pengurus utama sebanyak lima orang dan berada di bawah asuhan Dinas Koperasi dan UMKM (DKUM) Pemkot Depok. WUB terdiri dari 31 anggota pelaku UMKM dengan usia rata-rata antara 31 hingga di atas 50 tahun, dan tiga pelaku UMKM berusia 21-30 tahun [11]. Mitra berpartisipasi dalam diskusi, koordinasi, dan pelaksanaan kegiatan, termasuk menyediakan fasilitas dan sarana prasarana untuk pelatihan serta pendampingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan Sesuai Alur Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Wirausaha D'Kerens dilakukan melalui beberapa tahapan, yang puncaknya adalah pelatihan dan pendampingan oleh tim pengabdian dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola rantai pasok, segmentasi pasar, pemasaran digital, serta penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam usaha mereka.

Tahapan Analisis:

Berdasarkan diskusi mendalam dengan tim pengelola Wirausaha Baru D'Kerens, ditemukan bahwa pemahaman mereka mengenai rantai pasok dan segmentasi pasar masih sangat terbatas.

Mereka belum menyadari pentingnya peran *supplier* dalam proses produksi dan bagaimana keterkaitan *supplier* tersebut dapat memengaruhi kualitas produk akhir. Oleh karena itu, tim pengabdian memutuskan untuk fokus pada pelatihan dan pendampingan dalam aspek-aspek ini. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelaku UMKM perlu mempelajari lebih jauh konsep manajemen agar dapat meningkatkan usahanya [12].

Tahapan Survei dan Perizinan:

Sebelum memulai pelatihan, tim pengabdian melakukan survei dan komunikasi langsung dengan ketua Wirausaha Baru D'Kerens.



Gambar 1 Pertemuan pertama team Abdimas dan Pembina Wira Usaha Baru Dkerens

Dari hasil survei, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di D'Kerens bergerak di bidang *food and beverage*. Namun, mereka masih menggunakan metode pasokan yang beragam tanpa memahami fungsi setiap alur dari rantai pasok. Setelah mendapatkan persetujuan dan kerjasama dari pihak mitra, tim pengabdian merancang program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 2 Pertemuan kedua team Abdimas dan pembina Wira Usaha Baru Dkerens

Tahapan Pelatihan dan Pendampingan:

Pelatihan Pertama (5 Juli 2024): Pelatihan ini difokuskan pada implementasi rantai pasok (*supply chain management*) yang disampaikan oleh Dr. Suryani Maryam S.Kep., Ns, MM. Materi pelatihan menekankan pentingnya membangun jaringan rantai pasok yang efisien untuk meningkatkan efisiensi biaya operasional dan pendapatan usaha. Pelaku usaha antusias dalam mengikuti sesi tanya jawab yang membahas tantangan mereka dalam membangun dan mengelola rantai pasok.



Gambar 3 Pembukaan dan Pelatihan Supply Chain Untuk Anggota Wira Usaha Baru DKerens

Pelatihan Kedua (6 Juli 2024): Materi tentang pemasaran digital disampaikan oleh Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM., CIRR. Pelatihan ini membahas pentingnya pemasaran digital, strategi yang relevan bagi UMKM, serta cara mendaftarkan usaha di platform *e-commerce*. Tanya jawab berlangsung dengan diskusi interaktif antara pelaku usaha yang sudah memiliki pengalaman di pasar *online* dan yang belum.



Gambar 4 Pelatihan *Digital Marketing* Untuk Wira Usaha Baru Dkerens

Pelatihan Ketiga (2 Agustus 2024): Pelatihan tentang penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam proses produksi dipandu oleh Ibu Rosali Sembiring, SE., MM., CLIP. Materi menekankan pentingnya mencatat SOP untuk menjaga konsistensi kualitas produk. Pelaku usaha mulai memahami bahwa pencatatan SOP sangat penting meskipun selama ini mereka mengandalkan ingatan.



Gambar 5 Pelatihan Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Untuk Wira Usaha Baru DKerens

Pendampingan (3 Agustus 2024): Tim pengabdi melakukan pendampingan yang melibatkan diskusi mendalam tentang berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha, seperti pemasaran digital dan kerjasama dengan *supplier*. Diskusi ini memberikan wawasan baru bagi pelaku usaha dan mendorong perubahan pemahaman mereka tentang pentingnya SOP dan pemasaran digital.





