

Pemberdayaan masyarakat melalui e-commerce pada UMKM Kripik Tempe Kirana di Desa Lebak

Ahmad Munirul Huda¹, M. Bayu Krismanto², Nesa Fatha Dinillah³, Sri Suparwi³

¹ Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia

² Fakultas Fuadah, Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia

³ Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: hudairul19@gmail.com)

Abstract

Along with the development of the era, information technology is increasingly advanced and developing. The advancement of information technology has given rise to many innovations that can be utilized to support the improvement of the community's economy, such as e-commerce. E-commerce is an alternative means of facilitating online buying and selling transactions. Unfortunately, the community does not fully understand the use of this application, especially among rural communities. The lack of knowledge about e-commerce indicates this is a means of marketing MSME products. The community service program aims to help empower MSMEs in Lebak Village, one of which is tempeh chips MSMEs. This productive home business opens up job opportunities for the people of Lebak Village to improve the community's economic welfare. This community service implements the theory of Participatory Action Research (PAR) through four stages: planning, marking or implementation, observation, and reflection. The results of this empowerment show an increase in knowledge and interest in learning in the community to increase sales of MSMEs, especially tempeh chips, through e-commerce to buy and sell transactions to increase sales turnover.

Keywords: Community Empowerment, Tempe Chips, MSMEs, E-Commerce

Abstrak

Seiring perkembangan zaman teknologi informasi semakin maju dan berkembang. Adanya kemajuan teknologi informasi memunculkan banyak inovasi baru yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang peningkatan perekonomian masyarakat seperti: *e-commerce*. *E-commerce* menjadi sarana alternatif memudahkan transaksi jual beli melalui online. Sayangnya pemanfaatan aplikasi ini tidak sepenuhnya dimengerti oleh masyarakat. Khususnya dikalangan masyarakat perdesaan. Hal ini ditunjukkan dengan minimnya pengetahuan mengenai *e-commerce* sebagai sarana pemasaran hasil produk UMKM. Program pengabdian bertujuan membantu memberdayakan UMKM Di Desa Lebak, salah satunya UMKM kripik tempe. Usaha produktif rumahan ini membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat Desa Lebak, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pengabdian ini mengimplementasikan teori *Participatory Action Research* (PAR) melalui empat tahap diantaranya: perencanaan, tandakan atau pelaksanaan, pengamatan dan refleksi. Hasil dari pemberdayaan ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan minat belajar masyarakat untuk meningkatkan penjualan UMKM khususnya kripik tempe melalui penggunaan *e-commerce* sebagai sarana transaksi jual beli untuk meningkatkan omset penjualan.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Kripik Tempe, UMKM, E-Commerce

How to cite: Huda, A. M., Krismanto, M. B., Dinillah, N. F. D., & Suparwi, S. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui e-commerce pada UMKM Kripik Tempe Kirana di Desa Lebak. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(3), 211–220. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1042>



1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008, menunjukkan bahwa UMKM merupakan suatu bisnis perorangan atau kelompok, badan usaha kecil maupun usaha rumahan yang bertujuan untuk mensejahterakan kelompok pekerja ataupun individu itu sendiri (Yuwita et al., 2022). UMKM mampu memberikan peluang lapangan kerja, membangun peningkatan ekonomi desa dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui penjualan produk UMKM (Estefany et al., 2022; Lestari et al., 2022; Windusancono, 2021; Zaelani, 2019). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki banyak manfaat bagi masyarakat Desa. Terutama membantu meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat (Wahyudi et al., 2023).

Desa Lebak, Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah, memiliki beberapa jenis UMKM seperti: kripik tempe Karina, pembuatan besek, budidaya jamur tiram, dan tempe gendok. Berdasarkan hasil observasi peneliti, Kripik Tempe Kirana menjadi salah satu usaha produktif rumahan yang dapat menciptakan peluang lapangan kerja bagi masyarakat sekitar Desa Lebak. Hal ini menjadi salah satu sarana meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan melalui program pengabdian pemberdayaan UMKM. Usaha produktif rumahan ini telah banyak berkolaborasi dengan banyak tenaga kerja, baik dibidang produksi dan proses pemasaran.

