

OPTIMALISASI PRODUKTIVITAS UMKM MELALUI GO-DIGITAL DAN GO-LEGAL DI KAMPUNG Pengerajin Tas Gadukan Utara Morokrembangan Surabaya

Lis Setyowati^{1*}, Nur Aini Anisa², Kurniawati³, Syamsul Arifin⁴, Barhul Anam⁵, Lia Kartika⁶

¹Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia

²Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia

*Korespondensi: lissetyowati.stiepemuda@gmail.com

Diterima: 29-01-2023 Disetujui: 30-04-2023

ABSTRAK. Penurunan kekuatan UMKM terjadi akibat terciptanya MEA 2015 dan dilanjutkan oleh pandemi Covid-19. Setelah vakum beroperasi selama beberapa tahun, saat ini UMKM bisa menciptakan potensi untuk bangkit kembali. Dengan perubahan sistematika pemasaran yang mengalami globalisasi, maka UMKM berpeluang untuk meregenerasi usahanya. Metode yang dipakai oleh peneliti diwujudkan pada proses pelaksanaan kegiatan PKM diklasifikasikan pada 6 Program Kerja yaitu: perijinan surat izin usaha, pengembangan desain tas, pelatihan memotret, branding, dan packaging, strategi pemasaran online, pembukaan marketplace dan digital marketing, dan pelatihan pembukuan usaha. Hasil dari kegiatan pendampingan ditunjukkan dengan penyesuaian yang signifikan dari cakupan usaha yang merambah pada dunia digital dan perijinan yang telah melalui proses pengajuan legalitas. Pengelolaan UMKM juga menjadi efektivitas waktu produksi dari tenaga kerja, peremajaan dari segi desain pengemasan agar tampak menarik untuk dipasarkan secara *online*, dan penambahan media pemasaran dalam jaringan *online*. Hal tersebut menandakan bahwa kegiatan pendampingan yang dilaksanakan mampu diikuti dengan baik oleh kelompok UMKM Morokrembangan. Kegiatan yang menggunakan perpaduan pendekatan antara pemaparan materi dan pendampingan juga mampu berperan efektif untuk meningkatkan pemahaman peserta pelatihan. Simpulan ini dibuktikan dengan adanya kemajuan yang signifikan dari pengelola UMKM pengerajin tas dalam bidang keterampilan pengolahan produk hingga manajemen usaha.

Kata kunci: UMKM, Digital, Tas, Kewirausahaan

ABSTRACT. The decrease of MSMEs happened due to the creation of AEC 2015 and continued by the Covid-19 pandemic. After a gap in operations for several years, MSMEs can now create the potential to rise again. With changes in marketing systematics that are experiencing globalization, MSMEs have the opportunity to regenerate their business. The method used by researchers is manifested in the process of implementing PKM activities classified into 6 work programs, namely: business license licensing, bag design development, training in photography, branding, and packaging, online marketing strategies, opening marketplaces and digital marketing, and business bookkeeping training. The results of the mentoring activities are shown by significant adjustments from the scope of business that has penetrated the digital world and licensing that has gone through the process of applying for legality. MSMEs management also becomes the effectiveness of production time from labor, rejuvenation in terms of packaging design to make it look attractive to be marketed online, and the addition of marketing media in online networks. This indicates that the mentoring activities carried out were able to be followed well by the Morokrembangan MSMEs group. Activities that use a combination of approaches between material exposure and mentoring are also able to play an effective role in increasing the understanding of training participants. This conclusion is evidenced by the significant progress of bag crafters' MSMEs managers in the field of product processing skills to business management.

Keywords: MSMEs, Digital, Bags, Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Kampung Pengerajin Tas. adalah sebutan untuk seluruh UMKM industri tas di Gadukan Utara

RW.05, Morokrembangan, Krembangan, Surabaya. Kampung Pengerajin Tas ini ada

sejak tahun 1975 yang secara turun temurun dengan mengikuti zaman masih ada hingga saat ini. Namun perubahan yang signifikan terjadi pada kisaran tahun 2015, dimana telah diterapkannya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) pada tahun tersebut merupakan gerakan pasar bebas di dunia perekonomian ASEAN. Ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi seluruh UMKM, karena disamping berpeluang untuk memasarkan produknya lebih luas, juga mendapat ancaman bahwa akan bersaing dengan produk luar negeri walaupun di negeri sendiri. Keadaan seperti ini diperparah dengan musibah yang melanda dunia, yaitu hadirnya pandemi Covid-19.

