



PENGABDIAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DENGAN MENGIMPLEMENTASIKAN EKONOMI DIGITAL PADA UMKM USAHA KERIPIK PISANG DIMAS

Surya Kusuma

STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: surya.kusumah.dosen@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received January 02, 2022

Revised January 09, 2022

Accepted January 21, 2022

Available online January 25, 2022

Kata Kunci:

Daya Saing, Ekonomi Digital; UMKM

Keywords:

Competitiveness; Economic Digital; UMKM



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by P3EM STIE
Pembangunan Tanjungpinang

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk pengembangan UMKM berbasis literasi digital bagi pelaku usaha Kelurahan Kawal Kabupaten Bintan. Salah satu umkm yang berada di kelurahan Kawal adalah UMKM Kripik Pisang Dimas. Metode dalam pengabdian ini survey, pelatihan dan pendampingan secara langsung dilapangan dengan tujuan pemilik UMKM memiliki pengetahuan baru tentang digitalisasi UMKM yang seharusnya setiap UMKM sudah melakukan dan menggunakan literasi digital ini, yang bisa didapatkan dengan biaya murah dan biaya gratis.

ABSTRACT

This service aims to develop digital literacy-based MSMEs for Kawal Kelurahan business actors, Bintan Regency. One of the SMEs in the Kawal sub-district is the Dimas Banana Chips UMKM. The methods in this service are surveys, training and direct assistance in the field with the aim of MSME owners having new knowledge about digitizing MSMEs that every MSMEs should have done and used this digital literacy, which can be obtained at low cost and free of charge.

1. PENDAHULUAN

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pasal 45 menegaskan bahwa penelitian di perguruan tinggi di arahkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing bangsa. Salah satu bentuk peran Tridharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap masyarakat setempat adalah pengabdian masyarakat yang dikenal dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang biasa disingkat dengan PKM.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang Tahun 2021 ini bernama PKM Cakap Digital. Pada masa pandemi COVID-19 ini PKM STIE Pembangunan Tanjungpinang mengedepankan protokol kesehatan sesuai arahan presiden. Terdapat empat tema program *digital* yaitu *digital skill*, *digital ethics*, *digital culture*, dan *digital safety*. Empat tema program *digital* tersebut menjadi acuan bagi mahasiswa melakukan pengabdian kepada masyarakat dimasa pandemi COVID-19.

Akibat dari pandemi COVID-19 yang melanda negara Indonesia, banyak sekali sektor yang merasakan dampak negatif dari wabah ini. Salah satu sektor yang ikut terdampak pandemi COVID-19 adalah sektor ekonomi. Adanya pembatasan sosial masyarakat berpengaruh pada kegiatan bisnis dan berimbas pada perekonomian. Tidak hanya berimbas pada perekonomian nasional, pandemi COVID-19 juga berdampak pada perekonomian level regional yaitu UMKM (Pratiwi et al., 2020). Wilayah yang juga ikut merasakan dampaknya adalah Kelurahan Kawal.

Di Kelurahan Kawal jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) produktif yang tercatat pada Kelurahan Kawal Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan tahun 2021 berjumlah 231. Ini menunjukkan bahwa tingkat produktivitas penduduk Kawal relatif tinggi. Kondisi ini memungkinkan setiap UMKM yang ada menjadi tempat alternatif terbukanya lapangan pekerjaan baru di Kawal. Namun, terdapat kesulitan yang dihadapi para pelaku UMKM di masa transisi *new normal* ini yaitu untuk memasarkan

*Corresponding author

E-mail addresses: surya.kusumah.dosen@gmail.com

produk atau jasa yang mereka miliki, para pelaku usaha harus memikirkan cara untuk memasarkan produk atau jasanya (Sekti & Armayana, 2021).

Para pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi dan mengikuti perkembangan digital yang ada dikarenakan minimnya pengetahuan dan keterampilan mereka mengenai digital sehingga pemasaran yang mereka lakukan masih melalui mulut ke mulut yaitu metode pemasaran yang mengandalkan informasi dari satu konsumen ke calon konsumen lainnya yang dikenal akan hasil pekerjaannya yang bagus dan hasil produk yang memuaskan. Ada UMKM yang sudah menggunakan digital seperti media sosial untuk pemasarannya tetapi belum dilakukan secara maksimal seperti akun WhastApp pribadi dan usaha yang digabung menjadi satu sehingga ketika ada pelanggan yang ingin memesan respon yang diberikan cenderung lama.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh kelompok 25 selama 14 hari, kami menentukan 2 tempat usaha/UMKM yang akan kami jadikan sasaran dari pengabdian yang akan kami lakukan. Adapun UMKM yang diteliti yang pertama adalah usaha dibidang kuliner keripik pisang di Jl. Manunggal RT.002/RW.005, di sini permasalahan yang dialami pelaku usaha yaitu pemasaran usaha, minimnya pengetahuan mengenai *digital*, belum adanya pembukuan, dan tidak adanya legalitas usaha keripik pisang tersebut. Dan yang kedua adalah usaha kerajinan kayu di Perumahan Griya Mawadddah Blok B No. 12 RT.05 RW.05, permasalahan yang dialami pelaku usaha hampir sama dengan usaha keripik pisang yaitu dari pemasaran usaha, strategi pemasaran, pembukuan dan tidak adanya legalitas usaha tersebut. Berdasarkan masalah-masalah yang kami temukan, maka tujuan pengabdian ini adalah Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Mengimplementasikan Ekonomi Digital Pada UMKM Usaha Keripik Pisang Dimas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Halim, 2020). UMKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. UMKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada.

