

Pelatihan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Umkm Di Kelurahan Sidoklumpuk

Mochammad Salim Bahreisy, & Maharani Ikaningtyas

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010130@student.upnjatim.ac.id, maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id.

ABSTRAK

Program pengabdian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Sidoklumpuk melalui adopsi teknologi digital. Program ini menyediakan pelatihan serta pendampingan intensif yang berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan branding, serta mengoptimalkan pemasaran online. Pelatihan yang diberikan meliputi penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran digital yang efektif, serta pemanfaatan media sosial guna membangun brand awareness yang kuat. Pendampingan juga melibatkan rebranding produk, pengelolaan stok berbasis digital, dan pengenalan *Google Maps* untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha. Melalui program ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengatasi kendala dalam transformasi digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun global. Selain memberikan pemahaman teoritis, program ini mendukung penerapan praktis di lapangan dengan pendampingan berkelanjutan. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan konsumen, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Kata Kunci: Teknologi Digital; Pertumbuhan Ekonomi; Digitalisasi

ABSTRACT

This community service program aims to help boost the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sidoklumpuk Village through the adoption of digital technology. The program provides training and intensive mentoring focused on improving the knowledge and skills of MSME players in utilizing digital technology to expand their market, enhance branding, and optimize online marketing. The training provided covers the use of e-commerce platforms, effective digital marketing strategies, and the use of social media to build strong brand awareness. The mentoring also involves product rebranding, digital-based stock management, and an introduction to *Google Maps* to increase business location visibility. Through this program, it is hoped that MSME players can overcome obstacles in digital transformation and increase their competitiveness in local and global markets. In addition to providing theoretical understanding, this program supports practical application in the field with ongoing mentoring. By adopting digital technology, SMEs can improve efficiency, expand their consumer reach, and contribute more significantly to regional economic growth.

Keywords: Digital Technology; Economic Growth; Digitalization



PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia, terutama yang berada di daerah pedesaan dan perkotaan seperti di Kelurahan Sidoklumpuk, sering menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Salah satu kendala yang paling sering dijumpai adalah keterbatasan akses terhadap teknologi, baik dari segi infrastruktur maupun sarana pendukung seperti jaringan internet yang memadai. Selain itu, banyak pelaku UMKM masih memiliki pengetahuan yang terbatas tentang bagaimana teknologi digital dapat diintegrasikan ke dalam model bisnis mereka untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing.

Kurangnya pemahaman tentang teknologi ini sering kali menyebabkan UMKM kesulitan dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh platform digital, seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis berbasis digital. Tanpa pengetahuan yang memadai, UMKM sulit beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang pesat, sehingga tidak mampu bersaing dengan perusahaan yang lebih besar atau kompetitor yang sudah lebih maju dalam hal digitalisasi. Hal ini berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar, proses bisnis yang kurang efisien, dan rendahnya inovasi produk serta layanan.

Di sisi lain, teknologi digital memiliki potensi yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Melalui pemanfaatan platform digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional bahkan internasional. Teknologi juga memungkinkan proses operasional yang lebih efisien, mulai dari pengelolaan inventaris, keuangan, hingga interaksi dengan pelanggan. UMKM yang memanfaatkan teknologi ini secara maksimal dapat merespons kebutuhan pasar dengan lebih cepat dan efektif.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, perlu adanya program yang fokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan intensif dalam penggunaan teknologi digital. Program ini bertujuan untuk memberikan akses ke pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat lebih memahami dan memanfaatkan teknologi dalam menjalankan bisnis mereka. Pelatihan akan mencakup berbagai aspek, mulai dari cara menggunakan platform *e-commerce*, strategi pemasaran digital, hingga manajemen bisnis berbasis aplikasi.

Selain itu, pendampingan intensif juga akan diberikan untuk memastikan bahwa UMKM dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh secara efektif. Pendampingan ini mencakup monitoring perkembangan UMKM selama proses adaptasi teknologi serta pemberian solusi bagi permasalahan yang dihadapi dalam implementasinya. Dengan

demikian, program ini diharapkan dapat membantu UMKM, khususnya di Kelurahan Sidoklumpuk, untuk mengatasi hambatan dalam pemanfaatan teknologi digital, sekaligus mendorong pertumbuhan dan daya saing mereka di era ekonomi digital.

