

Peningkatan Produktifitas UKM dalam Inovasi Pemasaran Melalui Pendekatan Manajemen dan Pemanfaatan Teknologi Informasi

Increasing UKM Productivity in Marketing Innovation Through a Management Approach and Utilization of Information Technology

Adam¹, Lilianti^{2*}, Hasmira Said³, Hermanto⁴, Mujiati⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Kendari

Email: adam@umkendari.ac.id¹, lilianti@umkendari.ac.id²,
hasmira@umkendari.ac.id³, hermanto@umkendari.ac.id⁴,
dramujiati1969@gmail.com⁵

*Corresponding author:lilianti@umkendari.ac.id²

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan untuk mengatasi membludaknya masalah pengangguran yang tinggi. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UKM yang ada di desa Ghonsume masih banyak menghadapi berbagai masalah antara lain masalah manajerial, pemasaran, mutu, pemanfaatan teknologi tepat guna seperti *internet, facebook, youtube, instagram* serta masalah promosi dan penjualan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, penjualan dan pemasaran produk melalui pemanfaatan *e-commerce* atau teknologi patut dicoba untuk dapat membantu para pelaku UKM yang ada di desa Ghonsume. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan juga pengetahuan kepada mitra dalam meningkatkan daya saing dan mutu produksi di desa Ghonsume. Metode yang digunakan adalah dengan cara melakukan observasi, edukasi dan monitoring. Hasil dari pada program pemberdayaan ini mitra mengetahui cara pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produksi maupun untuk pengiklanan serta promosi atau pengenalan produk usaha melalui aplikasi *facebook, youtube, whatsapp, instagram* dan lainnya. Dengan demikian mitra dapat memahami dan menguasai fasilitas informasi tersebut serta dapat mengenalkan produk usahanya sekaligus sebagai media pemasaran.

Kata Kunci: manajemen; mutu; produktifitas; teknologi informasi

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) is one sector that makes a significant contribution to addressing the booming problem of high unemployment. This is due to the absorption of SMEs to a very large workforce and close to the common people. However, SMEs in Ghonsume village still face many problems including managerial, marketing, quality, utilization of appropriate technology such as internet, Facebook, YouTube, Instagram as well as problems with promotion and sales of the products they produce. Therefore, selling and marketing products through the use of e-commerce or technology is worth trying to be able to help UKM players in Ghonsume village. The purpose of this activity is to provide understanding and knowledge to partners in increasing the competitiveness and quality of production in the village of Ghonsume. The method used is by observing, educating and monitoring. As a result of this empowerment program partners know how to use technology for production marketing as well as for advertising and promotion or introduction of business products through Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram and other applications. Thus partners can understand and master the information facility and can introduce their business products as well as marketing media.

Keywords: management; quality; productivity; information technology

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah penunjang ekonomi nasional dan daerah (Lubis, T.A., 2016; Febriyantoro, M. T., & Arisandi, 2018; Fauji, 2019). UMKM merupakan sektor produksi bagi masyarakat terutama masyarakat dari kalangan kecil dan menengah. UMKM dinilai memiliki peranan yang sangat penting bagi peningkatan sektor ekonomi masyarakat (Wahyuningsih, 2009). UMKM juga dinilai memiliki peranan yang sangat vital dan penting juga memiliki nilai strategis dalam membangun dan juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat (Meliala, Matondang, & Sari, 2016; Purwaningsih & Kusuma Damar, 2015).

Di samping itu sektor UKM memiliki kontribusi untuk mengatasi membludaknya masalah pengangguran yang tinggi (Jauhari, 2010). Tumbuhnya UKM menjadi sumber untuk menampung tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan (Wahyuningsih, 2009; Jauhari, 2010). Penelitian sebelumnya juga mengutarakan bahwa pelaku usaha

masih belum menerapkan teknologi informasi secara optimal (Hendriadi, 2019). Lebih lanjut dijelaskan bahwa bisnis yang menerapkan sistem lama akan memiliki potensi untuk tertinggal dengan pesaing bisnis yang mereapkan sistem terbaru (Bin Othayman, dkk 2020). Inovasi dalam berbisnis sangat penting dilaksanakan di tengah pandemi yang terjadi saat ini untuk meningkatkan pertumbuhan dan performa perusahaan (Hartono, 2018).

Kabupaten Muna Secara administratif terdiri dari 22 kecamatan definitif, selanjutnya terbagi atas 158 desa dan kelurahan dan 2 unit pemukiman transmigrasi (UPT). Di kabupaten muna jumlah UMKM saat ini sebanyak 30.740 unit usaha yang terdiri atas 30.570 unit usaha mikro kecil dan 170 masuk kategori usaha menengah besar.