Dalam ekonomi makro salah satu yang menjadi pokok permasalahan adalah pengangguran dan membahas tentang pendapatan nasional atau pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini UMKM memainkan perannya, diantaranya dalam mengurangi pengangguran UMKM telah berperan aktif menyerap tenaga kerja, yang secara tidak langsung mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Kristiyanti & Rahmasari, 2017).

UMKM **adalah** usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro: Usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp 300.000.000.
- b. Usaha Kecil: Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan 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 yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak aset Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan dari Rp 300.000.000 hingga maksimum Rp 2.500.000.000.
- c. Usaha Menengah: Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan 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 sebagaimana diatur dalam undang-undang. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 hingga paling banyak Rp.100.000.000.000 hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000.000 milyar sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000.

Literasi Digital

Literasi Digital sering dianggap sebagai kecakapan menggunakan internet dan media dital. Siberkreasi & Doloitte dalam (Monggilo et al., 2021) memberikan kerangka yang lebih besar dengan menawarkan empat area kompetensi yang terdiri dari *digital skill*, *digital culture*, *digital ethics*, dan juga *digital safety*. Berikut penjelasannya:

1. *Digital Skill*

Dalam kementrian komunikasi dan informatika RI (2021), mengungkapkan bahwa *Digital skill* berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengetahui, memahami dan juga menggunakan baik perangkat keras ataupun perangkat lunak serta sisitem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Indikator dari digital skill diantaranya:

- a. Peran literasi digital didunia *Market Place*
- b. Starategi digital marketing untuk UMKM ditengah pandemic covid-19
- c. Tren Pekerjaan dan usaha didunia digital
- d. Dompot digital dalam transaksi elektronik

2. *Digital Culture*

Digital culture merupakan kemampuan masyarakat dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan, nilai pancasila dan Bhinneka tunggal ika dalam kehidupan sehari-hari dan dilegalitasi kebudayaan melalui pemanfaatan TIK. Dengan kata lain digital culture juga merupakan bentuk aktivitas masyarakat didalam ruang digital dengan tetap memiliki wawasan kengsaan, nilai- nilai pancasila dan juga kebhinekaan. Indikator dari *digital culture* diantaranya:

- a. Peran komunitas akademik dalam UMKM diera digital
- b. Mengenal lebih jauh tentang UU ITE terkait perlindungan data pribadi atau usaha UMKM
- c. Nabung dan belanja online
- d. Wawasan kebudayaan dalam proses transformasi digital
- e. Penggunaan bahasa yang baik dan benar didunia digital

3. *Digital Ethics*

Digital ethics merupakan kemampuan dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalalkan, mempertimbangkan tata kelola etika digital dalam kehidupan sehari-hari. Indikator dari *digital ethics* diantaranya:

- a. Bijak sebelum mengunggah usaha atau bisnis dimedia social.
- b. Memahami aturan bertransaksi didunia digital
- c. *Basic knowledge* dan *rules* usaha *online*
- d. *e- Market* bagi para pelaku UMKM
- e. Cara berinteraksi dan kalaborasi usaha diruang digital sesuai etika

4. *Digital Safety*

Samuel dalam (Kementrian Komunikasi dan Informatika RI, 2021) mengungkapkan *digital safety* merupakan kemampuan pada masyarakat untuk mengenali, menerapkan, meningkatkan kesadaran terhadap perlindungan data pribadi dan keamanan digital. Indikator dari *digital safety* diantaranya:

- a. *Cyber Safety*, tips dan pentingnya internet sehat bagi pelaku bisnis atau usaha UMKM
- b. Kenali dan pahami rekama jejak diera digital
- c. *Tips and Trick* menghindari penipuan digital
- d. Memahami aplikasi keamanan dan pertahanan siber di dunia digital
- e. Cara aman berinvestasi online.

Marketing

Menurut Putri (2017) *Marketing* adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok- kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.

Marketing juga merupakan suatu rancangan, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. *Marketing* bukan hanya kegiatan menjual barang maupun jasa tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai (Ritonga et al., 2018).