Biasanya teknik pemasaran UMKM ini dilakukan melalui system pemasaran konvensional, biasanya sering disebut dengan *door to door* (penjualan tradisional) yaitu mendatangi pasar-pasar, toko-toko kelontong, dan sales untuk bekerjasama memasarkan kripik tempe Karina dengan mengambil keuntungan beberapa persen dari harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual kripik tempe. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM kripik tempe memerlukan pemberdayaan UMKM berupa penyuluhan motivasi dan pelatihan mengenai pentingnya strategi pemasaran online pada kripik tempe Karina.

Penerapan system pemasaran konvensional ini menjadi andalan UMKM tersebut karena minimnya pengetahuan tentang pemasaran produk melalui online (*e-commerce*). Disamping minimnya pengetahuan mengenai *e-commerce*, (UMKM) Kripik Tempe Karina juga belum familiar dalam penggunaan gadget. Padahal seiring dengan perkembangan zaman di era kemajuan teknologi saat ini yang begitu kompleks. Sudah saatnya masyarakat Desa Lebak khususnya pelaku usaha UMKM kripik tempe Karina mulai beradaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi agar tidak tertinggal. Pemanfaatan teknologi ini dapat memperkuat dan meningkatkan kualitas usaha UMKM kripik tempe Karina.

Maka dari itu dengan adanya program kegiatan pengabdian, dapat memberikan manfaat terhadap pekerja dan pemilik usaha produktif kripik tempe berupa digitalisasi penjualan produk, perluasan pemasaran kripik tempe, adanya kegiatan ekonomi untuk masyarakat pekerja Di UMKM kripik tempe, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Lebak. Penulis juga berupaya untuk membantu memberikan solusi

trobosan (jalan keluar) guna menyelesaikan problematika yang dirasakan UMKM kripik tempe Karina.

Penanganan permasalahan ini tentunya memerlukan teori PAR (*Participatory Action Research*) untuk mengetahui problematika UMKM kripik tempe Karina. Setelah mengetahui problematika, langkah selanjutnya melakukan kegiatan evaluasi merangkai program pelatihan penjualan melalui *e-commerce* dan memberikan motivasi untuk membangkitkan rasa kesadaran tentang pentingnya *e-commerce* untuk perkembangan UMKM kripik tempe Karina. Tulisan ini mengacu pada kajian literatur terdahulu mengenai upaya pemberdayaan masyarakat dengan mengimplementasikan metode *Participatory Action Research* (PAR). Artikel ini memiliki perbedaan dengan literatur terdahulu. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui budidaya jamur tiram sedangkan tulisan ini lebih fokus pada transaksi jual beli *online* (*e-commerce*). Perbedaan juga terdapat pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu ialah warga masyarakat Desa Laweyan sedangkan subjek penelitian ini, salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Desa Lebak yaitu UMKM kripik tempe Karina yang tergabung dalam kelompok UMKM Desa Lebak. Oleh karena itu, dalam tulisan ini akan dibahas lebih lanjut mengenai Pemberdayaan Masyarakat melalui *e-commerce* pada UMKM kripik tempe Karina Di Desa Lebak.

2. Metode Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode *Participatory Action Research* (PAR) merupakan salah satu jenis penelitian dalam bentuk pengabdian berupa kegiatan riset yang diimplementasikan dalam sebuah aksi secara partisipatif oleh peneliti bersama masyarakat dalam lingkup sosial untuk menciptakan suatu perubahan kondisi sosial ke arah yang lebih baik. Proses implemantasi *Participatory Action Research* (PAR) menggunakan empat tahapan yang sistematis. Empat tahapan tersebut diantaranya: perencanaan, tindakan atau pelaksanaan, pengamatan dan refleksi(Wahyudi et al., 2023).