Harus diakui bahwa pandemi Covid-19 telah membuat menurunnya daya beli masyarakat. Dikarenakan publik telah mengurangi interaksi diluar ruangan untuk menekan persebaran pandemi. Dengan demikian, banyak konsumen yang kemudian menjaga jarak dan mengalihkan pembelian secara digital. Dampaknya banyak UMKM yang harus menutup usahanya karena menurunnya pembelian dan masih tergantung pada penjualan secara luar jaringan (*offline*). Sehingga beberapa sektor UMKM yang belum beradaptasi secara digital pada akhirnya sangat terdampak hingga menutup gerainya. Adaptasi kewirausahaan dunia maya menurut Shabbir et al., (2016) mengacu pada penggunaan Internet dan platform teknologi untuk mengelola dan menjalankan operasi bisnis dengan pelanggan, perantara, atau mitra. Meski begitu pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mendorong perubahan baru dalam langgam bisnis Indonesia. Perubahan tersebut yaitu beralihnya bisnis *offline* menuju bisnis digital yang dikenal juga sebagai fenomena kewirausahaan digital. Media sosial dan *marketplace* (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

“Semenjak ada MEA di tahun 2015 waktu itu, saya merasa gempuran pasar bebas ini sangat berefek pada usaha kami. Dimana kami benar-benar dituntut minimal sama dengan produk

yang diimport agar bisa bersaing. Tapi tentunya kita semua tahu, kami masih tergolong UMKM, namanya Usaha Mikro, bukan Usaha Makro yang sudah bisa export atau import, tentu saja mengalami kemunduran. Apalagi permintaan pasar yang selalu ingin barang yang murah tapi bagus, biasanya barang dari China yang paling terlihat daya saingnya. Terlebih lagi saat pandemi. Pada saat pandemi itu adalah masa-masa kami vakum total. Benar-benar berhenti beroperasi” Ujar Bapak Imam Syafi’i selaku Ketua RT.05 dan pelaku UMKM. Oleh karena itu diperlukan model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis (Giones & Brem, 2017)

Dalam upaya pengembangan UMKM digital perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus di perhatikan oleh UMKM agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama. Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital diperlukan sinergisitas dengan warganet yang notabene adalah para generasi milenial. Para warganet ini dapat didorong untuk bisa ikut mengembangkan UMKM digital dengan teknik *reseller*. Dalam konteks ini para warganet yang dapat diajak untuk bersinergi terutama para generasi milenial dan generasi Z yang tersebar di beberapa klasifikasi yaitu buzzer, influencer dan follower (Arianto, 2020). Lebih lanjut program pengembangan UMKM digital sangat bergantung pada dukungan pemerintah yaitu dengan kemudahan perizinan. Sehingga dengan begitu konektivitas yang menjadi hal utama dari UMKM digital akan semakin terbentuk dengan baik. Dengan adanya problematika ekonomi seperti ini, maka di tahun 2022 ini belum terlambat untuk bangkit kembali untuk mengoptimalkan produktivitas UMKM melalui *go-digital* dan *go-legal* di Kampung Pengerajin Tas Gadukan Utara ini.

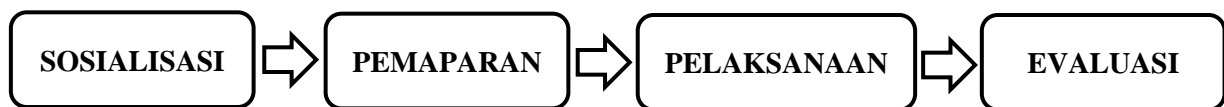
METODE

Gadukan Utara RW.05, Kelurahan Morokrembangan, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya, merupakan destinasi UMKM Pengerajin Tas yang paling dikenal di dalam maupun di luar Kota Surabaya. Berbagai jenis produk tas jahitan ada di sini. Wilayah RW.05 Gadukan Utara ini terdiri dari 11 Rukun Tetangga dan puluhan pengerajin tas. Penelusuran diawali dengan mendatangi Bapak Ir. Sudarsono selaku Ketua RW.05. wawancara singkat dilakukan, kemudian beliau mengarahkan sluruh Ketua RT lalu kemudian ke seluruh UMKM industri tas.

