

***Optimuse-Print* (Optimalisasi Umkm Dan Ecoprint Tembindigo) Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Di Masa Pandemi Covid-19**

Muhammad Arif Rizqi

Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, Email: arif.rizqi@umy.ac.id
DOI: 10.18196/ppm.44.766

ABSTRAK

Dusun Tembi yang terletak di wilayah Kapenewon Sewon, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi sumber daya manusia dan hasil budaya berupa makanan khas Sego Kemul dan batik Ecoprint. Dengan adanya perkembangan IPTEK di masa Pandemi COVID-19 ini diharapkan pengelolaan dan pemasaran dari produk tersebut bisa semakin berkembang. Namun kenyataannya hal tersebut belum terwujud dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan sarana prasarana pendukung. Program pengabdian masyarakat bersama KKN IT UMY 2020 unit 130 diharapkan mampu mengoptimalkan potensi dusun Tembi dalam aspek sumber daya yang tergabung dalam kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tersebut. Program yang diusung dengan nama OPTIMUSE-PRINT bertujuan untuk optimalisasi pemasaran produk UMKM Sego Kemul dan optimalisasi pemasaran batik ecoprint di UMKM Tembindigo. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan, pendampingan, serta collaborative learning. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut berupa pelatihan pengelolaan marketplace dan pembukuan, pembuatan video profil, pembuatan akun marketplace, serta pengadaan sarana prasarana pendukung UMKM Sego Kemul dan UMKM Tembindigo.

Keywords: UMKM; Sego Kemul; Ecoprint Tembindigo; KKN IT UMY 2020 unit 130, OPTIMUSE-PRINT

Pendahuluan

Perkembangan UMKM di Indonesia mendapatkan dukungan yang baik dari pemerintah. Hal tersebut terlihat dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 yang berisikan mengenai pemberlakuan atas usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Dengan adanya Undang-Undang tersebut, maka UMKM memiliki landasan payung hukum yang kuat untuk menjadi salah satu sektor ekonomi nasional yang harus diberdayakan dan dikembangkan untuk bisa memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Marlinah, 2020). Kondisi Pandemi COVID-19 menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia (Thaha, 2020). Dengan adanya perubahan situasi seperti PSBB dan *social distancing* tentunya berdampak bagi pelaku UMKM. Pelaku UMKM dituntut untuk bisa mengantisipasi hal tersebut sehingga keberlangsungan UMKM di tengah Pandemi COVID-19 tetap berjalan. Palupi, dkk (2021) menjelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah rata-rata UMKM memiliki penurunan penjualan dalam masa pandemi covid 19 ini dan diperlukan implementasi strategi pemasaran secara digital yang lebih intensif. Hal tersebut tak terlepas dari UMKM Ecoprint “Tembindigo” dan Sego Kemul yang berada di dusun Tembi. UMKM tersebut harus berpacu dengan waktu untuk menghasilkan karya yang inovatif disamping mampu beradaptasi dengan situasi yang ada. UMKM “Tembindigo” bergerak pada sektor konveksi sementara Sego Kemul berada pada sektor pangan.

Ecoprint berasal dari kata *eco* asal kata ekosistem (alam) dan *print* yang artinya mencetak, sehingga Ecoprint merupakan batik yang dibuat dengan cara mencetak dengan bahan-bahan yang

terdapat di alam sekitar sebagai kain, pewarna, maupun pembuat pola motif. Usaha Ecoprint di dusun Tembi bernama Tembindigo. Usaha ini dirintis oleh sekumpulan ibu-ibu PKK dengan ibu Peni sebagai ketuanya. Usaha ini memiliki tenaga kerja sebanyak 6 orang yang beralamat di Dusun Tembi, Desa Timbul Harjo, Kapanewon Sewon. Usaha ecoprint ini cukup variatif tidak hanya dalam bentuk kaos atau baju saja, disini juga tersedia jaket, kerudung, masker, totebag, dan mug. Bahan baku pembuatan ecoprint ini adalah kain (untuk dijadikan kaos, jaket, totebag, kerudung, dan masker), mug, daun, pewarna, dan bahan untuk fiksasi. Proses produksi produk ini sekitar seminggu sampai 2 minggu sekali dan hanya menghasilkan kurang lebih 4 produk. Hal ini dikarenakan penjualan produk Tembindigo kurang optimal sehingga sepi peminat karena terkendala pada pemasarannya sedangkan modal dalam sekali praktik adalah Rp. 300.000- Rp. 350.000 sehingga untuk menekan biaya dalam kondisi yang seperti itu Ibu Peni dan kawan kawan memutuskan untuk memproduksi produk ini hanya 1-2 minggu sekali. Sistem penjualan produk Tembindigo ini sebenarnya sudah melalui media sosial yaitu Instagram, namun selama ini banyak orang yang mengetahui dan memesan itu hanya dari mulut ke mulut. Di samping itu UMKM Tembindigo juga membutuhkan adanya inovasi dalam hal pemasaran berupa video profil dan juga *hanging tag*. Hal tersebut menunjukkan belum optimalnya proses pengelolaan dan pemasaran di UMKM Tembindigo.