Tahap perencanaan merupakan tahap awal pengabdian, berupa survai langsung ke lokasi untuk mengetahui permasalahan apa yang terjadi dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kripik tempe Karina Di Desa Lebak. Berdasarkan hasil survai lokasi , UMKM ini memiliki permasalahan mengenai minimnya pengetahuan penggunaan *e-commerce* serta belum familiar dengan gadget. Ditahap ini juga dilakukan perumusan solusi proses penyelesaian masalah yang ada Di UMKM kripik tempe Karina. Setelah mngetahui penyebab permasalahan lanjut ketahap kedua berupa tindakan atau pelaksanaan. Tahap ini mahasiswa mulai berunding bagaimana proses penyelesaian permasalahan yang ada. Hasil perundingan tersebut sepakat akan diadakannya penyuluhan motivasi dan pelatihan mengenai pentingnya strategi pemasaran online kripik tempe Karina. Tahap ketiga yaitu pengamatan, berupa pelaksanaan proses pengamatan terkait dampak dari solusi yang di pakai untuk memecahkan masalah. Kemudian tahap terakhir yaitu tahap refleksi berupa evaluasi bersama antara mahasiswa dengan pemilik usaha UMKM kripik tempe Karina

mengenai keberhasilan penggunaan digital marketing sebagai media pemasaran produk.

3. Hasil Pengabdian Perencanaan

Program pemberdayaan pengabdian Masyarakat Di Desa Lebak memiliki beberapa aksi yang dilaksanakan mulai 24 Januari 2024. Aksi mahasiswa diawali dengan survei atau observasi langsung Di Lokasi UMKM kripik tempe Karina yang bertempat Di Dusun Bulusari, Desa Lebak Kabupaten Semarang Jawa Tengah. UMKM ini menjadi salah satu usaha produktif rumahan kripik tempe mulai dari tahap kedelai hingga tahap produksi kripik tempe yang diminati banyak konsumen.



Gambar 1 Observasi Kripik Tempe Karina



Gambar 2 Pengemasan Kripik Tempe

Diatas adalah foto kegiatan mahasiswa saat observasi Ke Lokasi UMKM kripik tempe Karina. Disana Mahasiswa juga ikut berpartisipasi membantu dalam pembuatan kripik tempe. Ternyata berdasarkan hasil survei lokasi, pembuatan kripik tempe benar-benar mulai dari 0 yaitu pengolahan kedelai sampai menjadi tempe, baru tahap pemotongan secara manual menggunakan pisau seperti gambar ke 2. Unikny hasil

pemotongan tempe ini meskipun dengan alat seadanya yaitu pisau bisa sangat tipis seperti menggunakan mesin pemotong kripik tempe. Setelah selesai proses pemotongan masuk ketahap pembuatan bumbu kripik berupa bawang, miri, kencur, daun jeruk, air, tepung beras, tepung kanji sedikit, garam dan penyedap. Baru tahap proses pengorengan, ditahap ini terdapat satu tips agar kripik tempe tidak banyak minyak. Hal yang diperlukan adalah memastikan minyak dalam kondisi panas sehingga kripik tempe tetap kering dan renyah. Terakhir yaitu tahap packing produk sehingga layak untuk dijual. Kripik tempe karina memiliki tiga bentuk packing mulai dari ukuran kecil, sedang, dan besar.

Setelah observasi diruang produksi kripik tempe, Mahasiswa beralih berbincang kepada salah satu pemilik usaha UMKM kripik tempe Karina bernama Pak Basori. Perbincangan ini berupa wawancara santai tidak terstruktur agar menimbulkan rasa nyaman antara narasumber dengan pewawancara. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan adanya permasalahan dalam bidang pemasaran yang masih berlingkup. Hal ini dikarenakan proses penjualan kripik tempe Karina masih menggunakan *system* penjualan keliling *door to door* ke sales dan toko-toko Pasar Tradisional yang biasa disebut penjualan konvensional. Penjualan model konvensional ini menjadi andalan pemilik usaha karena kurangnya pemahaman, pengetahuan, dan informasi mengenai penjualan *online*. Setelah ditelusuri lebih dalam, ternyata UMKM kripik tempe Karina belum familiar dengan penggunaan gadget apalagi dalam memanfaatkan inovasi teknologi berupa *e-commerce*. Adanya permasalahan tersebut, mahasiswa berinisiatif untuk melakukan pelatihan bisnis dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk memecahkan permasalahan yang terdapat pada UMKM kripik tempe Karina.

