

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Lebak Banten Melalui Fasilitas Pihak Eksternal

Yoko Tristiarto¹, Agus Kusmana²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Jl. R.S. Fatmawati No. 1 Pondok Labu – Jakarta Selatan 12450
Email : yoko.tristiarto@upnvj.ac.id¹, agus.kusmana@upnvj.ac.id²

ABSTRAK

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini telah terbukti memberikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang di masyarakat. Keberadaan UMKM tidak dapat diragukan karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga menghadapi banyak masalah, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah hubungan dengan prospek bisnis yang kurang jelas dan visi perencanaan dan misi yang belum stabil. Pemberian informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi peningkatan daya saing UMKM Indonesia. Oleh karena itu diperlukan sinergi semua pihak terutama antara pemerintah dan lembaga keuangan mikro. Pengembangan UMKM melalui fasilitas dari pihak eksternal yaitu Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Lebak Banten dapat memberikan akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan berupa pelatihan penyusunan proposal kredit, mengadakan pembinaan dan pelatihan serta kegiatan promosi produk untuk memperluas pemasaran produk berupa pelatihan penerapan digital marketing.

Kata Kunci : UMKM, Pihak Eksternal, Peningkatan Daya Saing.

ABSTRACT

The lack of solid Indonesian economic fundamentals has prompted the government to build an economic structure by taking into account the existence of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs). This sector has been proven to provide jobs and provide opportunities for SMEs to develop in society. The existence of SMEs cannot be doubted because they have proven to be able to survive and become an economic driver, especially after the economic crisis. On the other hand, SMEs also face many problems, namely limited working capital, low human resources, and inadequate mastery of science and technology. Another obstacle faced by SMEs is the unclear relationship with business prospects and unstable planning vision and mission. Providing information and market networks, easy access to funding and assistance as well as increasing information technology capacity are some strategies to increase the competitiveness of Indonesian SMEs. Therefore, a synergy of all parties is needed, especially between the government and microfinance institutions. The development of SMEs through facilitation from external parties, namely the Office of Cooperatives and SMEs of Lebak Banten Regency, can provide SMEs access to capital resources in the form of credit proposal preparation training, conducting coaching and training as well as product promotion activities to expand product marketing in the form of training in digital marketing applications.

Keywords: SMEs, External Parties, Increased Competitiveness.

1. PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Beberapa peran strategi usaha kecil menengah adalah ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www.smeccda.com).

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua

lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Di Kabupaten Lebak Banten banyak berkembang kelompok UMKM dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kelompok UMKM Kabupaten Lebak Banten dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana, serta kurangnya akses pemasaran produk.

2. PERMASALAHAN

Hasil identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM Kabupaten Lebak Banten ini dilihat dari berbagai sudut pandang yang relevan :

- a. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya.
- b. Kesulitan akses perbankan untuk permodalan usaha, dikarenakan pelaku UMKM tidak memiliki

pengetahuan mengenai bagaimana membuat proposal kredit bank.

- c. Kurangnya sarana dan prasarana serta kurangnya akses pemasaran produk.

Beberapa permasalahan di atas inilah yang memerlukan perhatian yang lebih dari Pemerintah Kabupaten Lebak Banten khususnya Dinas Koperasi dan UKM agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih baik. Keberadaan UMKM ini perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.

Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi dalam mendorong keberhasilan UMKM dengan memberikan akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan berupa memfasilitasi dalam bentuk pelatihan menyusun proposal kredit. Selain itu juga mengadakan pembinaan dan pelatihan, kegiatan promosi produk, memperluas pemasaran produk berupa pelatihan penerapan digital marketing.

Hal inilah yang menjadi pertimbangan untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat, dimana target dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfungsi untuk memberikan pemecahan masalah (solusi) terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu berupa:

- a. Peningkatan pengetahuan para pelaku UMKM tentang kiat-kiat agar permohonan kredit dapat disetujui.
- b. Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM tentang penerapan digital marketing dalam memperluas akses atau jaringan pemasaran hasil produknya.

3. METODOLOGI

Adapun metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah penyuluhan (seminar) mengenai Mekanisme Perkreditan Bank Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam urusan-urusan yang berkaitan dengan kredit. Hal ini dilakukan dengan memberikan pendampingan (bimbingan) selama 3 (tiga) bulan tentang prosedur sederhana yang harus dilakukan untuk mendapatkan kredit dan sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan akan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi yang sehat.

