



PAPER – OPEN ACCESS

Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Pemasaran Digital di Sentra IKM Kota Medan

Author : Onan M Siregar dan Ainun Mardhiyah
DOI : 10.32734/anr.v6i2.2551
Electronic ISSN : 2654-7023
Print ISSN : 2654-7015

Volume 6 Issue 2 – 2025 TALENTA Conference Series: Agricultura & Natural Resources (ANR)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).
Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Pemasaran Digital di Sentra IKM Kota Medan

Improving the Competitiveness of SMEs through Digital Marketing in the IKM Center of Medan

Onan M Siregar^{a*}, Ainun Mardhiyah^b

^aOnan M Siregar, Jl. Dr. A. Sofian No. 1A, Medan 20222, Indonesia

^bAinun Mardhiyah, Jl. Dr. A. Sofian No. 1A, Medan 20222, Indonesia

onan@usu.ac.id

Abstrak

Program pendampingan UKM di Sentra IKM Kota Medan bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis melalui pemasaran digital. Inisiatif ini melibatkan pelaku UKM yang berada di wilayah sentra IKM Denai Kota Medan. Melalui pelatihan intensif, pendampingan, dan konsultasi yang berfokus pada adopsi teknologi digital, pengembangan produk, dan penguatan kolaborasi dengan lembaga pemerintah. Pelaku UKM di Sentra IKM Kota Medan memperoleh sejumlah manfaat signifikan dari program pendampingan ini. Mereka berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, yang memungkinkan mereka memperluas jangkauan pasar melalui platform online. Selain itu, pelatihan diversifikasi produk mendorong mereka untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren, sehingga menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Daya Saing UKM; Pemasaran Digital; Sentra IKM Medan;

Abstract

The UKM Assistance Program in the IKM Center of Medan City aims to enhance competitiveness and business sustainability through digital marketing. This initiative involves small and medium enterprises (UKM) located in the IKM Denai Center of Medan City. By offering intensive training, mentorship, and consultation focused on digital technology adoption, product development, and strengthening collaboration with government agencies, the program has delivered significant benefits to participating UKMs. Entrepreneurs in the IKM Center of Medan have improved their understanding and skills in utilizing digital technologies for marketing, enabling them to expand market reach through online platforms. Furthermore, product diversification training has encouraged the creation of more innovative and trend-aligned products, attracting a broader customer base and boosting sales.

Keywords: UKM Competitiveness; Digital Marketing; IKM Center Medan;

1. Pendahuluan

Dinas Koperasi dan UKM merupakan salah satu lembaga pemerintah yang ada di setiap daerah di Indonesia, termasuk di Kota Medan. Tanggung jawab utama Dinas ini adalah melaksanakan sebagian urusan pemerintahan di bidang Koperasi dan UKM. Meskipun telah merancang beberapa program sebagai strategi pengembangan UKM, seperti dalam hal perizinan, permodalan, dan program lainnya, namun kenyataannya menunjukkan bahwa program-program tersebut belum berfungsi secara efektif dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi UKM dalam pengembangan usahanya.

Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan memiliki UPT (Unit Pelaksana Teknis) Pelayanan Sentra IKM Denai yang berlokasi Jl. Rahmad di Komplek PIK Menteng, Medan Tenggara, Kec. Medan Denai, Kota Medan Denai, yang dibentuk berdasarkan Peraturan Walikota Medan Nomor 7 Tahun 2023. UPT berfungsi sebagai tempat pelayanan teknis langsung bagi industri Kecil Menengah di Kota Medan.

Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan selaku Pembina bagi IKM di Kota Medan khususnya IKM di sekitar wilayah UPT, dalam hal ini akan mengembangkan kembali UKM yang tersisa ini agar bisa dikenal masyarakat dan produknya diminati dan berdaya saing, sehingga tercipta UKM yang mandiri, inovatif dan berdaya saing.