Di samping UMKM Tembindigo, di dusun Tembi juga terdapat UMKM Sego Kemul. UMKM Sego Kemul merupakan salah satu usaha yang dirintis oleh Bapak Petrus. Sego Kemul tercipta karena bentuk dari kepedulian orang tua kepada anaknya, karena banyak anak muda sekarang lebih mencintai makan *junk food*. Berdasarkan kegelisahan tersebut maka pak Petrus mencoba menciptakan kreasi masakan sendiri yang mana sudah terjamin kesehatannya dan bahan-bahannya. Sego Kemul merupakan nasi yang didalamnya terdapat ayam yang dibumbui dengan rempah-rempah yang kuat dan diluarnya dibungkus oleh telur dadar tipis. Bahan-bahan dalam pembuatan sego kemul adalah beras, ayam, rempah-rempah, dan telur. Mekanisme penjualan Sego Kemul ini agak berbeda dengan makanan-makanan di toko-toko karena Sego Kemul harus dihidangkan dalam keadaan *fresh* sehingga pembeli harus memesan dahulu yang selanjutnya akan dibuatkan sesuai pesanan pembeli. Selain harus memesan dahulu, pembeli juga harus memesan minimal 5 porsi Sego Kemul. Tidak hanya itu, ketika pembeli dapat mengumpulkan bungkus Sego Kemul sebanyak 10 bungkus, maka pembeli tersebut dapat menukarkannya dengan satu porsi Sego Kemul. Namun, untuk packaging dari Sego Kemul itu sendiri kurang menarik sehingga minat masyarakat untuk membeli pun kurang. Selain itu Sego Kemul juga belum memiliki media sosial dalam pemasarannya. Di tengah era digital seperti sekarang ini, keterampilan pelaku UMKM terkait pemasaran berbasis teknologi menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menjaga keberlangsungan usaha (Setiyana dan Maulidasari, 2020).

Ada beberapa permasalahan mitra yang ditemukan pada saat pengambilan data. UMKM Ecoprint Tembindigo dan UMKM Sego Kemul belum optimal dalam hal pemasaran serta terkendala masalah pembukuan serta dukungan sarana prasarana. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bersamaan dengan program KKN IT UMY berupaya memberikan solusi dengan mengoptimalkan potensi UMKM Sego Kemul dan UMKM Ecoprint Tembindigo. Salah satu bentuk kegiatan yang akan dilakukan mencoba membekali anggota dengan pemahaman dan keterampilan serta membantu dalam hal pemasaran yaitu dengan pembuatan dan pendampingan

akun marketplace, pembuatan video profile UMKM, pelatihan pembukuan, serta pengadaan sarana prasarana pendukung (logo produk dan *hanging tag*).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan diberi nama *OPTIMALISASI UMKM SEGO KEMUL DAN ECOPRINT TEMBINDIGO) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA DI MASA PANDEMI COVID-19* yang kemudian disingkat *OPTIMUSE-PRINT*. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu pelatihan, pendampingan, dan *collaborative learning*. Pelatihan diberikan dalam bentuk pelatihan pengelolaan keuangan. Adapun pendampingan yang diberikan pendampingan pembuatan dan pengelolaan akun market place. Metode *collaborative learning* digunakan pada saat pembuatan video profil UMKM serta pembuatan logo dan *hanging tag*. Data dikumpulkan dengan menggunakan observasi dan wawancara kepada UMKM. Data yang terkumpul kemudian dianalisa secara deskriptif. Alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi laptop, kamera, *handphone*, program desain *coreldraw*, serta modul pembukuan keuangan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung dari 15 Desember 2021 sampai 16 Februari 2021 dengan objek kegiatan UMKM Tembindigo dan UMKM Sego Kemul yang berada di wilayah Tembi, Kapenewon Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan rangkaian kegiatan yang sudah terlaksana didapatkan hasil yang bisa bermanfaat bagi UMKM Tembindigo maupun UMKM Sego Kemul. Adapun rincian hasil yang dicapai dijelaskan dalam tabel di bawah:

Tabel. 1 Hasil capaian Program *OPTIMUSE-PRINT*

Nama UMKM	Kegiatan yang dilakukan	Hasil yang Dicapai
Tembindigo	Pelatihan pembukuan	Terlaksana dan sudah ada pembukuan keuangan secara sistematis
	Pembuatan video profil	Tersedia 2 video profile
	Pengadaan sarana (<i>hanging tag</i>)	Tersedia 2 desain <i>hanging tag</i>
Sego Kemul	Pembuatan akun market place	Akun market place Sego Kemul sudah terdaftar di aplikasi Go Food
	Pembuatan video profil	Terdapat 2 video
	Pembuatan logo dan kemasan	Tersedia logo dan keemasan baru Sego Kemul

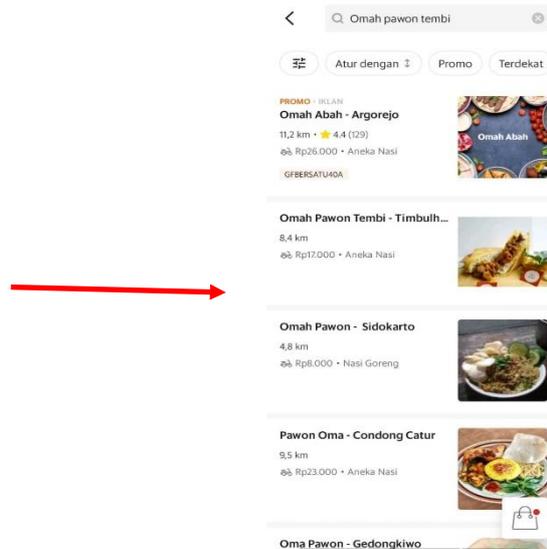
Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan modal yang penting dalam keberlangsungan UMKM. Program pembinaan untuk meningkatkan sumber daya manusia di masa Pandemi COVID-19 sudah dilakukan. Beberapa penelitian terkait pengembangan sumberdaya manusia di masa Pandemi seperti yang dilakukan oleh Amboningtyas dan Yulianeu (2019), Hasibuan, dkk (2020), Masriah, dkk (2021) serta Maulida dkk (2021). Secara teknis, upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dilakukan dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*). Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) ditujukan

kepada kemampuan orang, terkhusus kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuasaan. Untuk memenuhi kebutuhan dasar sehingga mereka memiliki kebebasan dalam mengemukakan pendapat, menjangkau sumber produksi yang memungkinkan dapat meningkatkan pendapatannya untuk memperoleh yang mereka butuhkan, serta berpartisipasi dalam pembangunan dan pengambilan keputusan (Sulaeman, dalam Sofiyah, 2019). Dari kegiatan yang sudah dilaksanakan diperoleh hasil berupa terlaksananya pelatihan pembukuan, pembuatan video profil, pembuatan akun market place, serta pengadaan sarana prasarana pendukung. Istiatin dan Marwati (2021) menyampaikan bahwa keunggulan bersaing bagi pelaku bisnis khususnya UMKM sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengantisipasi globalisasi. Beberapa kegiatan yang diberikan pada UMKM Tembindigo dan UMKM Sego Kemul bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki oleh UMKM tersebut di era globalisasi dan Pandemi COVID-19 seperti saat ini.

Azizah dkk (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa perlu adanya langkah cepat, tepat dan nyata dari pemerintah maupun pelaku usaha untuk menanggulangi kerugian yang telah terjadi akibat Pandemi serta melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai siklus usaha mengikuti keadaan yang tengah terjadi agar usaha dapat terus bertahan dan berkembang. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM Tembindigo dan UMKM Sego Kemul di era digitalisasi sekaligus di masa Pandemi COVID-19 ini terkait inovasi dalam hal pemasaran. Hal tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Marlinah (2020) yang menyampaikan bahwa tantangan pada UMKM yang terjadi saat ini adalah persaingan yang harus dihadapi dengan menghasilkan beragam inovasi dan layanan untuk dapat terus bertahan di pasar lokal, dan juga bisa bersaing di pasar internasional. Iswanto, dkk (2021) menyampaikan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis teknologi informasi dan komunikasi saat pandemi COVID-19 dapat menghasilkan sebuah komunitas UMKM yang mampu mengelola aplikasi teknologi informasi secara mandiri guna penguatan usaha dan peningkatan daya saing. Bapak Petrus selaku pengelola UMKM Sego Kemul menyampaikan sangat terbantu dengan adanya akun market place. Beliau menyampaikan dengan adanya akun yang sudah terdaftar di aplikasi *online Grab Food* diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk, terutama di masa Pandemi ini dimana adanya kebijakan untuk meminimalisir kontak. Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Arianto (2020) yang mengungkapkan bahwa pengembangan UMKM digital telah menjadi alternatif penyelamatan sekaligus pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia pada masa pandemi COVID-19. Sejalan dengan hal tersebut, Rosmadi (2021) dari hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan usaha kecil (UMKM), pemanfaatan internet dan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat di tengah pandemi COVID-19 ini.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola UMKM Sego Kemul setelah dilaksanakan program, diketahui bahwa dengan terdaptarnya akun Sego Kemul di marketplace (aplikasi *Grab Food*) memberikan kepuasan sekaligus solusi dari permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut. Pengelola juga menyampaikan bertambah pengetahuan terkait bagaimana pengelolaan akun marketplace tersebut setelah adanya pendampingan oleh tim. Pembuatan video profil, pembuatan akun market place, serta pembuatan logo dan kemasan baru bagi UMKM Sego Kemul dilakukan sebagai suatu inovasi dalam hal pemasaran. Pengelola menyampaikan harapan dengan adanya