Metode lain yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur. Maksud dari metode ini adalah metode ceramah, diskusi informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung di internet. Materi ceramah dan diskusi informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang internet serta peluang bisnis internet. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan blog atau web dalam bisnis internet, langkah-langkah pembuatan web atau blog. Cara mendaftarkan blog untuk program Google AdSense. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan web atau blog langsung melalui internet. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 1 (satu) bulan tentang pemasaran bisnis melalui *e-commerce* sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer beserta jaringan internet.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

Tabel 1. Penentuan Kriteria dan Indikator Keberhasilan Kegiatan Abdimas

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Seminar (Ceramah & Tanya Jawab)	Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan.	Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang proses penyusunan proposal kredit secara sederhana, serta pemasaran internet melalui : a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan sistem manajemen sederhana. b. Motivasi untuk melakukan kegiatan usaha secara profesional. c. Motivasi untuk mengembangkan kegiatan usahanya.
Pelatihan (Simulasi)	Meningkatkan kemampuan menerapkan kegiatan pelatihan secara teknis.	Mampu menyusun proposal kredit dan membuat situs blog secara teknis.
Pendampingan	Mampu membuat proposal kredit yang baik dan wajar.	a. 25 % Proposal Kredit Disetujui (bulan ke-1) b. 50 % Proposal Kredit Disetujui (bulan ke-2) c. 75% Proposal Kredit Disetujui (bulan ke-3) d. 100% Proposal Kredit Disetujui (bulan ke-4)
	Mampu melakukan penjualan melalui internet marketing	a. 25 % Memahami komputer dan jaringan internet b. 50% Memahami sistem pemasaran bisnis c. 75% Melakukan upload produk d. 100% Melaksanakan internet marketing (e-commerce)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bojongcae Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten dengan mitranya Kelompok UMKM Desa Bojongcae Kecamatan Cibadak Lebak Banten. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2020. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah kelompok usaha ibu rumah tangga. Adapun peserta ibu rumah tangga yang dimaksud kebanyakan dari mereka hanya sebagai ibu rumah

tangga, sebagian terdiri dari ibu-ibu yang memiliki usaha sederhana dan hanya sedikit yang bekerja di kantor.

Peningkatan pengetahuan atau kiat-kiat membangkitkan usaha rumahan dan mandiri atau kewirausahaan dan peningkatan kemampuan finansial bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga adalah merupakan bagian yang sangat penting dan harus diketahui oleh para peserta untuk menjadi usaha mandiri yang sukses dan berhasil. Memulai usaha sungguh luar biasa sulit, tidak hanya diperlukan modal, tetapi juga tekad, keterampilan, pengetahuan, ketekunan, berani mengambil risiko, tidak putus asa, pandai mengelola dan kemauan untuk terus belajar. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman peserta dalam kewirausahaan dan pemasaran produk memang tidak mudah untuk dilaksanakan.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaksanaannya terdiri dari 2 (dua) session yang sesuai target yang akan dicapai yaitu:

- a. Peningkatan pengetahuan para pelaku UMKM tentang kiat-kiat agar permohonan kredit dapat disetujui.
- b. Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM tentang penerapan digital marketing dalam memperluas akses atau jaringan pemasaran hasil produknya.

Pelatihan Penyusunan Proposal Kredit

Tanggal 18 Juli 2020 dilakukan kegiatan pelatihan tentang penyusunan proposal pengajuan kredit perbankan, yang diikuti oleh 30 peserta.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Penyusunan Proposal Kredit

Adapun salah satu materi diberikan adalah bagaimana membuat laporan keuangan yang sederhana diantaranya menyusun estimasi atau proyeksi cashflow. Dengan selesainya pelaksanaan pelatihan tersebut, mereka diharapkan telah memahami dan mampu menyusun proposal pengajuan kredit perbankan serta terealisasi sehingga kendala keterbatasan dana/modal dapat teratasi. Dimana untuk terwujudnya hal tersebut, mereka akan tetap didampingi selama 3 (tiga) bulan ke depan.

Pelatihan dilakukan dengan metode penyuluhan dan penyajian materi serta tanya jawab, kegiatan praktek dan pendampingan pembuatan proposal pengajuan kredit bank secara langsung. Para peserta awalnya diberikan Penyuluhan tentang pentingnya mengembangkan usaha dan manajemen permodalan dengan menjelaskan prosedur sederhana yang harus dilakukan untuk mendapatkan kredit bank dan sekaligus meningkat-

kan kemampuan pelaksanaan prinsip ekonomi yang sehat. Penyuluhan mengenai pengembangan usaha berisi cara-cara mengembangkan usaha kecil. Adapun beberapa hal yang difokuskan dalam materi pengembangan usaha, adalah bagaimana membuat perencanaan sebuah strategi, melakukan penghematan biaya operasional setiap bulan, bagaimana mengenali para pesaing usaha, dan bagaimana melakukan survei harga pasar. Sedangkan penyuluhan mengenai manajemen permodalan bagi usaha mikro berisi tentang apa saja kendala UMKM dan bagaimana prosedur pemberian kredit modal kerja oleh pihak perbankan. Beberapa hal yang difokuskan dalam materi manajemen permodalan usaha adalah kendala apa saja yang dihadapi UMKM dan bagaimana prosedur pemberian kredit modal kerja oleh pihak perbankan.