Peneliti memakai metode analisis observasi yang dipadukan pada setiap topik penelitian. Topik akan diwujudkan pada beberapa program kerja sebagai upaya pendampingan terhadap masalah yang dihadapi oleh objek penelitian. Observasi ditujukan untuk memperoleh informasi dasar dan menelaah letak kebutuhan

utama dari UMKM di Morokrembangan pada pengembangan cara usaha berbasis teknologi dan perijinan terkait usaha legal. Hal ini yang membuat peneliti menetapkan sasaran kegiatan pengabdian kepada kelompok UMKM daerah Morokrembangan. Metode analisis yang diterapkan didukung oleh temuan Ikfinasulka & Mannar, (2021) yang menjelaskan jika observasi bisa memberi proyeksi tentang hasil analisis kondisi lingkungan dan orientasi budaya masyarakat. Dasar ini yang menjadi acuan peneliti untuk menyusun program kerja yang hendak diimplementasikan pada UMKM pengerajin tas.

Berdasarkan hasil dari survei yang dilakukan beberapa kali dan telah ditelusuri lebih jauh, Peneliti menemukan beberapa program kerja dalam kegiatan KKN ini yang kemudian dilanjutkan untuk menentukan program kerja apa saja yang akan dilaksanakan dalam kegiatan KKN ini.



Gambar 1. Diagram Kegiatan Pelaksanaan Program Kerja

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran tim KKN diterima dengan tangan terbuka oleh masyarakat. Selama kegiatan pengabdian ini, melahirkan suatu opini dan pandangan yang beragam, serta membawa perilaku dan prinsip yang baru. Hal ini didukung dengan gagasan dari Giones dan Brem, (2017) memunculkan generasi baru pengusaha yang menggunakan teknologi digital dan Internet untuk menjalankan sebagian besar proses yang diperlukan untuk meluncurkan usaha baru. Berikut rincian tahapan dari pelaksanaan kegiatan UMKM di Morokrembangan:

Tahap 1, Sosialisasi Kegiatan kepada Kelompok UMKM Morokrembangan

UMKM masih berkuat pada sistematika penjualan dan kegiatan produksi yang selama ini dilakukan dan berprasangka usahanya ini masih dalam garis aman bahkan masih belum perlu untuk dilakukannya perubahan sesuai aturan yang berlaku dan sistem pemasaran sesuai zaman sekarang. Namun tentu saja, banyak dari pelaku UMKM yang sangat berantusias dengan program kerja dari tim KKN yakni: 1) Mendorong pelaku UMKM untuk mendaftarkan nama usahanya yang kelak itu juga akan berguna bagi usaha kedepannya; 2) Strategi pemasaran secara digital yang tentu saja sekarang marak digunakan oleh pengguna aplikasi jual beli online atau biasa disebut *e-commerce*, 3) Mengembangkan desain dan digitalisasinya termasuk bagaimana penerapan ilmu fotografi, pemasaran online, dan

melakukan pembukuan usaha dengan baik dan benar.



Gambar 2. Sosialisasi Kegiatan kepada Kelompok UMKM Morokrembangan

Kegiatan sosialisasi ini diorientasikan pada skema pengorganisasian internal dan eksternal. sosialisasi ditunjukkan dengan adanya koordinasi yang melibatkan mahasiswa dengan kelompok UMKM Bendul Merisi. Topik dari koordinasi awal difokuskan pada beberapa capaian yakni: problematik yang dialami UMKM, penawaran penyelesaian masalah dari tim peneliti, konsep kegiatan PKM, dan penjadwalan pelaksanaan PKM di Bendul Merisi.

Tahap 2, Pemaparan Materi oleh Tim PKM

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, tidak semua program kerja bisa diterapkan. Terdapat sebagian program kerja bisa diaplikasikan, ada pula program kerja yang dirasa belum bisa untuk diterapkan seperti pembukuan. Dalam hanya UMKM, sebuah pembukuan adalah usaha untuk mendata secara terperinci segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan, baik itu modal maupun biaya-biaya dan sebagainya. Keterbatasan pegawai menjadi salah satu penyebabnya. Oleh sebab itu, perlu adanya pendampingan yang dilakukan lebih intensif kepada pengelola

UMKM agar menunjang skema produktivitas dalam ranah digitalisasi.