METODE

Program ini dilaksanakan melalui tahapan berikut:

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan

No	Tahapan	Kegiatan
1	Tahap Awal	Survei lapangan untuk mengidentifikasi masalah dan kendala yang dihadapi UMKM.
2	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep dan sosialisasi program pengabdian. b. Melakukan Pendataan Pelaku UMKM c. Pemilihan UMKM untuk dijadikan contoh dalam <i>rebranding</i> .
3	Tahap Pelaksanaan Sosialisai	a. Sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan teknologi digital. b. Pembuatan akun <i>Google Maps</i> dan digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk UMKM.

Sumber: Data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program sosialisasi teknologi digital ini, pelaku UMKM di Kelurahan Sidoklumpuk mengalami perkembangan signifikan dalam pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan yang tidak hanya teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh UMKM guna memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong penjualan secara keseluruhan.



Gambar 1. Proses tanya jawab peserta dengan narasumber.

Salah satu pencapaian utama dari program ini adalah peningkatan pemahaman para pelaku UMKM mengenai pemasaran digital, terutama dalam hal penggunaan berbagai platform online untuk mempromosikan produk mereka. Sebagai bagian dari pelatihan.

Selain itu, program ini juga memberikan bimbingan dalam pembuatan akun bisnis di Google Maps untuk setiap UMKM yang berpartisipasi. Pembuatan akun *Google Maps* ini menjadi salah satu langkah strategis karena memungkinkan UMKM menampilkan lokasi usaha mereka secara online dengan informasi yang lengkap seperti jam operasional, jenis produk yang dijual, dan ulasan dari pelanggan. Manfaat dari kehadiran di *Google Maps* sangat signifikan. Pertama, produk dan layanan mereka menjadi lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan, baik di wilayah sekitar maupun di luar daerah yang sedang mencari produk serupa. Kedua, dengan adanya ulasan dari pelanggan yang puas, kepercayaan terhadap UMKM pun meningkat, yang memberikan dorongan lebih besar bagi calon pelanggan untuk mengunjungi atau membeli produk mereka. Dengan demikian, keberadaan di *Google Maps* tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menambah kredibilitas bisnis di mata konsumen digital.

Hasil nyata dari langkah-langkah ini adalah peningkatan signifikan dalam jumlah pelanggan dan penjualan. Banyak UMKM melaporkan bahwa mereka mulai menerima pelanggan baru yang menemukan usaha mereka melalui pencarian di *Google Maps* atau dari platform online lainnya. Peningkatan jumlah pengunjung yang diikuti oleh peningkatan penjualan ini menunjukkan dampak positif dari penerapan strategi digital yang tepat.



Gambar 2. Proses pembuatan akun Google Maps peserta

Selain fokus pada pemasaran digital, program ini juga menekankan pentingnya rebranding bagi UMKM. Rebranding dilakukan untuk memperbarui citra dan identitas bisnis mereka, sehingga dapat lebih menarik perhatian konsumen. Proses rebranding melibatkan pembaruan logo dan identitas visual yang lebih modern dan sesuai dengan tren pasar, yang membuat usaha mereka tampak lebih profesional dan mudah diingat oleh konsumen. Selain itu, UMKM juga dibantu dalam mengembangkan narasi brand yang kuat, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai, sejarah, dan keunikan produk mereka kepada konsumen. Narasi brand ini membantu membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara UMKM dan pelanggan, menciptakan loyalitas konsumen yang lebih tinggi.

Program ini juga memperkenalkan kampanye pemasaran terintegrasi yang memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform e-commerce untuk memperkuat upaya rebranding. Dengan adanya kampanye yang terkoordinasi ini, brand awareness UMKM meningkat secara signifikan, terutama di kalangan konsumen lokal. Sebelumnya, banyak konsumen mungkin belum menyadari keberadaan UMKM ini, tetapi melalui rebranding dan kampanye digital yang efektif, mereka kini menjadi lebih tertarik dan mengenal lebih baik produk-produk yang ditawarkan.