Selanjutnya masuk ke materi pelatihan pembuatan proposal pengajuan kredit bank, bagian demi bagian yang harus ada dalam proposal pengajuan kredit bank. Setelah materi paparan disampaikan, dalam sesi diskusi/tanya jawab banyak peserta yang berpartisipasi secara aktif mengajukan pertanyaan dan bahkan ada yang menyampaikan pengalaman keluarganya seputar kredit bank. Setelah kegiatan penyuluhan, mulai dari penyuluhan pengembangan usaha dan manajemen permodalan bagi usaha mikro, para peserta diberikan praktek langsung/simulasi pembuatan proposal pengajuan kredit bank. Adapun saat praktik pembuatan proposal pengajuan kredit bank, para peserta diberikan contoh proposal lengkap dengan *template*-nya.

Setelah dilakukan pendamping ternyata pada bulan pertama pendampingan sudah ada kemajuan dari

30 orang peserta yang mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan, terdapat 1 (satu) peserta yang sudah mengajukan permohonan kredit ke bank milik pemerintah daerah dimana kredit tersebut telah disetujui.

Berdasarkan data tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa pada periode pendampingan bulan ke-1 terdapat sekitar 1 (satu) peserta yang sudah mengikuti pelatihan telah mampu menyusun proposal pengajuan kredit secara mandiri. Akan tetapi masih terdapat 29 peserta yang proposal kreditnya belum disetujui karena adanya kendala pada jaminan kreditnya. Sehingga pengabdian menyarankan agar mengajukan KUR (Kredit Usaha Rakyat) yaitu fasilitas kredit dari bank yang memberikan pinjaman tanpa meminta jaminan.

Dengan terlihatnya ada kemajuan tersebut, pengabdian sangat mengharapkan untuk waktu-waktu yang akan datang sudah 100% peserta sudah dapat disetujui permohonan kreditnya.

Pelatihan Penerapan Digital Marketing

Kegiatan pelatihan pembuatan situs blog sebagai media promosi telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 6 jam pelajaran yaitu tanggal 19 Juli 2020. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi dengan menggunakan *powerpoint* dan menggunakan contoh studi kasus.

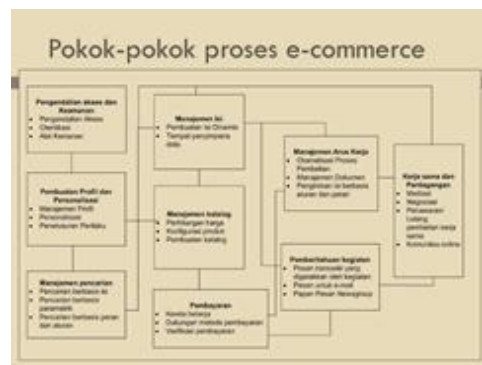
Pelatihan dasar *e-commerce* merupakan pelatihan yang dilakukan untuk mendasari atau sebagai dasar pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya, dalam arti pelatihan penerapan aplikasi *e-commerce* berbasis CMS dan SEO yang dikembangkan

dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pengguna. Materinya adalah membuat *web blog* dengan *blogspot* dan *e-commerce* dengan *prestashop*.

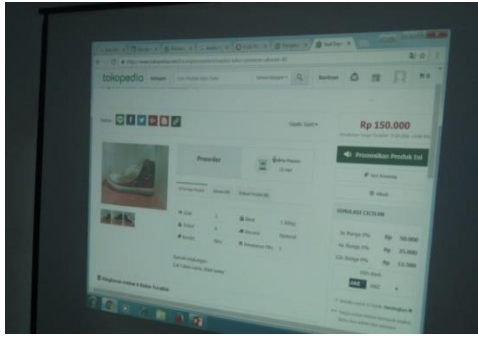
Waktu pelaksanaan pelatihan dasar *e-commerce* adalah selama 6 jam efektif yang dilaksanakan selama rentang waktu satu hari. Metode pelaksanaan adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang berbasis internet, maka kelas yang digunakan adalah laboratorium komputer berbasis internet. Namun demikian selain menggunakan laboratorium komputer berbasis internet juga menggunakan laptop yang dapat berbasis offline dan online dengan menggunakan modem portable. Contoh-contoh diberikan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh instruktur melakukan praktek di depan dan diikuti oleh peserta pelatihan. Jumlah peserta adalah tiga puluh orang.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan E-Commerce