Digital Marketing

Digital Marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Purwana et al., 2017). Sedangkan menurut Juliana et al., dalam (Susanto et al., 2020) *digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan berbagai teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjual. Dengan adanya digital marketing hal ini memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, serta calon konsumen. Selain itu digital marketing juga memudahkan para pembisnis memantau dan juga menyediakan segala kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen. Konsumen dapat mencari produk dengan cara melihat didunia maya, hal ini mempermudah dalam proses pencarian.

Platform yang biasa digunakan dalam dunia digital marketing diantaranya facebook, twitter, instagram dan yang lainnya. Dalam kegiatan UMKM konsep pemasaran berbasis teknologi digital memberikan harapan bagi setiap UMKM dalam mengembangkan usaha menjadi pusat kekuatan ekonomi. Karena pada dasarnya UMKM memiliki peran penting dalam laju perekonomian di Indonesia, terutama dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan serta pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga.

E-Commerce

E-Commerce adalah singkatan dari *Electronic Commerce*, yang sudah ada dalam Undang-undang (UU) Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang mengatur kegiatan e-commerce dalam pasal 65 dan pasal 66. *E-commerce* secara singkat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi. *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan media internet sebagai media komunikasinya (Veza, 2019).

Menurut Kasmi & Candra (2017) *E-Commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net*) dan sejenis mekanisme bisnis elektronik dengan focus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik antar instansi atau individu dengan instansi (*NetReady*).

Packaging

Packaging adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan kemasan yang baik dan juga dapat menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut (Pesoth, 2015). *Packaging* merupakan suatu usaha yang memiliki tujuan untuk melindungi bahan pangan dari penyebab kerusakan baik fisik, kimia, biologis maupun mekanis, sehingga produk sampai dalam keadaan yang baik ke konsumen (Sari & Setiawan, 2017).

Kemasan atau *packaging* adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga didalam desain kemasan tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, agar calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang di kemas. Semakin lengkap informasi yang tertera dikemasan persepsi dari calon pembeli semakin tau dan meyakinkan terhadap produk yang di jual yang akan dibelinya (Mukhtar & Nurif, 2015).

Legalitas

Legalitas usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan usaha, tetapi para pelaku UMKM terkadang belum memahami hal tersebut (Marka et al., 2018). Menurut Kusmanto & Warjio (2019) Ketentuan perizinan usaha yang perlu dimiliki oleh pengusaha berupa SIUP ini berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 46/2009 tentang Perubahan Atas Permendag No. 36/2007 mengenai Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan. Berikut jenis-jenis SIUP berdasarkan skala usaha:

- 1) SIUP Mikro. Jenis izin usaha ini merupakan surat izin yang diberikan pada pengusaha yang usahanya masuk dalam kategori sangat kecil atau mikro. Jadi, SIUP ini diperuntukkan bagi mereka yang memiliki usaha dengan modal dan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) SIUP Kecil. Sesuai dengan namanya, izin usaha ini diberikan kepada pelaku usaha tergolong kecil. Kelompok usaha ini berada di atas pengusaha mikro, karena modal dan kekayaan bersih untuk usaha ini sekitar Rp50 juta hingga Rp500 juta, tidak termasuk tanah dan tempat usaha. Surat izin usaha kelompok usaha kecil ini adalah SIUP Kecil.
- 3) SIUP Menengah. Selanjutnya adalah surat izin untuk kategori usaha menengah, yakni dengan modal dan kekayaan bersih untuk mendirikan usaha ini sekitar Rp500 juta hingga Rp10 miliar, tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sehingga jenis usaha ini bisa mengantongi izin SIUP Menengah

- 4) SIUP Besar. Untuk jenis usaha skala besar, sudah pasti wajib mengantongi yang namanya surat izin usaha perdagangan. Usaha jenis ini merupakan usaha dengan modal dan kekayaan bersih lebih dari Rp10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Menurut Anggraeni (2021) untuk membuat SIUP, ada beberapa pilihan untuk membuat izin usaha ini, yakni secara online maupun offline (datang langsung ke kantor pelayanan), yaitu:

- 1) Secara Online. Jika ingin mengurus SIUP secara online, caranya adalah mendaftarkan diri di situs resmi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Dinas PM & PTSP) masing-masing daerah. Contoh: pelayanan.jakarta.go.id. Setelah masuk dalam laman tersebut, cari informasi pengurusan SIUP untuk skala usaha, apakah SIUP Mikro, SIUP Kecil, atau SIUP Menengah.
- 2) Secara Offline. Jika memilih mengurus SIUP secara offline alias datang langsung ke lokasi/kantor pelayanan, terpadu. Pelaku usaha bisa mendatangi Dinas Perindustrian dan Perdagangan daerah Tingkat II di wilayah Kabupaten atau Kotamadya. Atau, juga bisa melakukannya di PTSP (Pusat Terpadu Satu Pintu) apabila sudah dilengkapi unit layanan ini. PTSP juga terdapat di kantor Kelurahan.

