



## Pelatihan UMKM: Tema: “Bisnis Online Collabs Biar Tidak Collapse” di Pemodalan Nasional Madani (PNM) Ambon

Ferdy Leuhery

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura Ambon, Indonesia

E-mail: [ferdyleuhery12@gmail.com](mailto:ferdyleuhery12@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2023-05-22 Revised: 2023-06-15 Published: 2023-07-02	<p>Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a business unit that has an important role in the development and growth of the Indonesian economy. With the existence of the MSME sector, unemployment due to the labor force not being absorbed in the world of work is reduced. The growth of micro businesses makes them a source of growth in employment and income opportunities. By absorbing a lot of manpower, it means that MSMEs have a strategic role in the government's efforts to fight poverty and unemployment, the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector has proven to be more resilient in dealing with crises and during the COVID 19 pandemic in early 2020, MSMEs tend to experience shocks. so great, that good collaboration is needed between every UMKM. Because collaboration is a process of working together to generate ideas or ideas and solve problems together, so that the problems faced by MSMEs can be resolved. The methods used in the MSME training assisted by PNM Ambon are presentations, discussions and games. located in Maluku itself or outside Maluku. By attending this training the participants are able to master technology to market their products through social media, as well as through market places. By attending this training, participants are able to sell Hard Selling and Covert Selling by collaborating to open up opportunities for MSMEs in Ambon city to increase their business, then with this training MSMEs are taught how to market their products by means of hard selling and covert selling.</p>
<b>Keywords:</b> <i>Collaboration;</i> <i>Covert Selling;</i> <i>Hard Selling.</i>	
<b>Artikel Info</b>	<b>Abstrak</b>
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2023-05-22 Direvisi: 2023-06-15 Dipublikasi: 2023-07-02	<p>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM mempunyai peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis dan pada saat pandemik COVID 19 pada awal tahun 2020, UMKM cenderung mengalami guncangan yang begitu hebat, sehingga diperlukan kolaborasi yang baik antara setiap UMKM. Karena kolaborasi adalah proses bekerja sama untuk menelurkan gagasan atau ide dan menyelesaikan masalah secara bersama-sama, sehingga permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dapat teratasi. Metode yang digunakan dalam pelatihan UMKM binaan PNM Ambon adalah Present asi, Diskusi dan GameSebelum mengikuti pelatihan ini para peserta yaitu UMKM di Maluku belum mengetahui bagaimana meningkatkan penjualan mereka, namun dengan adanya pelatihan ini membuka wawasan para peserta untuk dapat berkolaborasi dengan mitra mereka yaitu UMKM yang berada di Maluku sendiri maupun yang berada di Luar Maluku. Dengan mengikuti pelatihan ini para peserta mampu untuk menguasai teknologi untuk memasarkan produk mereka melalui sosial media, maupun melalui market place. Dengan mengikuti pelatihan ini peserta mampu untuk melakukan penjualan secara Hard Selling dan Covert Selling dengan adanya kolaborasi membuka peluang UMKM di kota Ambon dalam meningkatkan usaha mereka, kemudian dengan adanya platihan ini UMKM diajarkan bagaimana memasarkan produknya dengan cara hard selling dan covert selling.</p>
<b>Kata kunci:</b> <i>Kolaborasi;</i> <i>Covert Selling;</i> <i>Hard Sellig.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara terpadat di dunia. Jumlah penduduk yang besar ini tidak sebanding dengan lapangan pekerjaan

yang tersedia di Indonesia, akibatnya tingkat pengangguran di Indonesia cukup tinggi. Menurut BPS (2022), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia sebesar 7,07% pada Agustus

2021, meningkat 1,8 dibandingkan Agustus 2021. Salah satu cara yang dilakukan masyarakat untuk mengurangi pengangguran adalah sebesar menciptakan pekerjaan mereka sendiri untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu perusahaan yang dapat dipilih oleh orang Indonesia untuk menciptakan lapangan kerja potensial (Halim, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang memegang peranan penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Kehadiran sektor UMKM menurunkan angka pengangguran karena tenaga kerja tidak terserap ke dalam angkatan kerja (Halim, 2020). Pertumbuhan usaha mikro membuat UMKM menjadi sumber kesempatan kerja dan pendapatan yang berkembang. Dengan menyerap lebih banyak lapangan kerja. UMKM dimaksudkan untuk memainkan peran strategis dalam upaya pemerintah untuk mengatasi kemiskinan dan pengangguran. Usaha Mikro, Kecil dan juga Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena berperan dalam pemerataan hasil pembangunan serta pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja (Rachmawati, 2020).

