

Business Model Canvas Sebagai Strategi Penetrasi Usaha Mikro ke Pasar Modern dan Ekspor

Lisa Hermawati* & Yuni Ekawarti**

*Universitas Baturaja, Jl. Ratu Penghulu No. 2301, Karang Sari, Baturaja, Tj. Baru, Kec. Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan 32115, Indonesia

** Universitas Tamansiswa Palembang, Jl. Taman Siswa No.500, Kepandean Baru, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Community Service, PLA Method, Business Model Canvas, MSMEs Upgraded.

In this era of globalization, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) have ample opportunities to penetrate modern markets and exports. However, they often face significant challenges and obstacles. This community service emphasizes the importance of mentoring to help MSMEs overcome these challenges. Mentoring can provide MSMEs with the skills and knowledge needed to compete in modern markets and exports. This community service also discusses various effective mentoring strategies for MSMEs. One of the main strategies is capacity building and enhancing knowledge about the standards of modern markets and exports. This activity also highlights the importance of networking and partnerships in helping to access new markets, followed by MSME representatives from Banyuasin Regency, South Sumatra. In conclusion, mentoring is an important strategy in facilitating MSMEs' penetration into modern markets and exports, and has great potential in driving economic growth and inclusive development.

Kata Kunci

Pengabdian Masyarakat, PLA Method, Business Model Canvas, UMKM Naik Kelas.

SARI/PATI

Dalam era globalisasi ini, UMKM memiliki peluang besar untuk memasuki pasar modern dan ekspor. Namun, mereka sering kali menghadapi tantangan dan hambatan yang signifikan. Pengabdian masyarakat ini menekankan pentingnya pendampingan dalam membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut. Pendampingan dapat memberikan UMKM keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk bersaing di pasar modern dan ekspor. Pengabdian Masyarakat ini juga membahas berbagai strategi pendampingan yang efektif untuk UMKM. Salah satu strategi utama adalah pembangunan kapasitas dan peningkatan pengetahuan tentang standar pasar modern dan ekspor. Kegiatan ini juga menyoroti pentingnya jaringan dan kemitraan dalam membantu mengakses pasar baru, diikuti oleh perwakilan umkm dari Kab. Banyuasin Sumatera Selatan. Kesimpulannya, pendampingan merupakan strategi penting dalam memfasilitasi penetrasi UMKM ke pasar modern dan ekspor, dan berpotensi besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan inklusif.

Corresponding Author:

yunieeka0713@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat dalam bentuk pendampingan terhadap UMKM sangat luas dan berdampak terhadap perekonomian, tantangan yang mereka hadapi, dan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, UMKM juga mengalami kekurangan dana, teknologi, dan sumber daya manusia (Ekawarti et al., 2021).

Namun, pendampingan mengenai strategi penetrasi pasar dan ekspor kontemporer dengan dukungan UMKM relatif kurang. Sebagian besar penelitian berpusat pada tantangan UMKM atau fokus pada strategi pemasaran dan ekspor secara umum. Oleh karena itu, pendampingan tentang pasar modern dan strategi penetrasi ekspor dengan dukungan UMKM ini memberikan perspektif baru dalam bidang ini dan dengan demikian akan berkontribusi untuk mengisi kesenjangan teoritis.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah UMKM Indonesia Tahun 2011-2020

Berdasarkan ilustrasi di atas, terlihat bahwa perkembangan UMKM di Indonesia dari tahun 2011 hingga 2020 menunjukkan tren yang sangat positif. Data-data tersebut menunjukkan pentingnya pendataan UMKM di Indonesia sebagai landasan dalam pembuatan kebijakan yang tepat (Rahman, 2023). Pemerintah juga telah mengambil langkah yang tepat dengan mendorong pelaku UMKM untuk merambah pasar modern dan ekspor.