3. MATERI DAN METODE

Uraian Masalah

Usaha Keripik Pisang Dimas

Permasalahan pertama adalah pemasaran usaha Keripik Pisang Dimas. UMKM Keripik Pisang Dimas dalam pemasarannya sudah ada tetapi aspek pemasarannya sebatas wilayah terdekat saja, dikarenakan tidak ada pemasaran secara online. Dimana metode informasinya hanya mengandalkan informasi dari satu konsumen ke calon konsumen lainnya. Jadi dengan permasalahan yang ada kami ingin membantu usaha Keripik Pisang Dimas dengan cara membantu, mengarahkan dan membimbing ibu Murina dalam memasarkan produk Keripik Pisang Dimas menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*.

Permasalahan kedua adalah minimnya pengetahuan Ibu Murina mengenai *Digital Safety*, yang mana dapat mengancam keamanan akun-akun media sosialnya oleh gangguan dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Permasalahan ketiga adalah tidak adanya pembukuan dan permasalahan terakhir adalah tidak adanya legalitas usaha Keripik Pisang Dimas akibat kurangnya sosialisasi betapa pentingnya memiliki legalitas usaha agar mampu bersaing di era pasar bebas.

Perumusan Program Kegiatan

1. Usaha Keripik Pisang Dimas

No	TEMA PROGRAM	RENCANA PROGRAM	METODE PELAKSANAAN
1	<i>Digital Skill</i>	Melakukan pelatihan pengetahuantentang <i>Digital Skills</i> .	Melakukan pembuatan akun sosial media (instagram, facebook, whatsApp busines dan E-mail) dan pengurusan legalitas usaha secara online dan analisa kelayakan usaha mengenai laporan keuangannya
2	<i>Digital Safety</i>	Melakukan sosialisasi tentang pentingnya digital safety terhadap kejahatan didunia maya secara langsung kepada pelaku UMKM dalam bijak menggunakan media sosial di era digital.	Melakukan bimbingan dalam pembuatan surat izin usaha/ legalitas NIB (Nomor Induk Berusaha). Dengan membuka portal https://oss.go.id/ disana sudah dipaparkan secara jelas tahapan pembuatan legalitas usaha secara online. Pelaku usaha hanya mengisi form yang disediakan.

Khalayak Sasaran

1. Usaha Keripik Pisang Dimas

Khalayak sasaran adalah sekumpulan orang yang menjadi sasaran aktivitas komunikasi organisasi. Penentuan khalayak sasaran sangat penting di lakukan supaya target kegiatan yang akan di lakukan

sesuai dengan peserta kegiatan dan pesan yang di sampaikan pada kegiatan tersebut dapat diterima dengan baik. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami lakukan terdapat beberapa khalayak sasaran, hal ini tergantung dimana tempat kegiatan pengabdian di lakukan.

Berikut adalah khalayak sasaran yang sudah kami golongkan berdasarkan tempat kegiatan:

- a. Pemilik UMKM dengan tujuan agar dapat mengembangkan usaha yang telah di miliki
- b. Konsumen yang ingin melihat testimoni-testimoni dari usaha ini. Sehingga apa yang sudah diberikan oleh kami dapat bermanfaat untuk kedepan nya.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Usaha Keripik Pisang Dimas

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan melalui beberapa program, antara lain:

- a. Metode yang dilakukan adalah pelatihan membuat wadah *digital marketing* untuk pelaku usaha agar dapat melakukan pemasaran digital.
- b. Metode yang dilakukan adalah pelatihan bagi pelaku Usaha untuk membuat pembukuan sederhana.
- c. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan terhadap pelaku usaha untuk membantu dalam pengurusan legalitas online.
- d. Melakukan pelatihan pengetahuan tentang Digital Skills.
- e. Melakukan sosialisasi tentang pentingnya digital safety terhadap kejahatan didunia maya secara langsung kepada pelaku UMKM dalam bijak menggunakan media sosial di era digital.
- f. Metode yang digunakan adalah berupa pemaparan mengenai OSS. Bagaimana cara membuka portal OSS, mengisi data-data yang diperlukan dalam pembuatan NIB.