inovasi pemasaran tersebut bisa meningkatkan permintaan pelanggan terkait produk yang ditawarkan.



Gambar.1 Tampilan Akun UMKM Sego Kemul di Grab Food



Gambar. 2 Logo produk UMKM Sego Kemul



Gambar. 3 Proses pengambilan gambar untuk akun market place Sego Kemul

Program yang dilaksanakan merupakan suatu bentuk inovasi dalam hal pemasaran yang selama ini belum dilakukan oleh UMKM Tembindigo dan UMKM Segok Kemul. Selama ini model pemasaran yang dilakukan menggunakan aplikasi Instagram dan Whatsup. Kegiatan pembuatan video profil dan pembuatan *hanging tag* bagi UMKM Tembindigo dilakukan sebagai suatu inovasi dalam hal pemasaran. *Hanging tag* dan video profil yang sudah ada diharapkan mampu lebih menarik konsumen apalagi di masa Pandemi COVID-19. Pengelola UMKM Tembindigo mengaku sangat terbantu dengan adanya program tersebut. Program tersebut bisa menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tembindigo dalam hal inovasi pemasaran. Ismartaya (2021) mengungkapkan bahwa pemasaran *online* sebagai komponen dalam *e-commerce* yakni sebagai strategi produksi, distribusi, penetapan harga dan promosi melalui media digital dan dengan zaman yang semakin maju ini akan mempermudah memasarkan produk serta lebih dikenal masyarakat banyak sehingga masyarakat bisa lebih mengetahui keberadaan dan informasi produk tersebut.



Gambar. 5. Desain *Hanging tag* UMKM Tembindigo



Gambar. 6. Proses Produksi *ecoprint* sebagai materi bahan dalam pembuatan video profil UMKM Tembindigo

Di samping inovasi pemasaran, dalam hal pengelolaan keuangan UMKM Tembindigo juga masih belum optimal karena tidak adanya suatu pengelolaan dan catatan keuangan. Selama ini alur keuangan hanya berjalan tanpa adanya catatan keuangan yang sistematis sehingga hal tersebut kadang menyulitkan pengelola UMKM Tembindigo sendiri. Hal inilah yang mendorong untuk diadakannya pelatihan pengelolaan keuangan dengan teknik pembukuan sederhana bagi UMKM Tembindigo.



Gambar. 7. Pelatihan Pembukuan

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola UMKM, diperoleh informasi bahwa pengelola UMKM Tembindigo setelah diberikan pelatihan pengelolaan keuangan dengan model pembukuan memiliki tambahan pengetahuan dan tata cara pembukuan yang bisa digunakan dalam pengelolaan UMKM Tembindigo. Taryudi, dkk (2021) menemukan dengan adanya pemberian informasi terkait aplikasi akuntansi sederhana oleh mahasiswa dan juga pelatihan langsung terkait pembukuan terhadap pelaku UMKM, mereka dapat mencatat segala bentuk pemasukan dan pengeluaran yang dihasilkan dari proses produksi hingga pemasaran. Data tersebut dapat digunakan untuk proyeksi jumlah produksi di kemudian hari bagi pelaku UMKM untuk dapat mengantisipasi kerugian dan mengembangkan usahanya supaya lebih maju lagi.

Alifiana, Marka, & Azis (dalam Mulyana, 2021) menjelaskan dalam pengelolaan UMKM di bagian keuangan, pendampingan pembukuan keuangan sederhana mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mitra dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Sejalan dengan hal tersebut, ke depan penggunaan aplikasi digital juga bisa digunakan dalam membantu optimalisasi pengelolaan UMKM khususnya dalam hal keuangan. Tarihoran, Agustina, dan Barus (2021)

menemukan bahwa setelah diberikan pemahaman akan pentingnya pengelolaan keuangan, terjadi peningkatan kemampuan dan minat dari pengelola UMKM untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan baik sehingga diharapkan dapat tumbuh berkembang dengan informasi keuangan yang lengkap dan akurat.