Pasar modern bersifat dinamis, terus berubah sebagai respons terhadap perubahan sistem ekonomi global. Untuk beradaptasi dengan perubahan pasar ini, usaha kecil dan menengah dengan cepat menyesuaikan strategi bisnis mereka. Diantaranya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), atau perusahaan mikro,

kecil dan menengah, yang paling terkena dampak perubahan ini. UMKM merupakan komponen kunci perekonomian dan memainkan peran yang sangat penting di negara-negara berkembang. Namun UMKM seringkali menghadapi kesulitan dalam penetrasi pasar dan kegiatan ekspor karena kurangnya dana, sumber daya, dan kemampuan teknis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan dukungan UMKM untuk memperkuat daya saing perusahaan-perusahaan tersebut dan mendorong penetrasi pasar dan kegiatan ekspor (Lisa Hermawati, 2023).

Pendampingan mengenai strategi pemasaran dan ekspor juga relevan. Ditunjukkan dengan pertumbuhan perusahaan dapat diperluas melalui ekspor, namun menekankan bahwa hal ini sulit dilakukan tanpa dukungan dan strategi yang tepat. Kajian-kajian tersebut menyarankan strategi

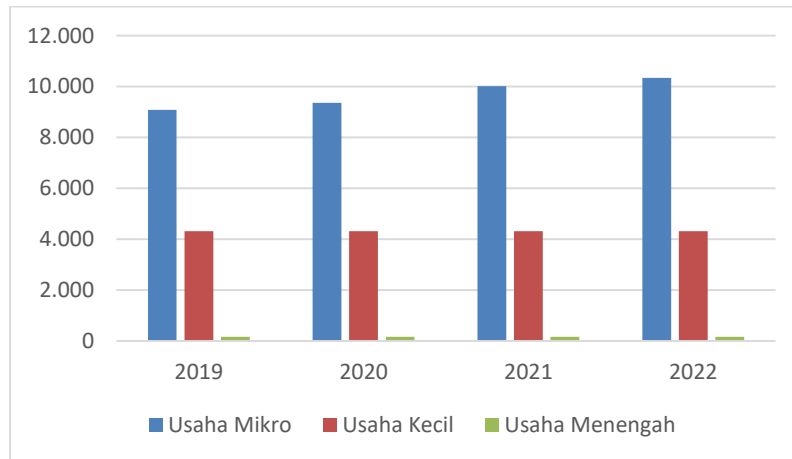
yang diperlukan UMKM untuk menembus pasar modern dan ekspor (Muhafidin et al., 2020). Meskipun berbagai pengabdian masyarakat telah dilakukan mengingat pentingnya UMKM dan tantangan yang dihadapinya, pengabdian masyarakat mengenai pasar modern dan strategi penetrasi ekspor melalui dukungan UMKM masih relatif sedikit (Syahbudi & Ma, 2021; Zaelani, 2019). Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini berbentuk pendampingan berupa sosialisasi yang akan membahas strategi penetrasi pasar modern dan ekspor dengan dukungan UMKM.

Pada pendampingan ini kami menyajikan pendekatan baru dengan metode PLA (*Participatory Learning Action*) (Perdiansyah et al., 2021) untuk membantu UMKM memahami materi sosialisasi, sehingga bisa membarui memberi saran tentang bagaimana mereka memperkuat penetrasi mereka ke pasar modern dan ekspor. Hal ini akan mendorong pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM dan membantu mereka berhasil berintegrasi ke dalam sistem ekonomi global. Metode PLA (*Participatory Learning Action*) adalah metodologi yang banyak digunakan dalam pengembangan masyarakat dan penelitian (Darmawan et al., 2020; Perdiansyah et al., 2021). Metodologi ini berpusat pada keterlibatan dan pembelajaran masyarakat, membantu anggota masyarakat memahami dan memecahkan masalah mereka. *Participatory Learning and Action (PLA)* adalah metode pemberdayaan yang mencakup proses belajar melalui berbagai aktivitas seperti ceramah, brainstorming, diskusi, dan lain sebagainya (Ariani et al., 2023). PLA adalah

pendekatan yang menonjol dalam pemberdayaan, yang memiliki nilai dasar dan penting untuk bertindak, dan prosesnya menekankan pada pembelajaran bersama-sama (Afandi, 2022).

Proses ini juga bisa diterapkan pada aplikasi UMKM. Misalnya, melalui PLA, pemilik dan karyawan UMKM dapat mengidentifikasi tantangan mereka dan mengumpulkan serta menganalisis informasi yang mereka butuhkan (Perdiansyah et al., 2021) untuk meningkatkan penetrasi pasar dan strategi ekspor. Selain itu, mereka dapat merencanakan, menerapkan, mengevaluasi, dan meningkatkan strategi mereka melalui PLA. Hal ini akan mendorong pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM dan membantu mereka berhasil menembus pasar modern dan ekspor.