Rencana Program Kerja

Usaha Keripik Pisang Dimas

Rencana program kerja yang akan dilaksanakan adalah tentang Digital skill bagian “Pentingnya Digital Skills di Masa Pandemi Covid 19” dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

- a. Melakukan pelatihan pengetahuan tentang *Digital Skills*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang *Digital Skills*. Sasarannya adalah Ibu Murina
- b. Melakukan sosialisasi tentang pentingnya *digital safety* terhadap kejahatan didunia maya secara langsung kepada pelaku UMKM dalam bijak menggunakan media sosial di era *digital*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku umkm terhadap *digital safety* dan sasarnya adalah Ibu Murina.
- c. Melakukan bimbingan dalam pembuatan surat izin usaha/ legalitas NIB (Nomor Induk Berusaha). Dengan membuka portal <https://oss.go.id/> disana sudah dipaparkan secara jelas tahapan pembuatan legalitas usaha secara online. Pelaku usaha hanya mengisi form yang disediakan. Tujuannya adalah agar usaha yang dijalankan memiliki legalitas yang sah. Sasarannya adalah Ibu Murina

Jadwal Kegiatan

1. Usaha Keripik Pisang Dimas

NO	HARI & TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN	TEMPAT
1	Selasa, 26 Oktober 2021	09.00-11.00	Melakukan pembuatan akun sosial media (instagram, facebook, whatsApp busines dan E-mail) dan pengurusan legalitas usaha secara online	Rumah Ibu Murina Jl. Manunggal RT.002/RW.005
2	Jum'at, 29 Oktober 2021	09.00-12.00	Latihan dalam menggunakan media sosial yang sudah dibuat (belajar dalam mengupload foto,video dan caption promosi)	Rumah Ibu Murina Jl. Manunggal RT.002/RW.005
3	Rabu, 03 November 2021	09.00-12.00	Melakukan sosialisasi tentang pentingnya digital safety terhadap UMKM	Rumah Ibu Murina Jl. Manunggal

				RT.002/RW.005
4	Minggu, 07 November 2021	09.00-12.00	Sosialisasi bersama UMKM dengan tema CAKAP DIGITAL sekaligus Launching iklan pertama Keripik Pisang Dimas di media sosial oleh Ibu Murina	Rumah Ibu Murina Jl. Manunggal RT.002/RW.005

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Usaha Keripik Pisang Dimas

Survey

Pada survey pertama kali yang kami lakukan pada tanggal 28 September 2021 diketahui bahwa Usaha Keripik Pisang Dimas yang beralamat di Jl. Manunggal RT.002/RW.005 telah berdiri sejak tahun 2016 dengan kepemilikan pribadi. Usaha ini menerima pemesanan dan menitipkan keripik pisangnya di warung.

Kemudian pada survey yang kedua pada tanggal 01 Oktober 2021 diketahui untuk dalam segi aspek pemasaran, Keripik Pisang Dimas dikenal dari mulut ke mulut. Dalam artian informasi dari satu konsumen ke calon konsumen lainnya dan dikenal akan kerenyahannya. Sehingga Usaha Keripik Pisang Dimas bisa menerima orderan Keripik Pisang dari luar Kawal. Namun usaha ini kurang memanfaatkan media sosial sebagai promosi untuk menjangkau pelanggan yang lebih banyak.

Selanjutnya untuk segi pembukuan keuangan, pemilik usaha tidak melakukan pembukuan keuangan dimana uang yang masuk tidak dicatat dalam pembukuan. Selain itu pada proses pembukuan transaksi uang keluar terkait dengan pembelian bahan ataupun keperluan usaha tidak dilakukan juga pembukuan yang baik dan juga pengumpulan nota-nota yang berfungsi sebagai bukti transaksi. Selain daripada itu yang menjadi permasalahan utama terkait dengan pembukuan transaksi keuangan ini adalah kurangnya pengetahuan mengenai pemahaman akuntansi untuk melakukan pembukuan sederhana. Padahal pembukuan sederhana yang merupakan hal yang penting dan cukup mudah untuk mencatat segala transaksi dan bukti keuangan yang ada pada Usaha Keripik Pisang Dimas.

Kegiatan Pelaksanaan Program

Pada kegiatan pelaksanaan program hari pertama yang dilakukan pada tanggal 19 Oktober 2021, kami menyampaikan beberapa pengarahan terkait program apa yang akan kami terapkan di Keripik Pisang Dimas dan foto-foto Pada saat proses pembuatan keripik pisang.

Kemudian pada kegiatan pelaksanaan kedua yang dilakukan pada tanggal 24 Oktober 2021, kami melakukan pembuatan akun sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp bussines dan Email kepada Ibu Murina. Selain itu kami juga memberikan hasil revisi pembuatan logo dan packaging baru untuk Keripik Pisang Dimas.

Lalu, pada kegiatan pelaksanaan hari ketiga pada tanggal 29 Oktober 2021, kami memberi tahu bagaimana cara menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp Busines, dan Email. Kami juga membantu Ibu murina cara mengambil foto produk Keripik Pisang yang bagus dan mengupload foto tersebut ke sosial media yang sudah dibuat dengan menggunakan caption yang menarik.

Pada kegiatan pelaksanaan hari keempat pada tanggal 3 November 2021, kami membantu Ibu Murina packaging untuk dipasarkan lagi, Kemudian untuk pencatatan keuangan, melanjutkan penjelasan pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi Buku Kas. Kami melaksanakan kegiatan pelaksanaan program pembuatan NIB pada web Oss.go.id agar usaha ibu ini memiliki legalitas dan diakui oleh pemerintah karena telah memiliki legalitas usahanya agar usaha yang dijalankan ibu ini dapat berkembang.