Desa Ghonsume merupakan desa yang masuk wilayah administratif kabupaten muna adalah tempat dimana mitra melakukan usaha produk meubel. Di Desa Ghonsume masyarakatnya dalam kehidupan sehari-hari aktifitas kegiatan maupun untuk kebutuhan

hidup masih mengandalkan hasil alam dan perkebunan. Disamping itu sebagian masyarakatnya bekerja di sektor non riil seperti Asisten Rumah Tangga, karyawan toko, kuli bangunan, tukang ojek *offline* dan lain sebagainya. Untuk menciptakan lapangan kerja sendiri masih dianggap sulit karena terkendala banyak hal diantaranya modal usaha, perizinan, sarana dan prasarana penunjang usaha dan sebagainya.

Permasalahan lain yang muncul adalah persoalan manajerial, pemasaran, mutu, pemanfaatan teknologi tepat guna seperti internet, *facebook*, *youtube*, *instagram* serta produktifitas. Permasalahan ini menjadi permasalahan yang klasik yang dialami oleh para pelaku UKM, sehingga perlu ada bimbingan serta edukasi dan kontrol bagi pemerintah maupun lembaga perguruan tinggi untuk memberikan pelatihan yang memadai dan konstruktif. Selain itu pemerintah daerah masih dihadapkan pula pada situasi kekurangan sumber daya manusia yang profesional dalam memberikan pendampingan dan pelatihan kepada para pelaku UKM. Permasalahan ini menjadikan UKM

tidak maksimal dilakukan pembinaan dan pengawasan.

Kondisi seperti ini butuh pendampingan dari lembaga pendidikan terutama perguruan tinggi untuk mendampingi serta memberikan edukasi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap kinerja mereka agar dapat meningkatkan performa dan hasil kerja yang maksimal. Gagasan tentang strategi manajemen produktivitas usaha harus di sosialisasikan agar input, proses maupun output serta income usaha dapat dilaksanakan dan terwujud dengan baik.

Selama ini persoalan yang menyangkut urusan mitra adalah tentang manajemen usaha. Dengan manajemen usaha yang baik maka hasil akan menjadi baik. Penjelasan tentang manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen mutu, manajemen komunikasi, manajemen pemberdayaan, manajemen pemanfaatan teknologi mutakhir dan yang lainnya perlu diperkenalkan. Dengan edukasi seperti ini akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan yang

baik bagi mitra untuk mengembangkan usaha yang lebih baik.

Persoalan skill atau kemampuan dalam mengorganisir produk usaha juga menjadi kendala tersendiri. Rata-rata pemilik UKM kebanyakan hanya punya pengalaman kerja dari kuli dan juga tamatan sekolah teknik menengah.

Disamping itu pemanfaatan *e-commerce* atau pemanfaatan teknologi juga harus dijelaskan sehingga pangsa pasar menjadi luas, bukan hanya satu daerah yang bisa membeli, tetapi semua daerah yang ada akses internet. Mereka bisa mengiklankan maupun memasarkan produk mereka melalui jaringan *online*. Dengan kemampuan para pelaku UKM dalam memanfaatkan perkembangan teknologi dalam menjalankan usahannya seperti *youtube, facebook* bahkan *whatsapp* itu sangat positif dalam membantu pemasaran produk dari para pelaku UKM. Strategi dalam membina dan mengembangkan UKM dari hulu sampai hilir. Dibagian hulu, dilakukan dari kualitas dan kapasitas produksi baik itu mutu, desain,

sampai inovasi teknologi. Untuk hilirnya dapat dilakukan promosi secara berkala baik tingkat lokal, daerah, propinsi, nasional bahkan sampai tingkat internasional.

Dengan demikian menggagas manajemen produktifitas perlu dilakukan untuk pengembangan UKM baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang, karena manajemen produktifitas UKM sangat terkait dengan inovasi dan daya dukung ekonomi kreatif yang melahirkan produk dengan daya saing dan mutu yang tinggi juga didukung dengan pemanfaatan teknologi tepat guna seperti internet, pemanfaatan media sosial seperti *facebook, whatsapp, instagram* dan lain sebagainya. Sehingga dengan pemanfaatan teknologi yang mutakhir menjadikan pekerjaan lebih mudah dan gampang serta dapat mempermudah proses pemasaran.