Secara geografis Kabupaten Banyuasin berbatasan dengan sebelah utara dengan provinsi Jambi, Kabupaten Musi Banyuasin, dan Selat Bangka, sebelah selatan dengan kabupaten Muara Enim, kabupaten Ogan Komering Ilir, dan kota Palembang. Sedangkan sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Musi Banyuasin dan di sebelah timur dengan Selat Bangka dan Kabupaten Ogan Komering Ulu. Letak geografis Kabupaten Banyuasin yang demikian yang menempatkan Kabupaten Banyuasin pada posisi potensial dan strategis dalam hal perdagangan dan industri, maupun pertumbuhan sektor-sektor pertumbuhan baru. Pertumbuhan sektor ekonomi di Kabupaten Banyuasin ini didukung dengan bertumbuhnya UMKM sebagai salah satu pilar ekonominya, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



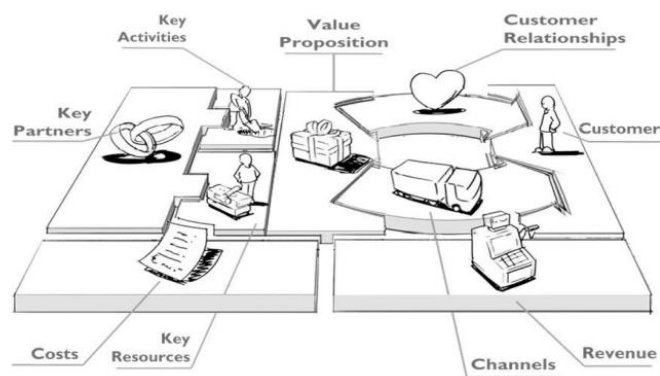
Sumber: diolah dari Dinas Koperasi dan Perdagangan Kab. Banyuwasin (2022)

Gambar 2. Jumlah UMKM Kabupaten Banyuwasin

Dapat dilihat pada gambar 2, kenaikan pertumbuhan UMKM terjadi di sektor usaha mikro, oleh karena itu usaha mikro mendapat perhatian lebih dan menjadi fokus dalam kegiatan pelatihan kewirausahaan ini. Berdasarkan gambar 2 juga dapat dijelaskan bahwa jumlah UMKM khususnya mikro mengalami kenaikan dari tahun 2019 meskipun di tahun 2019 sempat terjadi pandemi Covid namun minat masyarakat dalam mengembangkan usaha selalu tinggi (Rahman, 2023).

Pelatihan kewirausahaan ini berfokus untuk pengembangan pasar ke sektor modern dan ekspor, sehingga pelaku usaha mikro harus memahami dan bisa membuat *Business Model*

Canvas (Hindarsah et al., 2020). *Business Model Canvas* adalah kerangka kerja untuk memahami segmen pelanggan dan proposisi nilai dari sebuah bisnis. Ini mencakup sembilan elemen penting yang saling terkait, yaitu: *Customer Segmen* (kebutuhan pelanggan), *Value Proposition* (nilai yang diberikan kepada pelanggan), *Channel* (jangkauan target), *Customer Relationship* (interaksi dengan pelanggan), *Revenue Stream* (penerimaan dari penjualan), *Key Resources* (aset penting), *Key Activities* (operasi utama), *Key Partnership* (hubungan dengan pembeli dan pemasok), dan *Cost Structure* (pengeluaran operasional) (Novarika et al., 2023).



Sumber: (Hindarsah et al., 2020)

Gambar 3. *Business Model Canvas*

Sebagaimana gambar 3 yang merupakan model dalam praktik pelatihan kewirausahaan

dalam usaha pendampingan masyarakat ini memberikan panduan yang berguna bagi para

pengambil kebijakan dan praktisi pendukung UMKM serta akan membantu UMKM berhasil menembus pasar modern dan ekspor. Selain itu, pelatihan ini memberikan wawasan teoritis baru mengenai dukungan UMKM dan memberikan arahan untuk pengabdian masyarakat ke depan terkait hal ini.