Gambar 6 Pendampingan Implementasi *Supply Chain*, *Digital Marketing* dan Penerapan SOP pada Wira Usaha Baru Dkerens

Selama pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian mendokumentasikan setiap tahapan melalui foto dan video. Dokumentasi ini meliputi gambar proses pelatihan, diskusi dengan pelaku usaha, serta gambar produk yang dihasilkan selama kegiatan.

3.2 Hasil Monitoring dan Evaluasi

Monitoring:

Selama pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan pemantauan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku usaha. Hasil monitoring menunjukkan bahwa pelaku usaha aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan, serta menunjukkan peningkatan minat dalam mempelajari rantai pasok, pemasaran digital, dan SOP.



Gambar 7 Monitoring UMKM Wira Usaha Baru Dkerens

Evaluasi:

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang rantai pasok (61.03%), pemasaran digital (63.24%), dan penerapan SOP (63.62%). Selain itu, terjadi perubahan sikap dan peningkatan kesadaran akan pentingnya manajemen kualitas dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Tabel 1 Persentase Peningkatan Pemahaman Manajemen Rantai Pasok dan Manajemen Kualitas

PEMAHAMAN MANAJEMEN RANTAI PASOK DAN KUALITAS					
No soal	Pre test		Post test		Persentase Peningkatan Pemahaman
	Memahami	Tidak memahami	Memahami	Tidak memahami	
1	25.90%	74.10%	92.30%	7.70%	61.03%
2	3.70%	96.30%	100.00%	0.00%	
3	29.60%	70.40%	100.00%	0.00%	
4	29.60%	70.40%	61.50%	38.50%	

5	0.00%	100.00%	65.40%	34.60%
6	59.30%	41%	96.20%	3.80%
7	18.50%	81.50%	96.20%	3.80%
8	44.40%	55.60%	84.60%	15.40%
9	33.30%	66.70%	100.00%	0.00%
10	18.50%	81.50%	76.90%	23.10%
	26.28%	73.72%	87.31%	12.69%

Tabel di atas menggambarkan tingkat pemahaman peserta terhadap materi pengenalan manajemen rantai pasok dan manajemen kualitas sebelum dan sesudah pelatihan. Dari data *pre-test*, rata-rata pemahaman peserta adalah 26.28 %, sementara setelah mengikuti pelatihan, rata-rata pemahaman meningkat menjadi 87.31 %. Beberapa pertanyaan menunjukkan peningkatan yang signifikan, seperti soal nomor 2 yang mengalami peningkatan pemahaman dari 3.70% menjadi 100%. Namun, ada juga pertanyaan yang peningkatannya kurang signifikan atau bahkan tidak diukur pada *post-test*, seperti soal nomor 5. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta sebesar 61.03%, menunjukkan efektivitas program pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan tentang manajemen rantai pasok dan manajemen kualitas.

Tabel 2 Persentase Peningkatan Pemahaman *Digital Marketing*

DIGITAL MARKETING					
No soal	Pre test		Post test		Persentase Peningkatan Pemahaman
	Memahami	Tidak memahami	Memahami	Tidak memahami	
1.	81.50%	18.50%	84.60%	15.40%	63.24%
2.	3.70%	96.30%	100.00%	0.00%	
3.	11.10%	88.90%	100.00%	0.00%	
4.	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%	
5	63.00%	37.00%	100.00%	0.00%	
6	3.70%	96.30%	100.00%	0.00%	
7	22.20%	77.80%	96.10%	3.90%	
8	3.80%	96.20%	100.00%	0.00%	
9	14.80%	85.20%	92.30%	7.70%	
	33.76%	66.24%	97.00%	3.00%	

Tabel di atas menunjukkan tingkat pemahaman peserta terhadap materi *digital marketing* sebelum dan sesudah pelatihan. Dari data *pre-test*, rata-rata pemahaman peserta

adalah 33.76%, sementara setelah pelatihan, rata-rata pemahaman meningkat menjadi 97.00%. Dari pertanyaan nomor 2 dan nomor 6 menunjukkan peningkatan yang signifikan dari 3.70% menjadi 100.00%, Namun, ada satu pertanyaan pemahaman para peserta sudah 100% dari *pre-test* ke *post-test* tetap 100% yaitu pertanyaan nomor 4. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta sebesar 63.24%, menunjukkan bahwa program pelatihan memiliki dampak positif, meskipun peningkatannya relatif kecil dibanding *pre-test* dan *post-test* materi yang lain karena materi *digital marketing* dirasa sudah cukup umum di lingkungan para pelaku usaha.