Selesai aksi survei dilanjut dengan penyusunan strategi dan rencana terkait pelatihan penjualan online.

Tabel 1. Rencana Pelatihan

Pelatihan Penjualan melalui e-commerce	Metode	Hasil
<ul style="list-style-type: none"> Memberikan materi mengenai cara penggunaan dan pentingnya memanfaatkan e-commerce sebagai media promosi dan penjualan produk. 	<ul style="list-style-type: none"> Menerapkan metode PRA (Participatory Rural Appraisal) untuk memecahkan permasalahan mengenai kurangnya pemahaman UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> Tujuan dari adanya pelatihan ini guna meningkatkan omset penjualan dan memperluas pemasaran produk kripik tempe Karina.
<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pelatihan pemberdayaan masyarakat melalui penggunaan aplikasi e-commerce 	<ul style="list-style-type: none"> Kripik Tempe Karina dalam memanfaatkan media digital sebagai alat bantu promosi 	
<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan akun e-commerce melalui aplikasi shopee 	<ul style="list-style-type: none"> produk kripik tempe Karina. 	

Menurut ahli Syahril tahun 2020, *e-commerce* merupakan salah satu gambaran peralihan jual beli yang dilakukan masyarakat melalui media elektronik (IDNTIMES, 2023). *E-commerce* adalah sebuah tata cara bisnis yang mengikuti gaya kekinian

dengan berfokus pada model transaksi bisnis yang bersifat individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa. Adanya kemajuan teknologi informasi yang pesat, menjadi salah satu cara mempermudah proses pemasaran produk tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Tujuan program pemberdayaan pengabdian Masyarakat dapat membantu mengedukasi dan memberikan solusi mengenai perluasan pemasaran produk untuk meningkatkan omset penjualan kripik tempe Karina.



Gambar 3. Perencanaan Digital Marketing

Tindakan atau Pelaksanaan Program Pelatihan Pembuatan Akun Shopee

Banyaknya pengguna *smartphone* dengan vasilitas internet menambah daya tarik masyarakat untuk menggunakan sarana elektronik sebagai sarana membantu transaksi jual beli barang ataupun jasa tanpa harus mendatangi toko dengan jarak yang jauh. *E-commerce* menjadi salah satu sarana alternatif memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli. Menurut Syah *E-commerce* adalah suatu media yang dapat membantu menunjang perdagangan bagi para pelaku atau pemilik UMKM, salah satunya untuk mempromosikan hasil produk UMKM yang akan dipasarkan (Budiwitjaksono et al., 2022).

Salah satu aplikasi e-commerce yang diminati yaitu aplikasi *Shopee*. Aplikasi ini mampu menawarkan berbagai bentuk promo, diskon, layanan pembayaran digital, dapat memilih jasa kirim, layanan COD (*cash on delivery*) layanan gratis ongkir, *special deal*, bahkan layanan garansi uang kembali jika barang dicancel ataupun tidak datang melewati waktu yang ditentukan *shopee*. Hal ini menjadi daya tarik masyarakat untuk terus menggunakan aplikasi *shopee* sebagai aplikasi andalan. Unikny Cara mendaftar *shopee* sebagai penjual dan konsumen-pun mudah hanya mengunduh Di *Play Store* secara gratis dan mulai mendaftar sesuai petunjuk yang diarahkan oleh Aplikasi *shopee* (Tambunan et al., 2022). Hal ini menjadi salah satu alasan mahasiswa memilih *shopee* untuk membantu pemasaran dan penjualan produk kripik tempe Karina. Pelaksanaan program pelatihan pembuatan akun *shopee* dibagi menjadi 3 tahap yaitu (Indawati et al., 2021):