METODE

Aktivitas pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dalam dua fase, yaitu tahap pra-pelaksanaan dan tahap pelaksanaan. Tahap pra-pelaksanaan adalah proses persiapan untuk menetapkan kerangka kerja kegiatan pemberdayaan masyarakat, sehingga realisasi kegiatan tersebut dapat memenuhi harapan masyarakat, pemerintah lokal, dan tentu saja

penulis atau mereka yang akan melaksanakan kegiatan pemberdayaan tersebut. Tahap ini dilakukan untuk menentukan peserta, waktu pelaksanaan, peralatan dan model pemberdayaan masyarakat yang akan digunakan, sehingga kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuannya. Selain itu, penting untuk melakukan koordinasi dan komunikasi antara pemerintah daerah dan penulis sebagai pelaksana dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk menyampaikan kondisi wilayah daerah baik dari sudut pandang masyarakat maupun pemerintah daerah. Tahap berikutnya, yaitu tahap pelaksanaan, adalah waktu untuk melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan pada tahap pra-pelaksanaan.



Sumber: Penulis (2023)

Gambar 4. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah detail yang direncanakan dan akan dilakukan pada pelatihan kewirausahaan dalam pengabdian ini :

- a. Desain studi dengan melakukan kajian menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan mengembangkan strategi penetrasi UMKM ke pasar modern dan ekspor melalui pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan/sosialisasi dengan metode *Participatory Learning Action* (PLA).
- b. Pelaksanaan kegiatan diawali rencana kegiatan yang akan dilakukan adalah pemberian

- socialisasi proses perijinan dan kurasi produk yang dilakukan melalui ceramah, sosialisasi, dan praktek. Pada ke 3 (tiga) proses tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman pentingnya perijinan usaha dan kurasi produk, tahapan dan syarat-syaratnya. Selanjutnya dilakukan tanya jawab dan diskusi, serta pelatihan dan praktek penerbitan perijinan usaha secara online, pembuatan BMC dan pengenalan kurasi produk bagi pelaku UMKM.
- c. Peserta yang dihadirkan dalam pelaksanaan pendampingan ini adalah 21 UMKM

di wilayah Kab. Banyuasin Sumatera Selatan. Dalam penentuan peserta kegiatan ini bersifat purposive yaitu dipilih oleh pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM Kab. Banyuasin berdasarkan usia, jenis usaha dan memiliki produk usaha yang mempunyai potensi masuk pasar modern dan ekspor.

d. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan di Hotel Amaris Palembang dilaksanakan selama 3 hari yaitu tanggal 22-24 November 2022. Kegiatan dilaksanakan di kota Palembang karena di Kab.Banyuasin tidak terdapat lokasi yang memadai untuk mengumpulkan 21 peserta selama 3 hari, kegiatan ini didanai oleh anggaran pemerintah daerah Kab. Banyuasin.

e. Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai metode, antara lain diskusi kelompok, wawancara, dan pengisian soal Pretest dan

Posttest. Pengumpulan data berfokus pada tantangan UMKM, strategi penetrasinya ke pasar modern dan ekspor, serta sumber daya yang diperlukan untuk mendukung strategi tersebut.

f. Analisis data merupakan proses mengidentifikasi tantangan UMKM dan kemungkinan strategi untuk mengatasinya melalui data yang dikumpulkan. Hal ini berdasarkan informasi yang diperoleh dari diskusi kelompok, wawancara dan hasil survey dari pretest dan posttest.

g. Implementasi strategi adalah proses pelaksanaan strategi yang dikembangkan secara nyata. Implementasi strategi terjadi bersamaan dengan fase pemantauan dan evaluasi, yang membantu menilai efektivitas pelaksanaan pelatihan yang telah dilakukan.



Gambar 5. Tahap Pra Pelaksanaan



Gambar 6. Tahap Pelaksanaan Penyampain Materi



Gambar 7. Pelaksanaan Sesi Diskusi

Metodologi penelitian difokuskan pada pengembangan strategi untuk mendukung UMKM dan melakukan penetrasi ke pasar modern dan ekspor. Hal ini akan mendorong pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM dan membantu mereka berhasil berintegrasi ke dalam sistem ekonomi global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mikro di Kab. Banyuasin dilakukan dengan cara sosialisasi melalui pemaparan materi, diskusi dan praktek menggunakan metode *Participatory Learning Action (PLA)* guna menggali potensi dan berbagi informasi dari peserta.