Kegiatan pelaksanaan program hari kelima pada tanggal 5 November 2021, kami melakukan persiapan untuk sosialisasi yang akan kami jalankan di Kantor Kelurahan Kawal. Hal-hal yang perlu kami siapkan untuk melakukan sosialisasi seperti, konsumsi, ruangan, menyebarkan undangan membuat materi untuk disampaikan kepada para UMKM yang berada di Kawal.

Pada kegiatan pelaksanaan program hari keenam pada tanggal 7 November 2021, kami melaksanakan sosialisasi di Kantor Kelurahan Kawal yang dihadiri oleh beberapa pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Kawal. Adapun materi yang kami sampaikan tentang pentingnya Vaksin, Pembuatan NIB di Web Oss.go.id, Tentang Digital Marketing dan Digital Keuangan (Aplikasi Buku Kas).

Pembahasan

Usaha Keripik Pisang Dimas

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Di Usaha Keripik Pisang Dimas dapat dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut tidak terlepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat yang ada. Berikut ini akan dijelaskan dengan lebih terperinci:

1. Faktor Pendukung Beberapa faktor pendukung pelaksanaan program kami, antara lain:
 - a. Kami mendapatkan respon yang baik dari Ibu Murina dan Suaminya selaku pemilik usaha.
 - b. Adanya antusiasme yang tinggi dari Ibu Murina dan Suami yang ingin belajar membuat kami semangat sehingga program kami bisa berjalan dengan lancar.
2. Faktor Penghambat.
 - a. Dalam melakukan kegiatan selain faktor pendukung, kamipun mendapat hambatan saat pelaksanaan program yaitu ruangan atau tempat yang kurang memadai.
 - b. Pada saat melakukan pembukuan sederhana yang menyulitkan adalah kurangnya pemahaman akuntansi pemilik sehingga itu membuat kami harus membuat metode pembelajaran dan pelatihan sesederhana mungkin agar dapat mudah dipahami serta dipraktekkan dalam transaksi sehari-hari.
 - c. Kemudian memberikan motivasi yang sangat banyak agar dapat mengetahui dan memahami tentang pentingnya pembukuan sederhana guna pengembalian keputusan yang akan datang untuk keberlangsungan usaha dan menghilangkan rasa malas untuk selalu mencatat segala jenis transaksi.

Tindak Lanjut Program Program Pemasaran Digital

Berdasarkan program-program kegiatan yang kami laksanakan selama Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), ada beberapa program yang dapat ditindaklanjuti seperti digital marketing yaitu Ibu Murina telah memiliki akun bisnis Instagram, Facebook, Whatsapp Busines untuk mempromosikan keripik Pisang yang mana sebelumnya Ibu Murina belum memiliki akun Sosial Media.

Selain itu, Ibu Murina yang sebelumnya sudah memiliki logo dan packaging, tetapi kurang menarik, Kemudian ibu Murina memberikan saran untuk mengganti logo dan packaging yang lebih menarik dan sesuai dengan produk yang dijual. Setelah Ibu Murina menjual Keripik Pisang dengan logo dan packaging yang baru, Ibu Murina merasa penjualannya semakin meningkat dari yang awalnya harga perpcs hanya Rp 5000 semenjak melakukan perubahan dalam packaging yang baru penjualan semakin meningkat dengan harga perpcs Rp 10.000.

Kemudian, kami telah mempromosikan di Instagram, Facebook dan Whatsapp Busines agar memudahkan Ibu Murina saat ada konsumen yang ingin melakukan pemesanan. Kami juga telah membuatkan caption untuk setiap foto postingannya sehingga Ibu Murina tidak perlu kesusahan untuk memikirkan caption apa yang akan dicantumkan disetiap postingan foto.

Pembukuan Sederhana

Untuk pencatatan keuangan kami menggunakan metode pelatihan pada Ibu Murina. Metode ini diharapkan dapat berguna agar ibu Murina tidak hanya mengerti tetapi juga dapat mempraktekkannya. Dalam hal ini kami juga langsung mendampingi Ibu Murina dalam merancang dan melakukan pencatatan dalam satu bulan.

Untuk mengajarkan pembukuan sederhana yang tepat kepada pemilik, kami harus menyusun terlebih dahulu hal-hal apa saja yang akan kami ajarkan. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mencari informasi tentang bagaimana catatan yang dibuat selama ini. Namun, ternyata hasil menunjukkan bahwa tidak ada catatan yang dapat diakui secara akuntansi. Karena Ibu Murina sama sekali tidak memiliki pembukuan keuangan. Dari informasi tersebut kami mencoba menyusun untuk melakukan pembukuan sederhana yang berfungsi untuk media pencatatan dan juga penghasil laporan keuangan nantinya berupa laporan laba/rugi yang dapat dipergunakan.