Gambar 3. Sosialisasi Kegiatan kepada Kelompok UMKM Morokrembangan

Kegiatan sosialisasi dikuatkan dengan konsep interaktif yang didalamnya terdapat pemaparan materi kemudian disusul dengan agenda diskusi dan tanya jawab. Menurut Markus & Loebecke, (2013) terdapat cara-cara baru untuk berkolaborasi pada aktivitas kewirausahaan berbasis teknologi digital seperti mengatur sumber daya, merancang produk, mencocokkan permintaan dan penawaran yang kompleks, serta mengembangkan standar maupun solusi baru. Hasil diskusi selanjutnya yaitu terkait materi dan instrumen yang dibutuhkan dalam kegiatan pendampingan pada setiap topik. Topik tersebut terdiri atas: 1) Kepengurusan Nomor Induk Berusaha, 2) Materi pendirian toko *online* beserta digitalisasi, 3) pengembangan desain, dan 4) pemasaran secara *online*. Pembekalan yang diberikan oleh peneliti diharapkan dapat menunjang pelaksanaan tahap 3 dengan adanya tindak lanjut pada skema pendampingan praktik. Topik yang dijabarkan pada sosialisasi membuat pelaku UMKM juga terlihat antusias dan tertarik untuk mengembangkan usahanya agar lebih hebat.

Tahap 3, Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan UMKM

Pendampingan yang dilakukan peneliti dalam bidang usaha dengan mengedepankan digitalisasi dan proses pengurusan usaha legal pada UMKM di Morokrembangan diselenggarakan secara luring pada 28 Agustus 2022 yang pukul 07.30 sampai selesai dan dihadiri sebanyak 7 UMKM beserta anggota pengelolanya. Kegiatan pendampingan UMKM dilaksanakan dengan konsep berkelompok dengan peneliti disebar mengikuti tempat usaha masing-masing UMKM beroperasi. Berikut dokumentasi pendampingan UMKM pengerajin tas di daerah morokrembangan:



Gambar 4. Pendampingan Berkelompok di Tempat Usaha UMKM Pengerajin Tas

Selain itu, peneliti juga melakukan penyebaran angket respons kepada seluruh peserta UMKM. Pada proses ini, peneliti bermaksud melakukan analisis terkait efektivitas pelaksanaan kegiatan pelatihan. Hal ini didasarkan pada ide dari Anderson, (2014) dimana difusi teknologi digital telah menciptakan jalan baru untuk pengembangan proyek kewirausahaan dengan memanfaatkan kolaborasi dan kecerdasan kolektif setiap pelaku usaha. Topik yang disepakati pada tahap sosialisasi diimplementasikan menjadi 6 program kerja yang meliputi: perijinan surat izin usaha, pengembangan desain tas, pelatihan memotret, *branding*, dan *packaging*, strategi pemasaran *online*, pembukaan marketplace dan digital marketing, dan pelatihan pembukuan usaha. Topik tersebut di dukung dengan temuan Elia et al., (2020) bahwa upaya yang paling relevan pada masa kini untuk mendefinisikan dan memodelkan ekosistem kewirausahaan adalah berpusat pada digital. Hasil rekapan yang diperoleh peneliti melalui angket respons yang telah diisi oleh peserta berisi materi yang disampaikan, sistematika penyampaian atau pemaparan materi, sesi diskusi, dan tanya jawab. Berikut rincian data deskriptif yang telah direkapitulasi oleh peneliti:

Tabel 1. Statistika Deskriptif

	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	Total	Standar
UMKM 1	1			1			2	1
UMKM 2	1			1	1		3	1
UMKM 3	1		1	1	1		4	1
UMKM 4	1		1	1	1		4	1
UMKM 5	1		1	1			3	1
UMKM 6	1		1	1			3	1
UMKM 7	1			1	1		3	1

Sumber: data diolah Peneliti, (2022)

Keterangan:

PK1: Perijinan Surat Izin Usaha

PK2: Pengembangan Desain Tas

PK3: Pelatihan Memotret, Branding, dan Packaging

PK4: Strategi Pemasaran Online

PK5: Pembukaan Marketplace dan Digital Marketing

PK6: Pelatihan Pembukuan Usaha

UMKM 1: Bpk. Nurul Huda

UMKM 2: Bpk. Choirul Anwar

UMKM 3: Bpk. Sholachuddin

UMKM 4: Bpk. Andri

UMKM 5: Bpk. Imam Syafi'i

UMKM 6: Bpk. Haris Rachman

UMKM 7: Bpk. Yanto

Dari hasil tersebut diketahui, kegiatan pengabdian ini membuahkan hasil, yakni perubahan ke arah yang lebih mendukung untuk usaha lebih maju. Dapat dideskripsikan bahwa, keadaan pasca Covid-19 tidak menumbangkan semangat para pelaku UMKM untuk kembali bangkit dari keadaan juga sangat berupaya untuk memajukan usahanya. Padahal data menyatakan adanya 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi virus corona (Covid-19) dengan mayoritas usaha berada pada sektor makanan dan minuman. (Soetjipto, 2020)