Gambar 8. Materi Pelatihan

Dalam gambar 8 dijelaskan pelaksanaan pelatihan kewirausahaan untuk usaha mikro di Kab. Banyuasin dalam upaya menembus pasar modern dan pasar ekspor, selama ini terkendala karena usaha mikro belum memahami dasar bisnisnya yaitu belum bisa membuat *Business Model Canvas* dan belum memiliki pengetahuan tentang kurasi produk. Selama pelatihan dalam bentuk sosialisasi terdapat peningkatan signifikan dalam beberapa aspek operasional dan strategis dari UMKM yang berpartisipasi. Kegiatan pelatihan kewirausahaan yang menjadi fokus pada pemberdayaan masyarakat adalah:

1. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman

kurasi produk, usaha mikro menunjukkan peningkatan pengetahuan tentang kurasi produk yang meliputi kurasi perijinan, kemasan dan pemasaran untuk peningkatan kapasitas produksi, sehingga memungkinkan mereka untuk memenuhi syarat menuju pasar modern dan potensi ekspor.

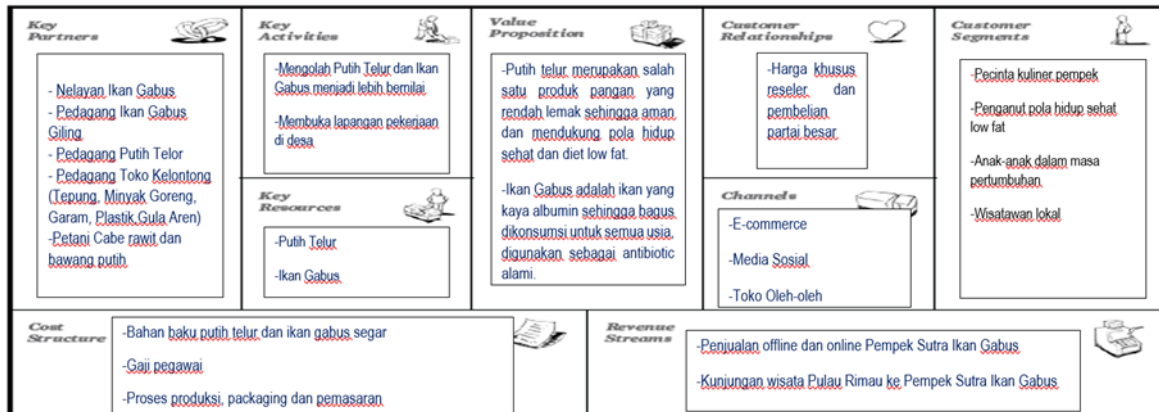
2. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pembuatan BMC untuk meningkatkan kapasitas usahanya.

3. Praktek pembuatan *Business Model Canvas* (BMC) sehingga adanya keterampilan dalam manajerial usaha.

4. Praktek mengakses situs perijinan online untuk memenuhi kurasi produk bidang legalitas.

LEMBAR KERJA TUGAS - BMC

Kanvas Model Bisnis : Dapoer



Gambar 9. Hasil praktek pembuatan BMC

Pada gambar 9 adalah salah satu contoh hasil pembuatan BMC oleh salah seorang peserta pelatihan, dan dalam kegiatan ternyata belum semua peserta mampu membuat BMC sehingga kedepannya dibutuhkan pelatihan tersendiri tentang BMC

Kegiatan pelatihan kewirausahaan ini bukan hanya sekedar pemberian materi informasi dan pengetahuan saja, namun juga untuk mengetahui potensi peningkatan pemahaman

usaha mikro yang bermanfaat untuk pengembangan usahanya. Oleh karena itu sebelum pelaksanaan sesi pemberian materi dilakukan pengisian pre test yang bertujuan untuk menggali informasi tentang peserta dan usahanya. Selanjutnya setelah pemberian materi peserta diminta untuk kembali mengisi post test untuk mengetahui pemahaman yang diperoleh setelah pemberian materi dan diskusi.