Jadi kami memutuskan untuk memulai mengajarkan tentang pentingnya melakukan pembukuan sederhana. Pada tahap ini kami mulai memberikan motivasi terkait pentingnya laporan keuangan dan menghilangkan rasa malas untuk terus mencatat segala macam transaksi terkait dengan usaha. Agar kita sebagai pemilik dapat mengetahui berapa keuntungan dan kerugian yang kita terima dari usaha tersebut. Motivasi ini memang sangatlah penting karena hal yang terberat untuk melakukan pembukuan sederhana yang baik adalah menghilangkan rasa malas untuk jeli pada setiap transaksi yang ada yang kemudian dicatat.

Selanjutnya kami melakukan tahap proses dan pengelolaan. yaitu kami melakukan penjelasan tentang tata cara melakukan pembukuan sederhana, seperti bagaimana mencatat uang masuk, bagaimana mencatat uang keluar dengan menggunakan via aplikasi seperti aplikasi Buku Kas. Karena pada aplikasi ini

sederhana dan mudah untuk digunakan. Kami juga menjelaskan keunggulan dan kelebihan dari metode secara otomatis via aplikasi. Sehingga Ibu Murina dapat dengan mudah dalam menentukan cara terbaik dalam melakukan pembukuan usahanya.

Setelah kami mengajarkan proses dan pengelolaannya kami mengajarkan Ibu Murina bagaimana cara untuk dapat menghasilkan salah satu laporan yang sederhana untuk usahanya agar dapat mengetahui beliau untung atau rugi. Kami menjelaskan sambil memberikan contoh yang mudah agar Ibu Murina dapat mendapatkan laporan laba/rugi dari hasil pencatatan transaksi yang ia lakukan selama periode satu bulan. Hasilnya kami meminta Ibu Murina untuk dapat mempraktekkannya kedalam laporan yang telah ia buat, dan hasilnya menunjukkan beliau dapat melakukannya. Penerapan pembuatan laporan laba/rugi pada usaha Ibu Murina dari pencatatan transaksi juga dilakukan dengan otomatis via aplikasi Buku Kas. Dengan tujuan agar Ibu Murina bisa memilih sendiri cara yang tepat dan nyaman bagi dirinya sendiri dalam melakukan pembuatan laporan laba/rugi.

Perizinan (melakukan pendampingan pendaftaran usaha) ke instansi setempat

Program yang dilaksanakan oleh kelompok 25 (kelompok kecil 1) yaitu pendampingan dalam melakukan pelegalan usaha. Dimana dengan tujuan kedepannya agar dapat berjalan dengan baik dalam berusaha, merasa aman dan diakui oleh masyarakat. Bukan hanya usaha yang skalanya besar saja yang harus memiliki izin, tetapi usaha dengan skala kecil juga harus memiliki. Pemerintah telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 98 tahun 2014 tentang perizinan untuk usaha mikro dan kecil yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Dalam hal ini, pengurusan prosedur IUMK telah sangat dipermudah setelah keluar PERPRES sehingga menjadi lebih sederhana, mudah, dan cepat dan menguntungkan bagi pelaku usaha.

Menurut PERPRES yang dikeluarkan oleh pemerintah tersebut dimaksudkan untuk mempermudah UKM/UMKM dalam melakukan pelegalan usaha, dimana pelegalan usaha tersebut berguna bagi pengusaha diantaranya:

- a. Mendapatkan kepastian perlindungan hukum dalam usaha sesuai dengan lokasi yang sudah ditetapkan.
- b. Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan baik dari pusat, provinsi maupun dari daerah.
- c. Mendapatkan kemudahan dalam mengakses pembiayaan ke berbagai lembaga keuangan bank maupun non-bank.
- d. Mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha yang lebih besar.
- e. Mendapatkan pengakuan yang sah dari berbagai pihak atas izin yang dimiliki dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.
- f. Mendorong para pelaku bisnis UKM untuk sadar pajak, sehingga bisa bermanfaat untuk kemajuan usahanya.

Proses pelegalan usaha tersebut, seperti yang sudah dijelaskan diatas didaftarkan di Pelayanan Terpadu Satu Pintu Badan Koordinasi Penanaman Modal (PTSP BKPM) dengan menggunakan OSS (Onling Single Submission). Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS) adalah Perizinan Berusaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi.