Sementara krisis ekonomi yang melanda negara kita beberapa waktu lalu membuat banyak usaha besar terhenti atau tutup, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbukti tangguh dan tangguh. Dengan dimulainya pandemi COVID-19 2020, UKM cenderung mengalami goncangan yang parah, sehingga diperlukan kerjasama yang baik antar masing-masing UKM. Karena kolaborasi adalah proses bekerja sama untuk menghasilkan ide dan gagasan serta memecahkan masalah secara bersama-sama sehingga masalah yang telah dihadapi oleh usaha kecil dapat diselesaikan (Boedirochminarni, 2020).

UKM perlu mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan usahanya agar dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang ada. Pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah jumlah uang yang diterima pengusaha dari kegiatan yang dilakukan. Bisnis, besar atau kecil, selalu mencari pendapatan untuk mendukung optimal kinerja keuangan. Pendapatan UKM yang terbatas membuat UKM sulit untuk berbisnis (Romadhoni, Akhmad, Khalid, & Muhsin, 2022).

UKM perlu mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan usahanya agar dapat

bertahan dalam kondisi persaingan yang ada. Pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah jumlah uang yang diterima pengusaha dari kegiatan yang dilakukan. Bisnis, besar atau kecil, selalu mencari pendapatan untuk mendukung optimal kinerja keuangan. Pendapatan UKM yang terbatas membuat UKM sulit untuk berbisnis (Romadhoni et al., 2022).

UKM menghadapi cukup banyak kendala untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatannya. Faktor penghambat tersebut salah satunya terkait dengan modal usaha yang terbatas (Hasanah, 2022). Modal usaha mutlak diperlukan untuk menjalankan usaha. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum usaha didirikan. Besarnya modal mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai pendapatan (Deviastri & Annisa, 2022). Semakin besar modal perusahaan, semakin besar peluang untuk mengembangkan usaha. Saat ini banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki produk berkualitas, namun sulit untuk memenuhi permintaan pasar, karena tidak adanya kolaborasi.

Isi utama dari UU Ketenagakerjaan adalah harmonisasi berbagai peraturan dan ketentuan serta penyederhanaan dan kemudahan sistem perizinan. Sistem perizinan yang sebelumnya terkesan terputus-putus, tumpang tindih dan spesifik sektor, kini semakin mudah memberikan layanan keamanan kepada masyarakat dan dunia usaha. Ketika UU Cipta Kerja mulai berlaku, departemen perizinan berupaya menerapkan sistem yang menggunakan pendekatan berbasis risiko. bisnis berisiko rendah hanya perlu mendaftar dan kemudian menerima Nomor Induk Berusaha (NIB). Organisasi berisiko menengah harus memenuhi standar yang ditentukan dalam standar standar, prosedur dan standar (NSPK), dan organisasi berisiko tinggi harus memenuhi persyaratan dan menggunakan lisensi tertentu. Setiap tingkat risiko bisnis ditentukan berdasarkan parameter dari berbagai aspek, terutama faktor yang terkait dengan risiko kesehatan, keselamatan, dan lingkungan (H3L). Perizinan yang biasanya kompleks, berbelit-belit dan tidak pasti dalam hal waktu dan biaya, mengurangi minat masyarakat untuk memulai usaha, dan operator (terutama UMK) memperoleh lisensi dan legalitas. Akses juga sulit karena sulit dan berkelok-kelok. Pinjaman ke lembaga keuangan dan bank (Aidi, 2022).

Beberapa langkah kebijakan telah membuka jalan bagi UKM untuk dengan mudah memasuki sektor perbankan. Dengan meningkatnya jumlah

pinjaman yang dibayarkan juga oleh sektor perbankan dan daya saing manajemen dan produk manufaktur meningkat, UKM khususnya mengadopsi media sosial. Produk bekas untuk dijual. Sebagai salah satu tulang punggung perekonomian, UKM dapat tahan terhadap berbagai krisis. Peran Pemerintah adalah untuk terus mempromosikan dan mengaktifkan moral dan kreativitas (Aidi, 2022).