| No | Pertanyaan | Indikator | Hasil |
|----|---|--|--|
| 1 | Perbedaan Strategi Bisnis di Era Digital dan Konvensional (Ekawarti & Agustini, 2022) | Pengetahuan peserta pelatihan tentang perbedaan strategi dalam pengembangan bisnis di era digital dan konvensional | 70% peserta menyatakan bahwa strategi bisnis di era digital dan konvensional berbeda namun memiliki prinsip yang sama. |
| 2 | Perbedaan Pebisnis dan Pedagang (Rofiah, 2020) | Persepsi peserta tentang pengertian pebisnis dan pedagang | 45% peserta menyatakan bahwa pebisnis dan pedagang itu sama secara prinsip namun berbeda secara konsep. |
| 3 | Pengertian Kurasi Produk (Rania & Prathama, 2022) | Pemahaman peserta tentang pengertian Kurasi produk | 80% peserta memahami tentang pengertian kurasi produk |
| 4 | Manfaat Kurasi Produk (Rania & Prathama, 2022) | Pemahaman peserta tentang manfaat Kurasi produk | 100% peserta memahami manfaat kurasi produk |
| 5 | Kriteria Kurasi Produk (Rania & Prathama, 2022) | Pemahaman peserta tentang kriteria Kurasi produk | 85% peserta memahami kriteria kurasi produk |

| | | | |
|----|---|---|--|
| | 2022) | | |
| 6 | Pengertian sikap wirausaha (Ekawarti & Enderwati, 2022) | Pemahaman peserta tentang bagaimana sikap dalam wirausaha | 87% peserta memahami bagaimana sikap wirausaha yang positif |
| 7 | Manfaat membuat rencana bisnis (Nawawi & Karsten, 2022) | Pemahaman peserta tentang manfaat membuat <i>business plan</i> | 57% peserta memahami manfaat membuat rencana bisnis |
| 8 | Metode bisnis yang optimal (Ekawarti & Enderwati, 2022) | Pemahaman peserta tentang metode yang optimal dalam pengembangan bisnis | 45% peserta memahami metode bisnis yang optimal menuju pasar modern |
| 9 | Langkah membuat rencana bisnis (Nawawi & Karsten, 2022) | Pemahaman peserta tentang Langkah membuat rencana bisnis | 65% peserta memahami Langkah membuat rencana bisnis yang mampu menembus pasar modern |
| 10 | Pengertian BMC (Hindarsah et al., 2020) | Pemahaman peserta tentang <i>Business Model Canvas</i> | 23% peserta memahami pengertian dan langkah membuat BMC |

Tabel 1. Hasil Post Test Peserta

Hasil dari program pelatihan kewirausahaan ini menunjukkan bahwa dukungan strategis dan operasional dapat membantu usaha mikro memperluas cakupan pasar mereka.

1. Dukungan Strategis, pendampingan dalam hal strategi bisnis, pemahaman pasar, dan persyaratan ekspor memainkan peran penting dalam membantu usaha mikro memasuki pasar modern dan ekspor.

2. Dukungan Operasional, bantuan dalam meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk juga penting untuk memastikan usaha mikro dapat memenuhi permintaan dan standar pasar modern dan ekspor.

3. Peningkatan Ekonomi, peningkatan penjualan dan penetrasi pasar dari usaha mikro berdampak positif pada ekonomi lokal dan memberikan lapangan kerja yang lebih baik dan peningkatan pendapatan.

4. Pembangunan Berkelanjutan, hasil ini juga menunjukkan bahwa pendampingan usaha mikro dapat menjadi strategi efektif untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dengan mendukung usaha mikro, kita mendukung ekonomi lokal, mengurangi kemiskinan, dan menciptakan

lapangan kerja.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa pendampingan dan dukungan strategis dan operasional untuk usaha sangat penting dalam membantu mereka memperluas ke pasar modern dan ekspor.

KESIMPULAN

Program pelatihan kewirausahaan usaha mikro Kab. Banyuasin telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam membantu usaha mikro memperluas penetrasi mereka ke pasar modern dan ekspor. Melalui pelatihan dalam hal strategi bisnis, pemahaman pasar, peningkatan kapasitas produksi, dan kualitas produk, usaha mikro berhasil meningkatkan penjualan dan presensi pasar mereka.