Dampak dari program ini tidak hanya terlihat dalam peningkatan jangka pendek, tetapi juga memberikan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan yang berkelanjutan bagi UMKM di Kelurahan Sidoklumpuk. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital dan teknologi, pelaku UMKM kini memiliki kemampuan untuk terus berinovasi, memperluas jangkauan pasar mereka, serta meningkatkan daya saing di era digital. Mereka tidak hanya belajar cara menggunakan teknologi untuk mencapai tujuan bisnis jangka pendek, tetapi juga memahami cara membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mengubah cara pandang dan operasional UMKM di Kelurahan Sidoklumpuk, menjadikan mereka lebih siap untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Teknologi kini bukan lagi penghalang, melainkan alat utama yang mendorong pertumbuhan mereka, memberikan peluang lebih besar untuk berkembang dan berhasil di masa depan.

Tabel 1. Solusi dan pengabdian.

Masalah	Solusi	Luaran
Kurang dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka, seperti keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran online, kurangnya akses ke platform digital, dan rendahnya pemahaman tentang cara meningkatkan visibilitas bisnis di internet.	Menawarkan pelatihan intensif dan pendampingan mengenai pemasaran digital, pembuatan akun <i>Google Maps</i> untuk visibilitas bisnis, serta strategi penggunaan canva untuk rebranding produk untuk memperkuat identitas dan daya tarik produk UMKM di pasar.	Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran, dan Pembuatan Akun <i>Google Maps</i>

Sumber: Data Diolah

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

Kondisi awal	intervensi	Kondisi perubahan
Keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, dengan minimnya pengetahuan tentang pemasaran online dan visibilitas bisnis yang rendah, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas dan daya saing menurun.	Pelatihan intensif dan pendampingan bagi UMKM, mencakup pembuatan akun <i>Google Maps</i> untuk meningkatkan visibilitas bisnis, strategi pemasaran digital, serta rebranding produk dengan canva untuk menarik lebih banyak pelanggan.	Mengalami peningkatan signifikan dalam visibilitas online, yang berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan, serta memperkuat daya saing mereka di pasar lokal dan digital.

Sumber: Data Diolah

KESIMPULAN

Program pengabdian ini melibatkan beberapa langkah kunci dalam pengumpulan data dan implementasi, termasuk survei lapangan untuk mengidentifikasi tantangan UMKM di Kelurahan Sidoklumpuk, pelatihan intensif tentang pemasaran digital, dan pendampingan dalam pembuatan akun *Google Maps* serta rebranding produk. Kontribusi utama dari kegiatan ini adalah peningkatan signifikan dalam visibilitas UMKM secara online, pertumbuhan jumlah pelanggan, serta peningkatan penjualan. Namun, keterbatasan muncul dalam hal cakupan pelatihan yang terbatas pada UMKM tertentu dan belum merata ke seluruh wilayah, serta kurangnya pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan selesai. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan untuk memperluas pelatihan ke lebih banyak UMKM, meningkatkan durasi pendampingan, dan memperkenalkan lebih banyak platform digital untuk pemasaran. Di masa depan, program ini dapat mencakup diversifikasi strategi digital dan kolaborasi antar-UMKM guna menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo atas dukungan dan kerjasamanya yang luar biasa dalam pelaksanaan program pengabdian ini di Kelurahan Sidoklumpuk. Peran Dinas Koperasi dalam menyediakan data, memfasilitasi pelatihan, serta menjembatani komunikasi dengan para pelaku UMKM di wilayah tersebut sangat membantu kelancaran dan keberhasilan program. Bantuan yang diberikan, baik dalam bentuk informasi, infrastruktur, maupun tenaga pendukung, telah memungkinkan program ini berjalan secara efektif dan mencapai tujuannya dalam memberdayakan UMKM melalui adopsi teknologi digital. Selain itu, kami juga menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, khususnya Fakultas Administrasi Bisnis, yang telah memberikan dukungan penuh dalam berbagai aspek. Universitas berperan aktif dalam menyediakan sumber daya akademis, termasuk tim pengajar dan peneliti yang berkontribusi dalam desain pelatihan dan pendampingan. Keterlibatan UPN "Veteran" Jawa Timur juga sangat penting dalam pengembangan materi pelatihan, monitoring evaluasi, serta pengawasan pelaksanaan program di lapangan. Komitmen universitas terhadap pengabdian kepada masyarakat menjadi landasan utama dalam kesuksesan program ini, memberikan dampak positif yang nyata bagi pertumbuhan UMKM di Kelurahan Sidoklumpuk. Dengan dukungan sinergis antara pemerintah daerah dan institusi pendidikan, kami yakin hasil dari program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digitalisasi. Kami berharap kerjasama ini dapat terus berlanjut dan berkembang di masa depan untuk menciptakan dampak yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-5. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766>
- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2018).

- Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong KotaBandung. In *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* 2(2). <http://ojs.ekuitas.ac.id/index.php/dharma-bhakti/article/view/74/36>
- Raharja, S., J dan Nata, S., U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), April 2021, Hal 108 – 123. <https://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/32361/0>
- Ramadhany, E., D., Arief, M., H., Nugroho, D., M., dan Laily, N., F. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. *Swarna : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 969-974. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna/article/view/875>
- Sholeh, Y., Mulisi, S., dan Mubasyiroh L. (2024). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Mengoptimalkan Penggunaan Digital Marketing Pada Masyarakat Desa Banyoneng Dajah Bangkalan. *Communnity Development Journal*, 5(3) 4498-4503. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/28671>
- Sholikah, R., Ulhaq, I., D., dan Laili, N. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Digital Marketing. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), Hal : 243 254. <https://aijpkm.iaiq.ac.id/index.php/pkm/article/view/64>
- Zabadi, F., Siwi Hanayanti, C., Rosalina Rahmawati, R., Madura, U., & dr Slamet Martodirdjo, R. H. (n.d.). (2023). Pemanfaatan Google-Maps Sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran Produk Umkm Di Desa Bunder. In *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(2). <https://jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id/index.php/jadimas/article/view/4954>
- Dinata, Y. A., & Nurtjahjani, F. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Piring Sunlight (Studi Pada Warga Dewa Songgokerto Kota Batu). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 99-104.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Citra-Merek-Dan Kesadaran-Merek-Terhadap-Dinata Nurtjahjani/b9bd00c85108181648708dd65345d44dca183499](https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Citra-Merek-Dan%20Kesadaran-Merek-Terhadap-Dinata%20Nurtjahjani/b9bd00c85108181648708dd65345d44dca183499)

Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261.

[https://doi.org/http://10.24198/kumawula.vli3.25 256](https://doi.org/http://10.24198/kumawula.vli3.25%20256)

Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.

<https://doi.org/https://doi.org/10/24198/kumawula.v3i2.28181>

Muhammad, Sy. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. NU Online.<https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-Covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia>

Islami, Nur. (2017). *UMKM Online Indonesia Masuk Sarang Raksasa!*, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia,

https://kominfo.go.id/content/detail/10686/umkm-online-indonesia-masuk-sarang-raksasa/0/sorotan_media

Arista, D, dkk. (2021). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Bumdes Banyuanyar Berkarya Desa Banyuanyar Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 550–556.

<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.35657>.

Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387.

<https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.

<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>

Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>

- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., Maulida, A., & Cahya, A. D. (2020). Pelatihan UKM Rumahan Industri Pangan sebagai Upaya Meminimalkan Kendala Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.22146/jpkm.46438>
- Buchari, R. D. A., Darmawan, I., Nurcahya, E. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Strategi Pengembangan Potensi Umkm Pada Era New Normal Di Kabupaten Garut. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 206–210. <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/32420>
- Hidayat, E. N. (2020). *Pengembangan Kapasitas Usaha Mikro Desa Tanjungsari Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang*. Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(2), 309. <https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.29055>
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>.