Di Desa Ghonsume terdapat UKM yang bergerak dalam bidang produksi meubel. UKM ini merupakan mitra kerja dalam pengabdian ini. Demi memahami kajian manajemen dalam meningkatkan produktifitas usaha

maka perlu dilakukan pembimbingan, pengarahan, sosialisasi terhadap karyawan maupun pemilik UKM, arti penting pengelolaan UKM yang produktif melalui berbagai kajian manajemen demi meningkatkan mutu maupun kualitas produk. Di samping itu perlu penjelasan serta pemahaman bagi mitra agar hasil produksinya dapat diserap konsumen dengan memanfaatkan pendekatan teknologi untuk menunjang pemasaran hasil produksi yang dihasilkan.

Kolaborasi serta kerjasama antara lembaga perguruan tinggi dengan UKM dalam program pengabdian ini yang orientasinya adalah melakukan pembimbingan serta edukasi tentang manajemen produktifitas usaha kecil dan menengah akan sangat membantu untuk meningkatkan daya saing, mutu maupun kualitas produksi. Program pengabdian ini melibatkan UKM dalam sosialisasi, pengarahan maupun pembimbingan.

Manfaat sosialisasi, edukasi maupun pembimbingan dalam menggagas manajemen produktifitas usaha adalah agar mereka dapat memahami dan mengetahui serta

dapat berpikir secara mandiri dan profesional tentang manfaat manajemen produktifitas usaha serta pemanfaatan teknologi mutakhir untuk mendukung kreatifitas mereka dalam menghasilkan produk unggul yang bersaing, bermutu dan berkualitas, dapat memasarkan dan mengiklankan serta mempromosikan hasil produksi usaha mereka melalui jejaring internet seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, maupun melalui aplikasi yang lain.

Beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra kerja sekaligus menjadi skala prioritas yang harus ditangani dan diutamakan adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya sarana dan prasarana penunjang untuk menghasilkan produksi, karena mitra masih menggunakan perlengkapan yang masih tradisonal atau konvensional.
2. Kurang serta lemahnya pemahaman tentang manajemen baik itu manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen mutu, manajemen komunikasi dan lainnya sehingga menyebabkan hasil produk tidak

maksimal baik dari sisi pemasaran maupun kualitas.

3. Kurang/minimnya pengetahuan serta pemahaman tentang pemanfaatan teknologi atau alat komunikasi sebagai sarana untuk pengiklanan, penjualan, promosi produk baik jejaring *wahatsapp*, *facebook*, *instagram*, *youtube* maupun jaringan lainnya untuk keberlangsungan produk baik jangka pendek maupun jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Dalam pengabdian ini metode yang digunakan untuk memberikan solusi dan penyelesaian terhadap permasalahan yang dialami mitra adalah dengan cara melakukan observasi, edukasi dan monitoring.

Adapun Langkah-langkah yang akan dilakukan dapat diuraikan dan dijabarkan sebagaimana berikut ini:

1. Kegiatan Observasi

Dalam kegiatan sosialisasi yang merupakan kegiatan pra-program, tim melakukan pertemuan dengan mitra pengabdian sekaligus mengamati, mengobservasi, menilai, serta mendiskusikan hal-hal yang

dianggap penting yang berkaitan dengan permasalahan mitra. Karena dalam diskusi maupun pengamatan difokuskan pada sasaran mitra yang diatasi. Sehingga dalam kegiatan program ini ditemukan substansi dari persoalan pokok atau mendasar dari permasalahan yang dialami mitra.

2. Kegiatan Edukasi

Pada kegiatan edukasi mitra diberikan penjelasan, pengetahuan, pemahaman, metode, strategi tentang bagaimana mengelola usaha agar produktif. Penedukasian difokuskan pada penjelasan tentang arti penting ide/gagasan pengetahuan manajemen dalam mengelola sebuah usaha agar bisa produktif. Di samping itu pula mitra diberikan pelatihan serta kursus menggunakan serta memanfaatkan teknologi untuk mengiklankan atau mempromosikan serta memasarkan hasil produksi melalui jaringan internet.

Adapun tahapan kegiatan edukasi yang menjadi prioritas dalam kegiatan ini diuraikan sebagai berikut:

- a. Menjelaskan serta memberikan pemahaman kepada mitra tentang konsep manajemen antara lain

manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen mutu, manajemen komunikasi, manajemen pemberdayaan dan lain sebagainya.

- b. Melatih, mengajarkan serta memperkenalkan kepada mitra pemanfaatan media *online* baik *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *youtube* dan yang lainnya sebagai media pengiklanan serta pemasaran produk baik dimasa pandemi Covid-19 ini atau di masa kondisi normal yang lainnya.