Dukungan ini tidak hanya membantu usaha mikro tumbuh dan berkembang, tetapi juga berdampak positif pada ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan usaha mikro dapat menjadi strategi efektif untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Namun, perlu diingat bahwa setiap usaha mikro memiliki tantangan dan kebutuhannya sendiri. Oleh karena itu, pendekatan pendampingan harus disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap usaha mikro. Selain itu, program pendampingan harus terus dipantau dan dievaluasi untuk memastikan efektivitasnya dan membuat penyesuaian yang diperlukan.

Secara keseluruhan, pendampingan usaha mikro sebagai strategi penetrasi usaha mikro ke pasar modern dan ekspor telah menunjukkan hasil yang positif dan menjanjikan. Ini menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, usaha mikro

memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Klinik UMKM Bersama Sumsel, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab. Banyuasin Sumatera Selatan dan perwakilan UMKM Kab. Banyuasin provinsi Sumatera Selatan yang telah memberikan kesempatan dan meluangkan waktu dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dalam rangka meningkatkan peran UMKM dalam pasar modern menuju ekspor.

REFERENCES

- Afandi, A. (2022). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan
- Ariani, M., Zulhawati, Z., Haryani, H., Zani, B. N., Husnita, L., Firmansyah, M. B., Karuru, P., & Hamsiah, A. (2023). *PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN ERA DIGITAL*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Darmawan, D., Alamsyah, T. ., & Rosmilawati, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Ekawarti, Y., Agustin, T., & Widarti, W. (2021). Interpretasi Sistem Digitalisasi Legalitas Dan Administrasi UMKM. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 852–859. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.15794>
- Ekawarti, Y., & Agustini, T. (2022). Optimization of Promotions in Palembang Digitally and Its Effect on Sales Turnover during the Covid-19 Pandemic. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 37–46.
- Ekawarti, Y., & Enderwati, E. T. (2022). Interpretasi Ekosistem Ekonomi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Perempuan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1123–1136.
- Hindarsah, I., Purwanto, B. H., Priadana, S., & Fahrudin, A. (2020). The owner factor: An innovation element of business model canvas by SMEs rattan industry in Cirebon Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(6), 3963–3972.
- Lisa Hermawati, Y. E. (2023). *LEARNING AND ACTION (PLA) PADA USAHA MIKRO DI MODERN DAN PASAR EKSPOR*. 2023.
- Muhafidin, H. D., SIP, M. S., Yadiman, H., & SH, M. H. (2020). *Dimensi Kebijakan Publik: Edisi Revisi*. Penerbit Andi.
- Nawawi, M. T., & Karsten, K. (2022). Pembekalan Strategi Penyusunan Rencana Bisnis Pada UKM. *ABDAYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(3), 1–6.
- Novarika, W., Antoni, A., & Kuintan, Y. (2023). PENGEMBANGAN STRATEGI MODEL BISNIS UMKM KAMPUNG BATIK PANGKALAN BRANDAN DENGAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC). *Prosiding Seminar Nasional Teknik UISU (SEMNASTEK)*, 6(1), 84–87.
- Perdiansyah, M., Rosmilawati, I., & Darmawan, D. (2021). IMPLEMENTASI METODE PARTICIPATORY LEARNING AND ACTION (PLA) OLEH AGEN PENDAMPING PROGRAM KELUARGA HARAPAN DI

KELURAHAN PIPITAN KECAMATAN CIKANDE KABUPATEN SERANG. *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)*, 6(1).

- Rahman, H. (2023). Pendampingan Pelaku UMKM dalam Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikasi Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP IRT) di Desa Ponggang, Kecamatan Serangpanjang, Kabupaten Subang. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), 29–43.
- Rania, G., & Prathama, A. (2022). PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH MELALUI PROGRAM PONDOK KURASI. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(4), 729–743.
- Rofiah, C. (2020). Implementasi Technology Readiness Usaha Mikro Kecil Menengah Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada Komunitas Perhimpunan Makanan Minuman Kabupaten Jombang). *Develop*, 4(2), 103. <https://doi.org/10.25139/dev.v4i2.2916>
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.