1. Tahap memberikan materi mengenai cara penggunaan dan pentingnya memanfaatkan *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk. Pelatihan ini guna memberikan pemahaman kepada UMKM kripik tempe Karina tentang pentingnya memanfaatkan *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk. Hal ini bertujuan untuk membantu meningkatkan omset penjualan kripik tempe, dan memperluas jarak jangkau pemasaran produk kripik tempe Karina. Sehingga harapannya tidak hanya lingkup pemasaran toko-toko dan pasar sekitar daerah lebak, namun juga bisa luas antar kota, dan negara. Setelah memberikan pemahaman kepada UMKM, Mahasiswa mulai melakukan pendampingan proses pembuatan akun *shopee* kepada UMKM Kripik Tempe Karina dan mengajarkan beberapa trik dan teknik dalam memasarkan produk kripik melalui aplikasi *Shopee*.



Gambar 4. Pembuatan Akun, Cara Penjualan dan Prakter Melalui Shopee

2. Teknik Pengambilan Gambar Produk Kripik Tempe Karina
Tahap kedua adalah proses pengambilan gambar produk UMKM kripik tempe Karina agar dapat diminati para konsumen. Pada tahap ini mahasiswa mulai memberikan teknik pengambilan posisi gambar dan mengajarkan proses pengambilan gambar produk supaya terlihat lebih jelas dan tidak buram. Baik

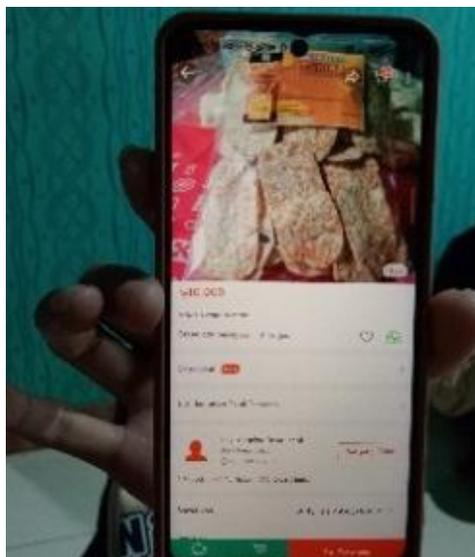


Gambar 5. Produk Kripik Karina

ketika menggunakan background ataupun tidak. Tahap ini mengajarkan tentang bagaimana cara pengambilan gambar dengan menyesuaikan kontras warna yang sesuai dengan warna produk kripik tempe agar hasil gambar terlihat lebih jelas dan maksimal. Harapan Mahasiswa setelah memberikan pemahaman tentang teknik pengambilan gambar dan penyesuaian kontras warna. Pemilik UMKM dapat menghasilkan gambar produk yang berkualitas dan menarik bagi konsumen. Meskipun hanya melalui gambar konsumen bisa tertarik untuk membeli produk kripik tempe Karina.

3. Hasil Pembuatan Akun Penjualan Kripik Tempe Karina

Setelah melalui beberapa tahap yang telah dilaksanakan seperti registrasi pendaftaran akun penjualan, memasukkan produk penjualan, pengisian data informasi mengenai produk dan harga, serta penulisan deskripsi produk yang jelas. Akhirnya akun *shopee* UMKM Kripik Tempe Karina selesai dan proses *upload* produk kripik tempe Karina Di Aplikasi *Shopee* dapat berhasil.



Gambar 6. Hasil Upload Produk

Pengamatan

Pada saat proses *upload* produk Di Aplikasi *Shopee* ada salah satu produk dari UMKM kripik Karina yang tidak bisa di registrasi yang disebabkan karena tanda Bintang merah yang terdapat pada akun menu pendaftaran produk belum melengkapi data informasi produk bertanda bintang. Oleh karena itu diperlukannya pendampingan untuk memberitahu kepada pemilik UMKM supaya tidak lupa mengisi informasi tanda produk yang diberi tanda Bintang merah. Pelatihan ini juga diajarkan bagaimana cara memproses produk kripik tempe Karina yang telah dibeli oleh konsumen hingga pesanan tersebut sampai kepada pembeli dengan baik tanpa adanya kerusakan produk.