UKM juga perlu beradaptasi dan mulai menggunakan teknologi digital dalam model bisnisnya agar lebih kompetitif sebagai motor penggerak perekonomian India di era baru pasca Covid-19. Digitalisasi UKM merupakan upaya digitalisasi pemasaran produk UKM oleh pelaku UKM. Sederhananya, memudahkan pedagang untuk memasarkan dan menjual produknya secara online di era teknologi yang semakin maju. Sektor UKM terkena dampak buruk dari pandemi COVID-19 dan Operator telah beradaptasi dengan mengurangi produksi barang/jasa, pekerja per jam dan saluran penjualan/pemasaran, antara lain. Jika digitalisasi UKM dapat dilakukan secara end to end, maka komunikasi dan relasi antara pengusaha dan konsumen dapat terhubung melalui layanan digital tersebut. Selain itu, belanja konsumen bisa meningkat dan roda perekonomian bisa berputar kembali. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyampaikan bahwa, pada tahun 2021 pelaku UKM di Indonesia yang sudah terkoneksi secara digital sudah mencapai delapan juta pelaku UKM, jumlah tersebut setara dengan nilai sebesar 13 persen. Program digitalisasi merupakan bagian terpenting dari program transformasi Kementerian UKM dan koperasi. Pola konsumsi masyarakat telah berubah sebagai akibat dari pandemi global. Ekspansi tren digitalisasi UKM telah menjadi kebiasaan baru masyarakat hingga di masa mendatang. Namun, di masa pandemi Covid-19, penggunaan platform digital pada UKM di Indonesia meningkat pesat. 2 persen UKM Indonesia sudah menggunakan media sosial. Dengan kata lain, media sosial adalah cara untuk mengembangkan bisnis dan keberlanjutan UKM (Mirani, Aryansah, & Musdalifah, 2022).

Pemerintah daerah memiliki peranan sangat penting dalam pengembangan UKM di daerah (Widjadja, Alamsyah, Rohaeni, & Sukanjie, 2018). Pemerintah daerah menjadi jembatan untuk memasarkan produk-produk dari UKM di daerah, sehingga mampu bersaing dengan produk-produk dari daerah lain. Tidak hanya itu pemerintah daerah juga memberikan fasilitas

pembinaan dan pelatihan terhadap UKM, ini merupakan salah satu bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh pemerintah agar, UKM tetap bertahan dan dapat berkembang lebih maju lagi. Namun kenyataannya masih banyak UKM di kota Ambon yang tidak berkolaborasi dengan pemerintah maupun dengan stakeholder lainnya. Menyebabkan UKM tersebut kesulitan dalam memasarkan produknya.

Tujuan Umum penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman bagi UKM khususnya pelaku usaha kecil dan menengah di binaan PNM di Maluku agar mampu berkolaborasi dengan UKM lain baik itu di dalam maupun di Luar Maluku agar dapat mengembangkan usaha mereka. Serta Tujuan Khususnya yaitu untuk meningkatkan pengalaman UKM binaan PNM di Maluku dalam berkolaborasi, juga meningkatkan pengetahuan UKM binaan PNM di Maluku dalam awal berkolaborasi serta melaksanakan implementasi untuk UKM binaan PNM di Maluku untuk saling berkolaborasi.

## II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pelatihan UKM pada PNM Ambon adalah sosialisasi, diskusi dan game, berikut rincian metode pengabdian yang digunakan sebagai berikut:

1. Mempersiapkan kegiatan pengabdian dengan mengidentifikasi kebutuhan dari UKM binaan PNM di Ambon yaitu dari Bisnis Unit Ulamm dan Mekar. Sebelum melakukan kegiatan pengabdian seminggu sebelumnya, melakukan pertemuan secara online melalui WA group dengan kedua bisnis unit PNM. Setelah melakukan pertemuan tersebut akhirnya di rumuskan apa yang dibutuhkan oleh bisnis unit PNM Ambon Ulamm dan Mekar dalam pengabdian ini.
2. Tahap selanjutnya adalah penentuan jadwal untuk sosialisasi, dan pembuatan group whatsapp (WA), karena kegiatan pengabdian ini masuk pada masa pandemic COVID-19, sehingga sosialisasi dijadwalkan untuk kedua bisnis unit pada PNM Ambon Ulamm dan Mekar pada 4 kecamatan, di kota Ambon yaitu Kecamatan Nusaniwe, Kecamatan Sirimau, Kecamatan Baguala, kecamatan Teluk Ambon, kemudian pada kabupaten Maluku Tengah yaitu Masohi serta di Seram Bagian Barat yaitu Kecamatan Kairatu yaitu gamba.
3. Pada tahapan sosialisasi moderator menonaktifkan pesan untuk UKM agar, kami selaku pemberi sosialisasi memperkenalkan diri dengan membuat video profil dan membagikan slide per slide sosialisasi, di group WA.