Tabel 3 Persentase Peningkatan Pemahaman Penerapan *Standard Operasional Prosedure* (SOP)

PEMAHAMAN PENERAPAN SOP					
No soal	Pre test		Post test		Persentase Peningkatan Pemahaman
	Memahami	Tidak memahami	Memahami	Tidak memahami	
1	0.00%	100.00%	46.10%	53.90%	63.62%
2	33.30%	66.70%	92.30%	7.70%	
3	0.00%	100.00%	84.60%	15.40%	
4	0.00%	81.40%	50.00%	50.00%	
5	3.70%	96.30%	30.80%	69.20%	
6	0.00%	100.00%	73.10%	26.90%	
7	3.70%	96.30%	46.20%	53.80%	
8	0.00%	100.00%	76.90%	23.10%	
9	0.00%	100.00%	84.60%	15.40%	
10	0.00%	100.00%	46.10%	53.90%	
11	3.70%	96.30%	96.20%	3.80%	
12	3.70%	96.30%	84.60%	15.40%	
	4.01%	94.44%	67.63%	32.38%	

Tabel di atas menggambarkan tingkat pemahaman peserta terhadap materi penerapan SOP (Standar Operasional Prosedure) sebelum dan sesudah pelatihan. Dari data *pre-test*, rata-rata pemahaman peserta adalah 4.01%, setelah pelatihan, rata-rata pemahaman meningkat menjadi 67.63%. Beberapa pertanyaan menunjukkan peningkatan yang signifikan, seperti pertanyaan nomor 5, 7, 11 & 12 yang mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan. Namun, ada juga pertanyaan yang peningkatannya kurang signifikan atau bahkan tidak diukur pada *post-test*, seperti pertanyaan nomor 3, 4, 6, 8, 9, dan 10. Secara keseluruhan, peningkatan yang dialami rata-rata di kisaran 63.62%. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan memiliki dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan tentang SOP (Standard Operasional Prosedure).

3.3 Kesulitan saat Pelaksanaan Kegiatan

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kesulitan, seperti perbedaan tingkat pemahaman pelaku usaha yang membuat proses pelatihan menjadi tidak merata. Untuk kegiatan ke depan, diperlukan pendekatan yang lebih personal dengan sesi pendampingan yang lebih intensif agar pelaku usaha yang tertinggal dapat mengejar ketertinggalan mereka.

3.4 Masalah Lain dan Solusi untuk Kegiatan Mendatang

Selain tantangan terkait pemahaman yang tidak merata, tim pengabdian juga menghadapi masalah dalam menjaga konsistensi kehadiran pelaku usaha selama kegiatan berlangsung. Sebagai solusi, tim pengabdian merekomendasikan jadwal yang lebih fleksibel dan penggunaan teknologi seperti *e-learning* untuk memberikan akses pelatihan yang lebih mudah bagi pelaku usaha. Untuk pengembangan kegiatan ke depan, fokus dapat diperluas pada peningkatan kapasitas pemasaran digital dan kerjasama strategis dengan *supplier* yang lebih luas.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Wirausaha Baru Dkerens, terutama dalam memahami konsep rantai pasok, standar operasional prosedur, dan pemasaran digital. Dalam kegiatan ini, para peserta mendapatkan pelatihan dan pendampingan intensif yang difokuskan pada tiga aspek utama tersebut. Sebelum pelatihan, para pengelola wirausaha sering menghadapi kesulitan dalam memahami bagaimana mengelola rantai pasok secara efisien dan menentukan strategi pemasaran digital yang tepat untuk produk mereka.

Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan peserta untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang mereka hadapi. Dalam pelatihan, peserta diajarkan pentingnya memiliki rantai pasok yang efisien guna memastikan kelancaran produksi dan distribusi. Selain itu, penentuan strategi pemasaran digital yang tepat diidentifikasi sebagai faktor kunci untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Menurut laporan, "Tingkat pemahaman peserta terhadap rantai pasok meningkat, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional."

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan dampak positif bagi pengelola wirausaha Dkerens. Meskipun demikian, untuk memastikan keberlanjutan dari peningkatan yang telah dicapai, diperlukan langkah-langkah lebih lanjut seperti integrasi teknologi dalam operasional bisnis dan program pengembangan kapasitas yang berkelanjutan. Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal juga disarankan untuk memperkuat jaringan bisnis dan membuka peluang baru bagi pengembangan usaha mereka.