Gambar 3. Materi Pelatihan E-Commerce



Gambar 4. Salah Satu Hasil Pelatihan E-Commerce

Pelatihan ini telah selesai dilaksanakan. Lama waktu pembelajaran *web blog* dengan *blogspot* tersebut adalah enam jam efektif yang dilaksanakan di laboratorium komputer dengan praktek langsung menggunakan komputer yang terkoneksi dengan internet. Materi ini menjadi dasar untuk melakukan pelatihan lebih lanjut tentang *e-commerce* dengan *prestashop*.

Materi dasar *web e-commerce* yang diberikan adalah *web blog* menggunakan *blogspot* sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya. Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar *web blog* sebagai bekal untuk menerapkan web yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam *e-commerce* yang dikembangkan.

Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan *web blog* dengan *blogspot* ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat *account blog* sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa *weblog*.
- b. Mengganti tampilan *web blog* dengan *template desain* yang *responsive* dan lebih menarik sesuai dengan tema *webblog* tersebut.
- c. Mengganti alamat *url blog* menggunakan *Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain,*

Keyword on Domain hingga *Sub Domain*.

- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya ke dalam *webblog* tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha.

Pelatihan selanjutnya adalah dasar *e-commerce* dengan menggunakan paket aplikasi *prestashop*. Pelatihan ini dilaksanakan setelah pelatihan *web blog* dengan *blogspot*. Tujuan pelatihan *e-commerce* dengan paket aplikasi *prestashop* adalah agar peserta pelatihan dapat membuat aplikasi *e-commerce* dengan bentuk *template e-commerce* secara gratis karena bersifat *open-source* artinya boleh digunakan, diunduh dan dikembangkan oleh siapapun dengan gratis. Tidak ada biaya yang dikeluarkan jika kita ingin menggunakan CMS yang ada kecuali kalau ingin dionlinekan dengan domain yang profesional seperti .com.

Namun demikian untuk pelatihan ini dilakukan dengan melakukan online secara gratis, namun web gratis ini sifatnya sementara. Nantinya setelah selesai pelatihan baru diterapkan pada domain profesional yang dapat dibeli dari penyedia atau provider internet. Materi pelatihan berupa (1) Display produk disertai deskripsi dan harga, (2) Display produk terbaru, (3) Display produk terlaris, (4) Display harga promo, (5) Display keranjang belanja, (6) Display merek yang dijual, (7) Display rekening bank untuk pembayaran, (8) Display kontak yang bisa dihubungi, (9) Penghitung stok otomatis, (10) Penghitung ongkos kirim otomatis, (11) Fasilitas komunikasi realtime online semacam YM.

Selain melakukan pelatihan *e-commerce* dengan *prestashop* yang dilakukan secara online, juga perlu dilakukan persiapan untuk pelatihan

secara offline. Tujuannya agar setiap kali melakukan pembelajaran pelatihan pembangunan *e-commerce* dengan *prestashop* tidak harus tergantung pada keberadaan koneksi internet. Untuk kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan instalasi secara local (*localhost*), sehingga setelah dilakukan pelatihan *prestashop* secara klasikal di laboratorium tersebut peserta dapat melakukan pelatihan secara mandiri dengan menggunakan PC atau laptop.

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur:

- a. Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan
Respon peserta dan aktivitas peserta pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusias mereka dalam mengikuti pelatihan.
- b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan
Keterampilan peserta diobservasi pada saat pelatihan melalui pemberian modul pelatihan yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan blog.

5. KESIMPULAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program P2M ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberi-

kan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang teknologi informasi.

Sesuai dengan hasil evaluasi respons yang telah dilakukan, kami menyarankan hendaknya program-program pengabdian masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan pengenalan aplikasi-aplikasi komputer yang baru, dalam jangka waktu yang relatif singkat mengikuti perkembangan teknologi secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Adiono, (2016), Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, STIE-INABA, Bandung.
- Dinkopumkm.semarangkota.go.id, Produk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2020.
- Jopie Jusuf, (2018), Analisis Kredit Untuk Account Officer, Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, (2019), *Principles of Marketing*, Second European Edition, *Prentice Hall*.
- William J. Stanton, (2017), *Fundamentals of Marketing*, Edition 9, *McGraw-Hill*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>