4. Materi sosialisasi mengenai kolaborasi agar usaha tidak collapse, selain itu juga dalam slide ini bagaimana di ajarkan agar usaha dapat berkembang dengan cara berkolaborasi, terutama pada masa pandemic yang mana usaha harus secara digital atau online. Selain itu juga diadakan pelatihan mengenai bagaimana melakukan penjualan secara hard selling dan covert selling.
5. Kemudian dalam sosialisasi ini dilakukan kegiatan permainan dalam bentuk game, untuk dapat melihat sejauh mana peserta memahami materi yang diberikan, peserta akan diberikan hadiah untuk 3 peserta yang mampu memuat iklan penjualan produk mereka dengan menggunakan Teknik penjualan Covert Selling.
6. Tahapan terakhir adalah melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan, tahapan evaluasi adalah dengan melihat postingan iklan dari UMKM binaan PNM dari Ulamm maupun Mekar pada sosial media facebook, dari pemantauan kami, terlihat hampir 80 persen peserta yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan ini, mampu memahami dan mampu melakukan kolaborasi serta mampu membuat iklan di marketplace facebook menggunakan Teknik covert selling.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diselenggarakan pada UMKM binaan PNM Ambon pada bisnis Unit Ulamm dan Mekar pada 4 kecamatan di kota Ambon yaitu Kecamatan Nusaniwe, Kecamatan Sirimau, Kecamatan Baguala dan Kecamatan Teluk Ambon. Serta Pada Kabupaten Maluku Tengah yaitu di Masohi dan Seram Bagian Barat yaitu di Gemba. Tahapan kegiatan meliputi:

#### 1. Tahapan persiapan.

Tahapan persiapan pengabdian dilakukan dengan pertemuan secara online melalui aplikasi zoom meeting terhadap seluruh peserta dari Kota Ambon, Maluku Tengah dan Seram Bagian Barat pada bisnis unit PNM Ambon Ulamm dan Mekar. Menentukan kebutuhan UMKM. Karena pelaksanaan pengabdian pada Masa Pandemi COVID-19 dan penerapan PPKM sehingga kegiatan pengabdian dilakukan melalui Aplikasi whatsapp (WA) group.

#### 2. Tahapan Sosialisasi

Tahapan sosialisasi pengabdian ini dengan pembukaan oleh moderator dari PNM Ambon dan Kepala Cabang PNM Ambon dan tetapi sebelumnya pada group WA setiap peserta

belum bisa melakukan pengiriman pesan karena pesan ditutup hanya admin dan pembicara saja yang bisa mengirimkan pesan di group WA. Dalam tahapan sosialisasi ini dilakukan pemaparan mengenai bagaimana pelaku usaha pada masa pandemic covid 19 ini mampu untuk berkolaborasi sehingga, usaha mereka tidak bangkrut (Collapse) atau tutup. Setelah itu bagaimana pelaku usaha binaan PNM Ambon mampu untuk berkolaborasi dengan teknologi yang ada, sehingga usaha mereka bukan hanya offline, namun dapat online melalui marketplace online yang ada di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia dan lain sebagainya tahapan sosialisasi berikutnya adalah dengan bagaimana membedakan penjualan melalui marketplace dengan penjualan melalui sosial media dalam hal ini facebook dan bagaimana membuat konten penjualan secara hard selling dan covert selling