3. Kegiatan

Monitoring/Pendampingan

Pada kegiatan monitoring dan pendampingan ini, mitra diberikan instrument untuk merespon mengenai pelaksanaan kegiatan tersebut dan juga dilakukan pengukuran tingkat pengetahuan mitra sehingga dapat diketahui apakah mitra mengalami peningkatan atau tidak setelah diberikan kegiatan edukasi, baik itu melalui *post test*, penugasan ataupun melalui penilaian lainnya.

Selain itu, mitra juga disarankan untuk lebih berperan aktif dalam rangkaian kegiatan dan turut

berpartisipasi aktif dalam monitoring ini agar mitra lebih terfokus pada kegiatan sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Tim mendampingi serta mengevaluasi perkembangan usaha serta capaian yang dilakukan mitra, sehingga pengabdian ini dapat berjalan dengan baik dan sukses sesuai dengan harapan tentang penjelasan mengenai konsep manajemen maupun pemanfaatan media online sebagai media informasi, pemasaran, dan pengiklanan sehingga dapat dipahami dan dilaksanakan agar produk hasil usaha yang dikerjakan dapat meningkatkan kualitas dan mutu serta dapat dipasarkan dimana saja melalui *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini tim pengabdian melakukan Langkah-langkah sebagai prosedur dalam pengimplementasian program yang dilakukan. Adapun prosedur yang ditawarkan adalah pertama melakukan pembimbingan dan pengedukasian, di mana tim menjelaskan bagaimana mengelola sebuah produk menjadi bermutu dan memiliki daya saing yang potensial.

Kegiatan yang dilakukan adalah bagaimana merancang sebuah strategi dalam mengelola usaha agar usaha biasa produktif dan berkembang. Salah satu caranya adalah harus memahami manajemen sebuah UKM.

Dalam kegiatan ini mitra dijelaskan berbagai macam manajemen usaha serta bagaimana implementasi manajemen dalam mengelola usaha serta bagaimana implementasi manajemen dalam mengelola usaha agar usaha yang dikelola dapat berjalan dengan baik, berdaya saing dan senantiasa meningkatkan dan senantiasa meningkatkan mutu usaha.

Di samping itu mitra dibekali dengan pemahaman tentang pemanfaatan dan penggunaan media online sehingga mereka dapat memanfaatkan jaringan teknologi untuk keberlangsungan produksi usaha. Kedua adalah pengenalan jenis dan macam manajemen dalam usaha. Dalam proses penguasaan dan pembimbingan pengelola usaha dijelaskan dan dijabarkan serta diperkenalkan tentang manajemen usaha beserta trik dan strategi dalam mengelola usaha.

Dalam kegiatan ini diperkenalkan bagaimana keberhasilan usaha ketika pengelolanya memahami tatacara dan mekanisme konsep manajemen dalam sebuah organisasi. Seorang pemimpin harus tahu dan paham tentang konsep manajemen sehingga dia dapat merencanakan strategi kedepannya seperti apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan usaha baik dari sisi daya saingnya maupun mutu serta bagaimana pemasarannya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Helmalia dan Afrinawati, 2018) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran haruslah dilakukan dengan sebaik dan seefektif mungkin kepada calon konsumen. Kegiatan periklanan berarti kegiatan menyebarluaskan berita (informasi) kepada pasar (masyarakat/konsumen). Masyarakat perlu tahu siapa yang bertindak melalui media iklan tersebut (Mursid M, 2017).

Di samping itu mitra juga dijelaskan bahwa dalam meningkatkan produktifitas usaha bukan hanya kerja buta saja, akan tetapi tahu dan paham *planning* usaha

dimasa depan, mau dibawa kemana usaha yang dirintis agar dapat berkembang dengan baik dan dapat menyerap tenaga kerja yang lebih banyak lagi. Hal yang dilakukan adalah bagaimana mengelola usaha tersebut dengan baik dan profesional agar pada masa jangka panjang usaha mitra dapat berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas. Ketiga adalah pengenalan penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi dalam usaha.

Pada program pemberdayaan ini mitra diperkenalkan sekaligus diajarkan tentang pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produksi maupun untuk pengiklanan serta promosi atau pengenalan produk usaha melalui jaringan teknologi informasi atau internet. Dalam kegiatan ini diajarkan bagaimana membuat dan menggunakan aplikasi *facebook*, *youtube*, *whatsapp*, *instagram* dan lainnya. Tujuannya adalah agar mitra memahami dan menguasai fasilitas informasi tersebut dan dapat menggunakannya untuk mengenalkan produk usahanya sekaligus sebagai media pemasaran. Keempat adalah melakukan

pembinaan dan pendampingan. Pada kegiatan pengabdian, UKM diarahkan mengimplementasikan aplikasi program yang diberikan. Nantinya UKM melakukan dan mempraktekannya secara mandiri tentang manajemen usaha serta penggunaan teknologi dalam usaha.

