

## STRATEGI PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

Putro Hadi Mukhlisin<sup>1\*</sup>, Imron Heriyanto<sup>2</sup>, Sekhruri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STEI Al-Amar Subang, Indonesia

[putramubaligh354@gmail.com](mailto:putramubaligh354@gmail.com)

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** Saat ini tingkat penetrasi broadband Indonesia baru mencapai 7%, masih tertinggal dibanding negara tetangga yang baru tumbuh. Peran teknologi pada UMKM sangat penting, dalam mendukung kemajuan UMKM. Tujuan pengabdian yakni untuk mengimplementasikan strategi pemanfaatan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah jasmine. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 (tiga) tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan terlihat bahwa manfaat teknologi informasi secara efektif sehingga pelaku UMKM dapat berkiprah di pasar global dan dapat meningkatkan daya saing dari pelaku usaha UMKM itu sendiri. Tidak hanya itu, aplikasi yang dikembangkan untuk UMKM ini juga menggunakan konsep open platform sehingga membuka kesempatan bagi pihak-pihak lain untuk bermitra memperkaya content dan aplikasi tersebut dengan kemampuan lain yang mungkin dikembangkan.

**Kata Kunci:** Strategi; Pemanfaatan; Teknologi; UMKM.

**Abstract:** Currently, Indonesia's broadband penetration rate has only reached 7%, still lagging behind its neighbors, which are just growing. The role of technology in MSMEs is very important, in supporting the progress of MSMEs. The purpose of the service is to implement strategies for utilizing technology for the income of jasmine micro, small and medium enterprises. The method of implementing community service is with 3 (three) stages, namely the preparation stage, the implementation stage and the evaluation stage. Based on the results of the implementation of activities, it can be seen that the benefits of information technology are effective so that MSME actors can take part in the global market and can increase the competitiveness of the MSME business actors themselves. Not only that, the application developed for MSMEs also uses the concept of an open platform so that it opens opportunities for other parties to partner to enrich the content and applications with other capabilities that might be developed.

**Keywords:** Strategy; Utilization; Technology; MSMEs.

---

#### Article History:

Received: 01-12-2022

Revised : 01-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Online : 03-03-2023

---

### A. LATAR BELAKANG

Saat ini, dunia perekonomian Indonesia tengah menggalakkan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal sebagai UMKM sebagai salah satu usaha peningkatan kegiatan perekonomian di

Indonesia. Berbagai kegiatan dilaksanakan mulai dari investasi, regulasi, infrastruktur hingga perbankan dilakukan untuk merangsang pertumbuhan UMKM di Indonesia, dimana kegiatan ini tidak saja dilakukan oleh para pelaku dunia bisnis, tetapi juga pemerintah dan perbankan.

Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dengan adanya UMKM bisa mengurangi angka pengangguran dan UMKM juga sekarang bukan hanya di pandang sebelah mata oleh pengusaha kelas atas tetapi menghargai para pelaku usaha kecil saat ini. UMKM saat ini bukan hanya menjadi pilar tetapi juga menjadi kebutuhan untuk orang yang membutuhkan pekerjaan (Nurranto, 2019).

Menurut (Sofyan, 2020) mengemukakan bahwa UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting terutama dalam hal penciptaan kesempatan kerja. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat melimpah mengikuti jumlah penduduk.

Salah satu cara untuk peningkatan daya saing UMKM adalah melalui akselerasi penggunaan teknologi atau ICT dalam menunjang Operasional usaha yang dilakukannya. Dengan pengetahuan terkait ICT sangat diperlukan UKM Indonesia, antara lain untuk menciptakan peluang-peluang komersial baru, menyebarkan informasi, berkolaborasi dengan partner dan juga membantu untuk menjaring pelanggan yang ada di seluruh dunia yang juga menjadi komunitas internet. Saat ini tingkat penetrasi broadband Indonesia baru mencapai 7%, masih tertinggal dibanding negara tetangga yang baru tumbuh.

Dibutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing sektor UMKM dan sumber daya manusia khususnya untuk menghadapi pasar bebas ini. Masalah yang masih dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya produktivitas (Susilo, 2007). Hal tersebut berkaitan dengan: (1) rendahnya kualitas sumberdaya manusia UMKM, (2) rendahnya kompetensi kewirausahaan usaha skala mikro. Di samping itu, UMKM menghadapi pula faktor-faktor yang masih menjadi kendala dalam peningkatan daya saing dan kinerja UMKM. Faktor-faktor termaksud adalah (1) terbatasnya terhadap akses permodalan, (2) terbatasnya terhadap akses ke pasar, dan (3) terbatas akses informasi mengenai sumberdaya dan teknologi (Alief, 2015).

Menurut (Silaen, 2021) mengemukakan bahwa strategi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang efektif serta efisien, selain itu perusahaan dituntut bisa mengatasi dan menghadapi setiap masalah atau hambatan yang datang dari dalam organisasi maupun dari luar organisasi. Sedangkan

menurut Pearce dan Robinson sebagaimana dikutip (Juhadi, 2020) bahwa strategi merupakan rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan.

Strategi pemasaran menurut Kotler dan Amstrong, sebagaimana dikutip (Sudirman, 2020) yaitu logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai tinggi bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran digunakan untuk mengantisipasi masalah-masalah di masa depan.

Menurut Rosenfeld sebagaimana dikutip (Nusran, 2010) bahwa pembangunan usaha kecil merupakan penggerak pembangunan nasional. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di upayakan agar dapat menjangkau dan merata sampai di daerah pedesaan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian bangsa. Data pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan angka lebih dari 53 juta, dengan jumlah tenaga kerja terserap mencapai angka 102 juta.

Berdasarkan latar belakang pengabdian ini, sangat penting melakukan pengabdian dalam rangka memberikan pendampingan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam mengembangkan usahanya terutama di era yang menuntut pemanfaatan teknologi.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian masyarakat ini berusaha mengimplementasikan strategi pemanfaatan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah jasmine. Menurut (Arifudin, 2023) bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan pada mitra pengabdian masyarakat.

Adapun metode pelaksanaan memuat beberapa hal penting, yakni sebagai berikut:

### **Tahapan Persiapan**

Pada tahapan ini menurut (Arifudin, 2020) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, diantaranya: (a) melakukan koordinasi internal: kegiatan ini dilakukan oleh tim guna membahas tentang perencanaan secara konseptual dan operasional; (b) koordinasi secara eksternal: kegiatan ini dilakukan dengan pihak sekolah mitra terkait; (c) penyusunan instrumen kegiatan pengabdian seperti, presensi, PPT, media diskusi dan sebagainya; dan (d) persiapan mengenai tempat/lokasi kegiatan, dokumentasi dan persiapan teknis lainnya.

### **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahapan ini menurut (Hanafiah, 2021) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Ini merupakan tahap training atau pelatihan yang dilaksanakan dengan mencangkup hal-hal berikut: (a) *Focus Group Discussion* (FGD); (b) Pelatihan dengan *role play*; dan (c) pendampingan penerapan program.

### **Tahap Evaluasi**

Pada tahap ini menurut bahwa merupakan (Tanjung, 2020) tahapan dalam rangka menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian dan indikator ketercapaian kegiatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tahap ketiga ini merupakan tahap tindak lanjut, meliputi: (a) evaluasi serta refleksi terhadap program; (b) pengembangan modul proyek; dan (c) tindak lanjut berupa pendampingan dan layanan terpadu

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan Pembahasan pengabdian masyarakat ini berusaha mengimplementasikan strategi pemanfaatan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah jasmine, yang digeneralisasikan dalam bentuk temuan dalam proses pengabdian masyarakat, seta didukung oleh data-data dan teori yang relevan dengan temuan pada pengabdian masyarakat ini.

Sejak dirintisnya Jasmine pada tahun 2019, Jasmine telah menggunakan beberapa desain branding.