#### 3. Tahapan pelatihan dengan Permainan (Game)

Dalam tahapan ini pengabdian terhadap masyarakat diselengi dengan permainan (game), maksud dari permainan ini adalah untuk mencairkan suasana bosan dan untuk mengalihkan perhatian peserta pengabdian untuk fokus dan sekaligus sebagai penilaian terhadap pengabdian yang dilakukan, karena pengabdian ini dilakukan secara online menggunakan WA group dan Zoom Meeting. Permainan yang dilakukan adalah peserta dibagi dalam beberapa kelompok group WA dan dalam masing-masing group bagaimana peserta berkolaborasi Bersama-sama dalam pembuatan iklan pada sosial media, yaitu facebook secara covert selling. Dari hasil 8 kelompok yang dibagikan terlihat bahwa peserta pengabdian masih belum memahami bagaimana membuat iklan pada aplikasi sosial media facebook dengan covert selling karena peserta masih menggugurkan iklan secara hard selling, ini dapat dilihat dalam penggunaan kata "Ready". Biasanya dalam sosial media facebook penggunaan kata ready akan membuat iklan dari pengguna facebook tersebut akan ditinjau sehingga iklan tersebut tidak langsung ditampilkan oleh facebook. Namun setelah beberapa kali melakukan permainan akhirnya para peserta yang terdiri dari 8 kelompok mampu untuk berkolaborasi dalam pembuatan iklan secara covert selling dengan benar dan tepat, karena setiap pengguna facebook apabila melihat iklan jualan, maka status dari postingan tersebut

akan dilewati, namun dengan penggunaan, strategi penjual secara covert selling akan membuat pengguna facebook akan menjadi penasaran dan kaingin tahanan dalam membaca ini sama halnya dengan video iklan dari Thaiand.

#### 4. Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi ini adalah bagaimana kita sebagai narasumber dalam pengabdian pada akhir kegiatan pengabdian melakukan evaluasi terhadap semua kegiatan pengabdian, selain itu juga evaluasi yang dilakukan adalah bagaimana sebagai narasumber dan peserta saling berteman pada aplikasi sosial media facebook agar narasumber dapat memantau secara langsung bagaimana peserta mampu untuk menerapkan strategi pemasaran melalui iklan di sosial media facebook. Selain itu juga dari pengabdian ini diharapkan ada pengabdian lanjutan yaitu adalah pembuatan nomor ijin berusaha dan ijin edar untuk produk makanan maupun minuman.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kegiatan yang dilaksanakan dengan PT. Pemodal Nasional Madani (PNM) Ambon, yang melibatkan pelaku usaha kecil dan menengah pada dua bisnis unit PNM yaitu Ulamm dan Mekar. Program pengabdian masyarakat ini dilakukan pada tanggal 25 Januari, 18 Februari dan 30 Maret 2021 melalui WA group dan Zoom Meeting dan berjalan dengan lancar dan tanpa hambatan serta dengan penuh antusias dari pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Dengan adanya pengabdian masyarakat ini UMK binaan PNM dari bisnis unitnya yaitu Ulamm dan Mekar sangat berterima kasih karena dengan adanya pengabdian masyarakat ini yang dibuat oleh PNM memberikan pengetahuan dan membuka wawasan UMKM untuk dapat berkolaborasi Bersama, sehingga usaha mereka dapat berkembang lebih besar lagi.

### B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak saran sebagai berikut:

1. Perlu adanya tindak lanjut terhadap kegiatan pengabdian ini, agar program dari pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik dan memberikan dampak terhadap UMKM pada unit bisnis Ulamm

dan Mekar binaan PNM

2. Dengan Melibatkan UMKM pada bisnis unit Ulamm dan Mekar binaan PNM memberikan dampak yang sangat signifikan, selain pengetahuan yang didapat, UMKM mendapatkan strategi pemasaran secara Hard dan Covert selling.

## DAFTAR RUJUKAN

Aidi, Ahmadi. (2022). Pengaruh Tata Kelola Kolaborasi dan UU Cipta Kerja Terhadap Perkembangan UMKM Disaat Pandemi Covid 19. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 168–176.

Boedirochminarni, Arfida. (2020). UMKM "kreatif" di masa covid-19. *Ekonomi Indonesia Di Tengah Pandemi Covid*, 1(3), 95.

Deviastri, Lily, & Annisa, Intan Tri. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(1), 52–63.

Halim, Abdul. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten Mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.

Hasanah, N. U. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Pada Batik Cetak Mangrove Desa Tanjung Rejo.

Mirani, Dwi, Aryansah, Januar Eko, & Musdalifah, Farisha Sestri. (2022). Efektifitas Program Palembang go-digital Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 8(1), 108–121.

Rachmawati, Meida. (2020). Kontribusi sektor UMKM pada upaya pengentasan kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(07), 1–13.

Romadhoni, Buyung Romadhoni, Akhmad, Akhmad, Khalid, Idham, & Muhsin, Arief. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(3), 1074–1088.

Widjadja, Yani Restiani, Alamsyah, Doni Purnama, Rohaeni, Heni, & Sukanjie, Bambang. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).