Beberapa dokumentasi kegiatan sebagai berikut:

Survei Ke Kelurahan Kawal



Usaha Keripik Pisang Dimas Survei UMKM



Foto bersama pemilik usaha keripik pisang



Stiker Produk Usaha yang lama



Stiker Produk Usaha yang baru



Produk keripik pisang setelah diperbarui packaging

5. KESIMPULAN

Usaha Keripik Pisang Dimas

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berlokasi di UMKM milik Ibu Murina yaitu Keripik Pisang Dimas yang berada di Kelurahan Kawal berjalan dengan baik dan lancar. Program yang telah dilaksanakan meliputi digital marketing dan digital keuangan. Digital Marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk Keripik Pisang dan dapat melakukan transaksi jual beli melalui internet. Seperti halnya penjual, mereka juga dapat memantau, dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Digital marketing merupakan komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan awareness dan engagement masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.

Pembukuan yang tidak dilakukan oleh pelaku usaha menjadikan si pelaku usaha kesulitan dalam menjalankan usahanya. Tidak dilakukannya pencatatan transaksi membuat si pelaku usaha kebingungan dengan apa yang ia dapatkan, bisa saja untung atau malah rugi. Tentunya dengan dilakukannya pembukuan sederhana ini diharapkan bagi pelaku usaha untuk dapat dengan mudah dalam pengambilan keputusan usahanya. Karena hal ini penting untuk keberlangsungan usaha. Mengajarakan pembukuan sederhana dengan metode yang tepat menjadi cara yang kelompok kami ambil agar dapat dengan mudah bagi pelaku usaha dalam mengimplementasikannya serta dapat bersifat sustainable (berkelanjutan).

6. SARAN

Usaha Keripik Pisang Dimas

Sebagai pelaku usaha Keripik Pisang Dimas harusnya memperhatikan pemasaran umkmnya karena pemasaran untuk di era global ini tidak cukup jika hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Ibu Murina harus bisa melakukan pemasaran dengan metode digital marketing, maka dari itu kami sebagai peserta PKM membantu Ibu Murina dalam membuat akun Instagram, Facebook, Whatsapp Busines sebagai wadah promosi karena sosial media tersebut sekarang telah banyak digunakan oleh semua orang dari berbagai jenis usia.

Agar usaha Keripik Pisang Dimas milik Ibu Murina dapat mengetahui usaha untung ataupun rugi, ibu murina harus rajin memperhatikan pembukuan dan pencatatan transaksi agar mengetahui usaha nya mengalami untung atau rugi. Agar para setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya bisa lebih memperhatikan masalah pembukuan dan pencatatan transaksi. Hal ini memanglah cenderung sulit karena memaksa kita untuk jeli dan rajin dalam mencatatkan setiap transaksi. Namun hal ini sangatlah penting karena dapa digunakan sebagai pengambilan keputusan dan juga bisa beguna bagi para pemangku kepentingan yang ada pada usaha tersebut. Selain itu agar pelaku usaha dapat dengan mudah mengetahui kondisi yang dialami oleh usahanya seperti untung atau rugi yang ia dapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(1), 77–83.
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Kasmi, & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(2), 109–116.
- Kristiyanti, M., & Rahmasari, L. (2017). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *JAM (Jurnal Aplikasi Manajemen)*, 13(2), 186–196. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/760>
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupii.v11i2.13583>
- Lestari, N. L. W. T., & Dewi, N. N. S. R. T. (2020). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 170–178. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1435.170-178>
- Marka, M. M., Azis, N., & Alifiana, M. A. (2018). Pengembangan UMKM Madumongso Melalui Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha. *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Pada Masyarakat*, 22, 108–113.
- Monggilo, Z. M. Z., Kurnia, N., Yudha Wirawanda, Devi, Y. P., Sukmawati, A. I., Anwar, C. R., Wenerda, I., & Astuti, S. I. (2021). *Cakap Bermedia Digital*. <http://literasidigital.id/books/modul-cakap-bermedia-digital/>
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- Ningsih, S. D., & Afria, M. (2019). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Manajemen. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i1.41>
- Ningtiyas, J. D. A. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan). *Riset & Jurnal Akuntansi*, 2(1), 11–17.
- Pesoth, M. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1101–1112.
- Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(1), 34–39.
- Pratiwi, Mirza. A., Aisya, Niki., & Saputra, Febri. E. (2020). Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang. *Seminar Nasional Seri Ke IV Program Studi Magister Manajemen*, 34, 305–317.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan

- Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Putra, T. M. (2013). Analisis Penerapan Akuntansi Aset Tetap Pada CV. Kombos Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 190-198. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1646>
- Putri, B. R. T. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Packaging Terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. 6(7), 3820-3849.
- Sekti, W. B., & Armayana, R. (2021). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sentra Industri Gitar dalam Menghadapi Covid-19. *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 1(1), 49-70. <https://doi.org/10.22515/literasi.v1i1.3257>
- Setiawan, E. (2021). Pemahaman Masyarakat Tentang Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12(2), 580-590.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Veza, O. (2019). Perancangan E-Commerce Untuk Memperluas Produk Komunikasi di PT . Golden Communication Berbasis Web Mobile. *Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*, 4(1), 95-100.