Gambar 1.1 Produk Awal Tas Jasmine

Gambar 1.1 yaitu branding perdana dari Jasmine dengan berbahan kuningan yang mudah di dapatkan dengan minimal order 12 pcs tetapi terdapat kelemahan yaitu gampang menghitam.



Gambar 1.2 Produk kedua Tas Jasmine

Lalu di *upgrade* ke gambar 1.2 yang bertekstur pasir dan kelemahannya karena kecil.



Gambar 1.3 Produk ketiga Tas Jasmine

Kemudian pindah ke gambar 1.3 yang berupa logo tetapi kelemahannya pipih/*flat* nya tipis di karenakan berbahan kuningan. Setelah banyaknya kelonjakan pesanan dan terdapat saran dari tim branding maka logo tersebut di ganti dengan bahan aloe yang minimal ordernya 1.000 pcs.



Gambar 1.4 Produk keempat Tas Jasmine

Dan khusus untuk tas berbahan kanvas brandnya tidak pernah di ganti-ganti dari awal rintisan hingga sekarang seperti di gambar 1.4.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jasmine sudah cocok di gunakan pada saat masa ini. Penjualan yang di lakukan secara online mampu memudahkan konsumen untuk membeli produk Jasmine tanpa harus bertatap muka. Hal ini sejalan dengan (Arifudin, 2021) yang mengemukakan bahwa strategi yang digunakan oleh sebuah organisasi harus beradaptasi dengan perkembangan zaman.

#### 1. Pengaruh Teknologi Secara Simultan Terhadap Pendapatan

Teknologi berpengaruh secara serempak terhadap pendapatan UMKM Jasmine. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang di lakukan (Sumarno, 2010) dengan judul penelitian "Pengaruh Modal Pinjaman, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)", yang menyebutkan bahwa jam kerja secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan karyawan serta jam kerja secara parsial berpengaruh nyata dan positif terhadap tingkat pendapatan.

#### 2. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan

Modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Jasmine. Menurut (Arifudin, 2019) yang menyatakan semakin besar modal sebuah organisasi maka akan berpengaruh positif terhadap pendapatan yang diterima oleh organisasi yang bersangkutan. Adapun hubungannya dengan penelitian ini bahwa modal sama-sama berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

#### 3. Pengaruh Teknologi Terhadap Pendapatan

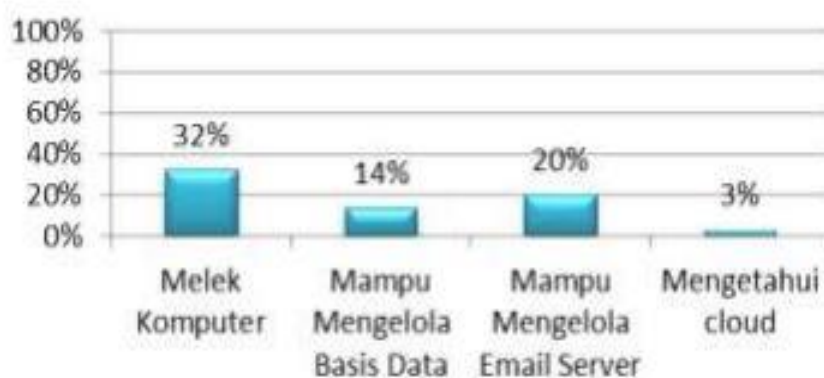
Teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Jasmine. Suparmoko dan Irawan sebagaimana dikutip (Fasa, 2020), yang menyebutkan bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap tingkat pendapat yang akan diterima UMKM. Artinya semakin modern teknologi yang digunakan, maka pendapatan UMKM yang diterima juga akan semakin meningkat. Adapun hubungannya dengan penelitian ini teknologi sama-sama berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

UMKM Indonesia perlu didukung terus agar mempunyai daya saing yang tinggi, baik dalam tingkat nasional maupun global. Sekaligus untuk mempersiapkan UMKM dalam menghadapi Pasar Bebas Asean (Masyarakat Ekonomi Asean/MEA) yang akan diterapkan. Menurut (Labetubun, 2021) bahwa daya saing UMKM ini sangat diperlukan agar UMKM Indonesia tidak kalah saing dengan UMKM lain dari luar negeri yang akan masuk dengan bebas mengambil pasar UMKM Indonesia. Dengan tingkat daya saing yang cukup baik, UMKM juga dapat

berkesempatan dengan mudah untuk melakukan ekspansi ke negaranegara lain.