Perubahan sistematika dan aturan yang mengatur ekonomi akan terus diperbaharui sesuai perkembangan zaman. Salah satunya adalah perihal IUMK. Jika badan usaha menengah hingga besar diharuskan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang merupakan ketentuan perizinan yang diwajibkan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag), maka usaha mikro memiliki bentuk perizinan lain, yakni Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

IUMK memiliki dasar hukum Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 serta Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil. IUMK ini kemudian diperkuat dengan Nota Kesepahaman antara Menteri Dalam Negeri, Menteri Koperasi dan UKM dan Menteri Perdagangan Nomor 503/555/SJ Nomor 03/KB/M.KUKM/I/2015 dan Nota Kesepahaman Nomor 72/M-DAG/MOU/I/2015 Tentang Pembinaan Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil. Begitu

pula dengan perangkat wilayah setempat termasuk di dalamnya Lurah, Ketua RW dan Ketua RT, juga masyarakatnya yang sepakat IUMK ini sangat penting bagi berdirinya disamping peraturan perundang-undangan. Hal tersebut diposisikan sebagai tiket utama untuk melebarkan sayap usahanya ke banyak platform termasuk pemerintahan.

Tahap 4, Evaluasi Kegiatan Pendampingan UMKM Pengerajin Tas

Akhir dari PKM ini adalah tercapainya tahapan evaluasi. Rangkaian kegiatan pada tahap ini dimulai dengan dibukanya audiensi antara tim peneliti PKM STIE Pemuda dengan pihak UMKM Morokrengan. Pihak UMKM menyatakan adanya pengembangan dalam hal bidang usaha setelah adanya pendampingan dari tim peneliti. Penyesuaian yang signifikan dapat dilihat pada cakupan usaha yang merambah pada dunia digital dan terkait dengan perijinan yang sudah melalui proses pengajuan legalitas. Pengembangan segmentasi pasar yang lebih luas juga di selaraskan dengan kualitas SDM dalam memotret, *branding*, dan *packaging*. Selain itu, pembukuan usaha berbasis digital yang juga di ajarkan pada UMKM memberikan alternatif dalam bidang pengelolaan yang lebih modern. Didukung dengan penelitian dari Harti et al., (2022) pelatihan berbasis digital memiliki dampak meningkatkan pemahaman yang tinggi bagi peserta. Adanya efektivitas waktu produksi dari tenaga kerja, peremajaan dari segi desain pengemasan agar tampak menarik untuk

dipasarkan secara *online*, dan penambahan media pemasaran dalam jaringan *online* adalah hasil utama dari kegiatan PKM ini.



Gambar 5. Evaluasi Bersama antara Peneliti dengan UMKM Pengerajin Tas

SIMPULAN

Dengan berbagai perubahan dunia ekonomi serta situasi keadaan negara, sudah tentu akan memacu semangat bagi pelaku UMKM untuk terus bertahan pada garis aman serta melebarkan sayap untuk memajukan usahanya. Terlebih ketika sistem pemasaran online menjadi skema yang digemari mayoritas masyarakat untuk memulai usahanya. Hal tersebut ditunjang dengan munculnya kondisi pandemi beserta berlakunya PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar yang dimaksudkan sebagai pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19. Bentuk kebijakan PSBB tersebut diharapkan mampu sebagai alat untuk mencegah kemungkinan penyebaran COVID-19. Kondisi ini tentu saja merupakan peluang bagi *e-commerce* untuk mengencarkan senjata ampuhnya yakni platform penyedia toko yang bisa diakses dari rumah di tengah keterbatasan atas pandemi Covid-19. Tentunya ini menjadi sebagian besar alasan dilaksanakannya kegiatan KKN ini. Sama halnya dengan platform digital bersama, kumpulan layanan umum serta arsitektur yang berfungsi untuk menampung penawaran digital diharapkan mampu memfasilitasi UMKM untuk dapat menjual produk dengan lebih optimal. (Parker et al., 2016)