Di samping itu dalam kegiatan ini melibatkan instansi pemerintah diantaranya adalah pemerintah desa, dinas tenaga kerja, dinas sosial maupun dinas UMKM agar mereka dapat membimbing dan mendampingi keberlangsungan UKM kedepan agar lebih baik lagi. Selain itu pemerintah bisa memberikan perhatian serta dukungan baik moril maupun materil agar UKM ini terus bertahan dan bisa berkembang serta dapat diberikan pendampingan yang lebih intens, karena UKM merupakan sub sektor perekonomian masyarakat terutama masyarakat kecil dan menengah. Kelima adalah melakukan evaluasi kegiatan. Dari hasil kegiatan pengabdian tim mengevaluasi proses dan tahapan kegiatan. Dari kegiatan ada perkembangan dan kemajuan yang diserap mitra dari hasil edukasi maupun pembinaan/pembimbingan

yang diberikan. Tim menngontrol dan mendampingi untuk kesuksesan dan keberhasilan UKM baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Tim juga bekerjasama dengan pihak pemerintah daerah untuk bersama-sama mengontrol dan terus mendampingi para UKM agar UKM tetap berjalan dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakatnya.

SIMPULAN

Untuk menggagas strategi manajemen produktivitas UKM dan untuk mengembangkan daya saing dan mutu produksi dapat dilakukan dengan memanfaatkan alat teknologi informasi, utamanya *e-commerce*. Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus dilakukan dengan mengenalkan berbagai macam manajemen pengelolaan usaha baik manajemen produksi, manajemen pemasaran dan lain sebagainya serta pendampingan pemanfaatan dan penggunaan media informasi/teknologi mutakhir untuk pemasaran produk baik melalui jejaring *facebook*, *youtube*, *whatsapp* dan

lain-lain. Dengan dua gambaran tersebut baik manajemen maupun pemanfaatan alat telekomunikasi akan membantu mitra dalam mengeksplorasi usaha agar lebih maju, bermutu dan memiliki daya saing jika didukung pula dengan penyediaan sarana dan prasarana usaha yang memadai.

Selain itu, pengelola UKM perlu juga diberikan pengetahuan, dorongan, motivasi, pendampingan secara berkala sehingga memiliki daya saing dan tidak menoton model produksi yang tradisional dengan cara mempelajari maupun mengakses produk yang ada di *youtube*, atau dijejaring internet lainnya untuk dipadukan antara model atau menggunakan ide/gagasan sendiri yang memang tidak ketinggalan zaman dari segi produksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pelaksana kegiatan ini memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan buku ini sehingga dapat terselesaikan. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada pihak universitas dan juga

kepada lembaga LP3M Universitas Muhammadiyah Kendari yang telah banyak memberikan kontribusi baik dukungan secara material maupun moril.

DAFTAR PUSTAKA

- Bin Othayman, Majed & Meshari, A.& and Mulyata, John & Debrah, Y. (2020) 'The Challenges Confronting the Delivery of Training and Development Programs in Saudi Arabia: A Critical Review of Research.', *American Journal of Industrial and Business Management*. 10. 1611-1639. 10.4236/ajibm.2020.109103.
- 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> [Preprint].
- Hartono, Sony. Ubed, R.S. (2018) 'Pelatihan Online Marketing Kepada Pelaku UMKM Desa Cibogo, Cisauk, Tangerang. Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat', in.
- Helmalia dan Afrinawati (2018) 'Pengaruh Ecommerce Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang.', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), pp. 237–246, DOI: <http://dx.doi.org/10.15548/jebi.v3i2>.
- Hendriadi, A.A.& S.B.& N.P.T. (2019) 'Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. J-Dinamika. 4.1025047/j-dinamika.v4i2.1133'.
- Jauhari, J. (2010) 'Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce', *Jurnal Sistem Informasi* [Preprint].
- Meliala, A.S., Matondang, N. and Sari, R.M. (2016) 'Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen', *Jurnal Optimasi Sistem Industri* [Preprint]. doi:10.25077/josi.v13.n2.p641-664.2014.
- Mursid. M (2017) *Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.*
- Purwaningsih, R. and Kusuma Damar, P. (2015) 'Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (ukm) dengan metode structural equation modelling (studi kasus UKM berbasis industri kreatif Kota Semarang)', *Journal Universitas Diponegoro* [Preprint].
- Wahyuningsih, S. (2009) 'Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia', *Jurnal Ilmu-ilmu pertanian* [Preprint].