Menurut (Bairizki, 2021) bahwa salah satu cara untuk peningkatan daya saing UMKM adalah akselerasi penggunaan ICT diopersinal usaha yang dilakukan oleh UMKM. Pengetahuan terkait ICT sangat diperlukan UMKM Indonesia, antara lain untuk menciptakan peluang-peluang komersil baru, menyebarkan informasi, berkolaborasi dengan partner dan juga membantu pemasaran dan untuk menjaring pelanggan yang ada di seluruh dunia.

Saat ini tingkat penetrasi ICT broadband internet oleh UMKM di tanah air Indonesia baru mencapai 7%, masih tertinggal dibanding negara tetangga yang baru tumbuh. Dari penelitian yang telah dilakukan Indonesian Cloud Forum (ICF) dengan Mars Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2012, kondisi UMKM Indonesia terkait ICT seperti tampak pada Gambar 1.5 di bawah ini:



Gambar 1.5 Tingkat Pengeyahuan UMKM terkait dengan ICT

Dari Gambar 1.5 tampak bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui dan memanfaatkan ICT dalam menjalankan bisnis usahanya. Guna mendukung pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) menghadirkan program Indonesia Digital Enterpreneur (INDIPreneur). Program INDIPreneur dimaksudkan untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan mengenai implementasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan e-commerce serta memberikan kemampuan untuk menjalankannya.

Program ini merupakan komitmen Telkom meningkatkan potensi jutaan UKMK di indonesia melalui pemanfaatan ICT yang murah muda dan manfaat. Melalui program indiprernerue sangat memungkinkan bisnis UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan penggunaan aplikasi konektivty yang berkualitas dan terjangkau. Program Indiperenerue menawarkan konsep layanan yang menyeluruh mencakup penyediaan

Device, Network, Application dan Platform (DNA-P). Telkom juga menyediakan perangkat IT dengan pola leasing (sewa beli) bagi pelaku UMKM yang menghadapi kendala ketersediaan sarana. Sementara untuk akses ke internet broadband menggunakan akses wifi, serta menyediakan layanan Portal, Application dan Content (PAC) dengan teknologi Cloud Computing. Teknologi Cloud Computing meliputi *Infrastructure as a Service (IAAS)*, *Platform as a Service (PaaS)* dan *Software as a Service (SaaS)*. Semua solusi TIK tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk berbagai keperluan dalam mempromosikan perusahaan/produk, melakukan transaksi online serta kemudahan pengelolaan bisnis secara online sehingga melalui program INDIPreneur, Telkom mengharapkan para pelaku UMKM dapat lebih memahami manfaat teknologi informasi secara efektif sehingga pelaku UMKM dapat berkiprah di pasar global dan dapat meningkatkan daya saing dari pelaku usaha UMKM itu sendiri.