Alhasil, dengan dilaksanakannya program kerja ini, para pelaku UMKM berkesempatan besar untuk membesarkan usahanya. Dampak TI dan teknologi digital pada inovasi bisnis dan kewirausahaan menurut Steininger, (2019) sangat beragam karena dapat menjadi fasilitator, mediator atau hasil dari operasi kewirausahaan, atau model bisnis secara keseluruhan. Mengingat isu fenomena ekonomi di zaman sekarang telah dirasakan secara nyata, pengerajin tas mewakili keantusiasannya para pelaku UMKM sudah merespons dengan sangat baik melalui keikutsertaannya dalam kegiatan 6 Program Kerja yaitu: perijinan surat izin usaha, pengembangan desain tas, pelatihan memotret, branding, dan packaging, strategi pemasaran *online*, pembukaan *marketplace* dan digital marketing, dan pelatihan pembukuan usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim KKN 1 Surabaya Tahun 2022 ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak terkait dan seluruh warga RW.05 Gadukan Utara, karena pada kegiatan ini telah menerima tim KKN-PKM dan mengizinkan untuk melaksanakan kuliah kerja nyata sebagai bentuk implementasi Tri Darma Perguruan Tinggi, juga sebagai syarat kelulusan. Tim peneliti sungguh terkesan dengan antusias seluruh perangkat RW dan warganya yang turut membantu kegiatan kuliah kerja nyata. Sehingga terlaksana dengan lancar dan teratur. Tim peneliti juga memohon maaf apabila telah melakukan atau berkata sesuatu yang kurang berkenan di hati semua warga Gadukan Utara RW.05. Semoga silaturahmi tidak terputus di sini dan senantiasa disehatkan Allah, disayang Allah, dimuliakan Allah, dimudahkan jalan dunia dan akhirat oleh Allah, dan semoga selalu sukses, jaya, makmur, dan sejahtera untuk warga RW.05 Gadukan Utara, Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anderson, C. (2014). Makers: The New Industrial Revolution Chris. In *Futures*

- (Vol. 23, Issue 6).
[https://doi.org/10.1016/0016-3287\(91\)90079-H](https://doi.org/10.1016/0016-3287(91)90079-H)
2. Anggraeni, F. (2018). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1286–1295.
 3. Arianto, B.--. (2020). Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.12928/optimum.v10i1.14343>
 4. Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital Entrepreneurship Ecosystem: How Digital Technologies and Collective Intelligence are Reshaping the Entrepreneurial Process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150(October 2019), 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
 5. Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview1076>
 6. Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
 7. Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamaju.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>
 8. Harti, Sakti, N. C., Sudarwanto, T., Pratama, D. P. A., & Habibah, I. A. N. (2022). *PELATIHAN PEMBUATAN LKPD EKONOMI BERBASIS APLIKASI DIGITAL PADA GURU-GURU SMA DI KABUPATEN LAMONGAN*. 6(4), 2169–2177.
 9. Ikfinasulka, A. N., Manar, D. G., & Sulistyowati. (2021). Transformasi Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Setelah Adanya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 1–24.
 10. Markus, L. M., & Loebbecke, C. (2013). Commoditized Digital Process and Business Community Platforms: New Opportunities and Challenges for Digital Strategies. *MIS Quarterly*, 37(2), 649–653.
 11. Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
 12. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy. In *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy - and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company. [http://www.tradenuts.com/docs/library/Market_reports/Book_resources/BOOKS/\[Geoffrey_G._Parker,_Marshall_W._Van_Alstyne,_and_\(BookZZ.org\).pdf](http://www.tradenuts.com/docs/library/Market_reports/Book_resources/BOOKS/[Geoffrey_G._Parker,_Marshall_W._Van_Alstyne,_and_(BookZZ.org).pdf)
 13. Permadi, D., Shabrina, F., Rahyaputra, V., Darmawan, P., Jati, L. K., Megarani, C., Hafizan, I., Jati, G. M., & Alfanisa, E. W. (2017). *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia:*

Analisis Kesiapan Ekosistem Lokal dan Sekolah Menengah atas di 12 Kota Indonesia. Gadjah Mada University Press.

14. Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89–95. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>
15. Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
16. Shabbir, M. S., Shariff, M., Kiran, R., Zaidi, M. F., & Shahzad, A. (2016). Cyber entrepreneurship: a note on indigenous perspective from a developing country. *Soc. Sci.*, 11(5), 704–709.
17. Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. In *K-Media*.
18. Steininger, D. M. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363–407. <https://doi.org/10.1111/isj.12206>