Refleksi

Tahap ini dilakukan supaya dapat mengetahui bagaimana hasil dari pelatihan yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa mengenai pencapaian penggunaan *e-commerce* bagi UMKM kripik tempe Karina. Pada tanggal 16 Februari 2024 tim telah melakukan

observasi untuk mengetahui bagaimana keberhasilan dari pelatihan yang telah dilakukan. Apakah pelatihan itu memberikan keuntungan dan berhasil memperluas pemasaran produk atau tidak. Berdasarkan penjelasan dari narasumber pelaku UMKM kripik tempe Karina dari hasil kegiatan refleksi yang dilakukan mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa UMKM ini berhasil memperluas jaringan pemasaran produk kripik tempe Karina. Sehingga tidak hanya dijual secara *door to door* saja melainkan mengalami peralihan pemasaran lebih luas melalui sarana *e-commerce* berupa aplikasi *shopee*. pelatihan yang telah dilakukan dikatakan berhasil karena sesuai dengan Penjelasan dari narasumber pelaku UMKM kripik tempe Karina bahwasanya setelah melakukan pelatihan *e-commerce* omset UMKM kripik tempe Karina dapat meningkat.

4. Kesimpulan

Kegiatan program pemberdayaan masyarakat dilaksanakan mulai tanggal 24 Januari 2024 Di Lokasi UMKM kripik tempe Karina yang bertempat Di Dusun Bulusari, Desa Lebak Kabupaten Semarang Jawa Tengah. Pengabdian ini berfungsi untuk memberikan kontribusi mahasiswa dalam meningkatkan penjualan UMKM kripik tempe Karina dan ikut serta mengembangkan literasi mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai sarana transaksi jual beli. Pengembangan literasi ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan teknologi informasi kearah yang lebih positif dan menguntungkan. Selain itu tujuan dari adanya pemberdayaan ini dapat meningkatkan omset penjualan, produktifitas dan memperluas pemasaran produk kripik tempe Karina. Adanya pelatihan ini diharapkan UMKM kripik tempe Karina dapat meneruskan dan lebih aktif dalam kegiatan pemasaran produk penjualan melalui pemasaran *online*.

Referensi

- Budiwitjaksono, G. S., Putri, R. A., Anindiyadewi, N. C., Pamuji, A. S. A., & Anggrainy, N. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 615–624. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i2.367>
- Estefany, N. V., Latifah, F. N., & others. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181–195.
- IDNTIMES. (2023). 9 *Pengertian E-Commerce Menurut Para Ahli*. www.idntimes.com.
- Indawati, N., Juniarti, R. P., Paramita, S., & Indarwati, T. A. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha Keripik Tempe Dan Keripik Buah Desa Sukorejo Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 18. <https://doi.org/10.26740/ja.v7n1.p18-22>
- Lestari, D., Latifah, F. N., & others. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 216–229.
- Tambunan, A., Friska, J., Yusuf, M. D., Hanani, N., Thomas, R., Serena, R., Fransiskus, R., & Asmara, R. W. (2022). Peningkatan Pendapatan Pelaku

UMKM di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat melalui Pelatihan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Aplikasi E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(4), 63–76.

Wahyudi, K. E., Aziz, M. A., Putri, A. A., Damayanti, R. P., Widiyanti, E. A., & Mawaddah, R. O. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Melakukan Pembudidayaan Jamur Tiram Di Desa Laweyan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(6), 235–239.

Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 1–14.

Yuwita, N., Amaliyyah, N., & Setiadi, G. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM dengan Inovasi Keripik Tempe Coklat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Dusun Telebuk Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 173–182.

Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.