Tidak hanya itu, aplikasi yang dikembangkan untuk UMKM ini juga menggunakan konsep open platform sehingga membuka kesempatan bagi pihak-pihak lain (*content developer, application developer*) untuk bermitra memperkaya content dan aplikasi tersebut dengan kemampuan lain yang mungkin dikembangkan. Program INDIPreneur merupakan bagian dari Mega Proyek "Indonesia Digital Network" (IDN) yang menargetkan 5 juta pelanggan broadband dan penyediaan 1 juta wifi pada tahun 2013. Selanjutnya program tersebut diimplementasikan untuk mewujudkan Indonesia Digital Society (InDiSo) yang akan meningkatkan daya saing masyarakat Indonesia di bidang teknologi informasi dan komunikasi termasuk pelaku bisnis UMKM. Program Telkom IndiPrenuer ini dalam implementasi sangat dikenal nama program Small Medium Enterprise Indonesia Bisa (SME Indonesia Bisa) yang pengelolaan 100 sentra bisnis 2013, sejalan dengan perkembangan pengelolaan sentra bisnis menjadi 300 sentra bisnis program berubah nama menjadi SME Indonesia Hebat (SME Indonesia Hebat) tahun 2014, kemudian terus bertambah pengelolaan sentra bisnis menjadi 500 sentra bisnis saat ini, program juga berganti nama "Indonesia Bagus" sampai saat ini berjalan yang tersebar di seluruh Indonesia (58 WITEL TELKOM) yang dikelola secara fokus dan cost effective melalui pendekatan Territory Management.

Dengan pendekatan Territory Management diharapkan penetrasi ICT dapat mencapai coverage secara luas yaitu di seluruh Indonesia, sehingga peningkatan daya saing UMKM juga dapat dilakukan secara merata di seluruh Indonesia. Hal ini sejalan dengan (Arifudin, 2022) bahwa pemanfaatan teknologi berdampak pada peningkatan daya saing sebuah organisasi.



Tujuan dari Program Indi Prenuer ini adalah memberikan solusi ICT secara komprehensif kepada UMKM dengan mengedepankan prinsip Mudah, Murah, Manfaat. Mudah dalam artian memudahkan UMKM untuk mendapatkan layanan teknologi informasi dan komunikasi untuk kegiatan bisnisnya. Murah dalam pengertian memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dengan penawaran model bisnis dengan biaya murah yang terjangkau (*Pay As You Use*). Hal ini sejalan dengan (Nasser, 2021) bahwa manfaat dalam arti solusi ICT dapat memberikan manfaat bagi pengembangan sebuah organisasi baik organisasi bisnis, pendidikan dan sebagainya.

#### **D. SIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil pengabdian diatas, kesimpulan dari hasil pengabdian tentang strategi pengembangan UMKM kerajinan ukir kayu di Kabupaten Subang bahwa semakin modern teknologi yang diadopsi maka semakin besar pendapatan yang di terima oleh UMKM Jasmine sehingga modal, teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Jasmine.

Saran dari pengabdi yaitu UMKM Jasmine hendaknya memberikan pelatihan-pelatihan khusus kepada masyarakat yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga membantu masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dan meningkatkan keahlian masyarakat dalam bidang berwirausaha melalui teknologi.

Rekomendasi yang dapat dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Jasmine dengan memperkuat kerjasama dengan berbagai pihak. Keterlibatan semua pihak Pemerintah, lembaga keuangan dan BUMN terkait berkomitmen dan konsisten dapat membantu meningkatkan produktivitas dan daya saing sektor UMKM dalam pasar bebas nanti.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

1. Ketua STEI Al-Amar Subang, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik
2. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat STEI Al-Amar Subang yang telah mengizinkan kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.
3. Jasmine sebagai Mitra pengabdian yang sudah bersedia dalam kerjasama pengabdian

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Alief. (2015). Kajian Pola Pengembangan Umkm Di Kampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN. *JIEP*, 15(2), 71–90.

- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Global (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Juhadi, J. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Audit Internal Terhadap Pelaksanaan Good Corporate Governance. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 17-32.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Nasser, A. A. (2021). Sistem Penerimaan Siswa Baru Berbasis Web Dalam Meningkatkan Mutu Siswa Di Era Pandemi. *Biomatika: Jurnal Ilmiah Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 7(1), 100–109.
- Nurranto. (2019). Tingkat Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Produk. *Universitas Indraprasta PGRI*, 11(1), 1–15.
- Nusran. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 1–10.
- Silaen, N. R. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sumarno. (2010). Strategi Pembangunan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Eksplanasi*, 5(1), 54–68.
- Susilo. (2007). Pertumbuhan Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM)

dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Eksekutif*, 4(2), 306–313.

Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.