5. SARAN

Untuk memastikan dampak positif dari program pengabdian masyarakat ini berkelanjutan dan dapat terus memberikan manfaat bagi Wirausaha Baru Dkerens, beberapa langkah strategis perlu diambil. Adapun saran yang dapat diimplementasikan adalah sebagai berikut:

1. **Pemanfaatan Teknologi dalam Operasional Bisnis:** Dalam era digital saat ini, integrasi teknologi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Wirausaha Baru Dkerens disarankan untuk memanfaatkan *platform* digital dalam manajemen rantai pasok dan pemasaran. Dengan menggunakan teknologi seperti *software* manajemen rantai pasok dan alat pemasaran digital, pengelola dapat lebih mudah memantau inventaris, mengatur distribusi, serta menjangkau pasar yang lebih luas melalui kanal *online*.
2. **Pengembangan Kapasitas yang Berkelanjutan:** Program pelatihan yang telah dilakukan perlu dilanjutkan dengan inisiatif pengembangan kapasitas secara berkelanjutan. Ini bisa mencakup pelatihan lanjutan, *workshop*, dan *mentorship* yang berfokus pada topik-topik seperti inovasi produk, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan. Dengan demikian, wirausaha dapat terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka.
3. **Kolaborasi dengan Pihak Ketiga untuk Memperkuat Jaringan Bisnis:** Untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kapabilitas bisnis, Wirausaha Baru Dkerens

sebaiknya menjalin kolaborasi dengan pihak ketiga, seperti *supplier*, lembaga pelatihan, dan mitra bisnis lainnya. Kerjasama ini tidak hanya akan membantu mereka mengatasi keterbatasan sumber daya, tetapi juga membuka peluang baru untuk inovasi dan ekspansi usaha.

4. **Peningkatan Fokus pada Riset dan Pengembangan Pasar:** Agar produk dan layanan yang ditawarkan tetap relevan dengan kebutuhan konsumen, wirausaha perlu meningkatkan fokus pada riset pasar. Mengidentifikasi tren dan perubahan dalam preferensi konsumen akan membantu mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

Implementasi dari saran-saran ini diharapkan dapat memperkuat posisi Wirausaha Baru Dkerens dalam pasar yang semakin kompetitif dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) atas dukungan dalam bentuk pendanaan finansial beserta dukungan fasilitas lain, selanjutnya ucapan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, beserta jajarannya dan tidak lupa tim mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dewiyanti sebagai Pembina UMKM Wira Usaha Baru (WUB) Dkerens Depok, serta Pemkot Depok atas dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. S. Istiatin and Marwati, "Sosialisasi berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo," *J. Budimas*, vol. 3, no. 1, pp. 129–140, 2021.
- [2] F. Maulidia, D. I. Inayah, and Lisma, "Makalah Aspek Keuangan Ritel," 2021.
- [3] M. Astuti, T. Handayani, Pusporini, and J. G. Argo, "Pengembangan Digitalisasi UMKM 4.0," 2022.
- [4] "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB)," M. R. I. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil. [Online]. Available: https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1650868533_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019=.pdf
- [5] A. M. Yusuf, M. Astuti, and M. B. N. Ariani, "The Effect of Digital Marketing Mix Strategy on Marketing Performance Through the Implementation of Customer Relationship Management MSME 4.0 DKI Jakarta," *Int. J. Business, Technol. Organ. Behav.*, vol. 2, no. 4, pp. 381–396, 2022, doi: 10.52218/ijbtob.v2i4.213.
- [6] C. K. . Saputro, "Persepsi Risiko Covid-19 dan Kinerja Pemasaran UMKM 4.0," 2022.
- [7] M. Astuti, "Keunggulan Bersaing Bisnis Pendidikan Non Formal di DKI Jakarta," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 53, 2019, doi: 10.35590/jeb.v3i1.724.
- [8] M. Sufri, "Reputation Influence, Customer relationship management (CRM) on terhadap Customer Value and Customer Loyalty Sharia Banks in Makassar," *J. Bus. Manag.*, vol. 22, no. 10, 2020.
- [9] B. Hidayana *et al.*, "Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul," *Bakti Budaya*, vol. 2, no. 2, p. 3, 2019, doi: 10.22146/bb.50890.
- [10] N. B. Karnowati and E. Jayanti, "Model Partisipasi Pelaku Usaha dan Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Plastik Teluk Penyus Cilacap," *J. Ilmu Lingkung.*, vol. 19, no. 3, pp. 670–680, 2021, doi: 10.14710/jil.19.3.670-680.

- [11] “Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM berdasarkan Kabupaten Kota di Jawa Barat,” Open Data Jabar. [Online]. Available: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- [12] N. Matondang and M. Astuti, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta, 2020.