Pandemi COVID-19 menjadi sebuah tantangan bagi UMKM untuk terus berkarya di tengah keterbatasan yang ada. Diperlukan sebuah strategi dalam menyikapi tantangan tersebut. Hal tersebut terlihat dari apa yang UMKM Tembindigo dan UMKM Sego Kemul upayakan di masa Pandemi COVID-19 ini dengan tetap berusaha mencari solusi dan mengambil peluang yang ada. Hertina, dkk (2021) menjelaskan ada beberapa strategi yang bisa dilakukan oleh UMKM di tengah situasi Pandemi COVID-19 ini. Strategi tersebut seperti mengenali perubahan perilaku konsumen dan bertransformasi secara proaktif, memperkuat strategi pemasaran digital untuk tetap terhubung dengan pelanggan serta tetap optimis di tengah masa sulit.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas maka disimpulkan bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan, pendampingan dan pengadaan sarana prasarana mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh UMKM Tembindigo dan UMKM Sego Kemul.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (LP3M UMY) yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada abdimas melalui skema PPM No 546/PEN-LP3M/I/2021. Kepada UMKM Tembindigo serta UMKM Sego Kemul juga abdimas sampaikan terima kasih atas kerjasama dan dukungan selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung. Di samping itu juga kepada para anggota KKN IT UMY unit 130. Terima kasih sudah banyak sekali membantu selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung.

Daftar Pustaka

- Amboningas, D. & Yaulianeu. (2019). Pengembangan Capacity Building Dalam Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Usaha Kecil Menengah Di Kecamatan Tugu Semarang. *Jurnal EKBIS*. Vol XX, No. 1, hal. 1181-1193
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* . Vol 6, No 2. Hal. 233-247
- Azizah, dkk. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*. Vol. 5, No. 1, Hal. 46-62
- Hasibuan, R.P., dkk. (2020). Pemberdayaan Produk Usaha Mikro Kripik Singkong Maju Jaya kota Batam. *Jurnal ABDIKMAS UKK*. Hal. 49-53
- Hertina, D., dkk.(2021). Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia Pada Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*. Vo. 3. No. 2. Hal 110-116

- Ismartaya, dkk. (2021). Optimalisasi Umkm Melalui Peningkatan Inovasi Dan Pemasaran Pada Masa Pandemi Di Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. *Jurnal E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 01, No. 01. Hal 31-37
- Istiatin. & Marwati, F.S. (2021). Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM Dan Ekonomi Kreatif Di Era New Normal Di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Jurnal Budimas*. Vol. 03, No. 01, Hal. 129-140
- Iswanto, dkk. (2021). Pemberdayaan UMKM Masa Pandemi Covid-19 Dengan Teknologi Infomasi. *PROSIDING SEMNAS PPM 2020*. Hal 2003-2007
- Maulida, dkk. (2021). Memacu Kualitas SDM di Tengah Pandemi Covid-19 di Rumah Tahfidz Al Hikam, Kel. Pondok Kacang Timur, Kec. Pondok Aren. Tangerang Selatan. *Jurnal Dedikasi PKM UNPAM*. Vol. 2, No. 2, hal 233-238
- Marlinah, L. (2020). *Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19*. *Jurnal Ekonomi*. *Jurnal Ekonomi*, Volume 22 Nomor 2, Juni 2020, hal 118-124
- Masriah, I., dkk. (2021). Peran Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Di Pasar Modern Intermoda Bsd Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Laksana Jurnal: Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 2 Hal. 308-313
- Mulyana, A.E. dkk. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas-Polibatam*, Vol. 3, No. 1. Hal 62-76
- Palupi, D. (2021). Strategi Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. *Jurnal LEECOM*. Vol 3. No 1.
- Rosmadi, M.L.N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. Vol 4 No 1, HI 122-127.
- Setiyana, R & Maulidasari, C.D. (2020). *Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darma Bhakti Teuku Umar*. Vol 2 No 1, hal 63-73
- Tarihoran, A., Agustina. & Barus, A.C. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Laundry Medan. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat* . Vol. 4 No. 2. Hal 180-184
- Taryudi, dkk. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*. Vol. 3. No. 1. Hal 27-35
- Thaha, A.F. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *JURNAL BRAND*, Volume 2 No. 1, Hal 147-153