Beberapa IKM yang aktif mendapat pembinaan dari UPT Pelayanan Sentra IKM Medan Denai dapat dilihat pada tabel 1, berikut ini:

Tabel 1. IKM Aktif Mendapat Pembinaan UPT

No	Nama Usaha	Keterangan
1	Aiko Konveksi	Aktif
2	Devi Taylor	Aktif
3	Fany Batik dan Ecoprint	Aktif
4	Shaeer & Syarif Taylor	Aktif
5	UD Vifa Fashio	Aktif
6	UD Ananda Fashion	Aktif
7	Zahwa Cakes	Aktif
8	Carz Colletction	Aktif
9	Syahfitri Taylor	Aktif
10	UD Juli Jaya	Aktif
11	UD Keluarga	Aktif
12	Al-Fazza	Aktif
13	UD Fahmi Konveksi	Aktif
14	Aiwa Shoes	Aktif
15	UD Alfatan	Aktif
16	UD Nanda Jaya Tas	Aktif
17	Konveksi Tas	Aktif
18	UD Al Fahmi Konveksi	Aktif
19	Hijab Syar'i	Aktif
20	Konveksi Tas Abuzani	Aktif

Sumber: UPT Sentra Pelayanan IKM Medan Denai (2024)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) menjadi penyumbang penting bagi perekonomian lokal di berbagai daerah [1]. Di wilayah Sentra IKM Kota Medan, UKM berperan sebagai sumber pendapatan utama, peluang kerja, dan pertumbuhan ekonomi [2]–[5]. Dengan menyediakan barang dan jasa, mempekerjakan penduduk setempat, dan mendorong kewirausahaan, UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan sosioekonomi daerah tersebut. Keberadaan UKM tidak hanya meningkatkan taraf hidup lokal tetapi juga mempromosikan inovasi, keberagaman, dan ketahanan dalam komunitas [6]–[8].

Kota Medan merupakan salah satu dari banyak daerah di Indonesia yang mengalami perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) dengan cepat. Menurut Rencana Strategis (Renstra) Dinas Perindustrian Kota Medan Tahun 2021-2026, jumlah IKM pada tahun 2020 mencapai 1.112 industri, meningkat sebanyak 40 industri dibandingkan dengan tahun 2019 yang jumlahnya 1.072 industri, atau meningkat sebesar 3,60%. Meskipun terjadi peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, realisasi tersebut tidak mencapai target sebelumnya yang ditetapkan sebesar 20%, dengan persentase realisasi hanya 13,24%. Penyebab ketidaktercapaiannya target ini adalah pandemi COVID-19 [9]–[11], yang mengakibatkan pengalihan anggaran dan fokus program/kegiatan serta pelemahan ekonomi secara nasional. Pada tahun 2022, jumlah IKM bertambah sebanyak 7.944 industri, menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dalam sektor IKM di Kota Medan.

Mengacu pada analisis situasi, permasalahan mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya Tingkat Pemahaman dan Adopsi Teknologi Digital

Banyak UKM masih menggunakan metode konvensional dalam manajemen inventaris, pemasaran, dan layanan pelanggan. Kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan minimnya adopsi teknologi informasi mengakibatkan rendahnya efisiensi operasional serta kurangnya daya saing produk UKM di pasar yang semakin digital.

2. Kurangnya Koordinasi Antar Pelaku Usaha dan Lembaga Pemerintah Terkait

Terdapat kurangnya koordinasi antara pelaku usaha UKM dan lembaga pemerintah terkait, seperti Dinas Koperasi dan UKM. Kurangnya komunikasi dan kerjasama yang efektif menghambat implementasi program-program pengembangan UKM serta menghalangi UKM untuk memperoleh bantuan dan dukungan yang mereka butuhkan.

3. Kurangnya Konsep yang Matang dalam Pengembangan Produk dan Layanan

Banyak UKM belum memiliki konsep yang matang dalam pengembangan produk dan layanan baru. Hal ini mengakibatkan produk UKM cenderung monoton dan kurang inovatif, sehingga kurang diminati oleh pasar.

4. Keterbatasan Sumber Daya dan Kurangnya Pembaruan Teknologi

UKM sering menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dalam hal modal, SDM, maupun infrastruktur. Selain itu, kurangnya pembaruan teknologi dalam proses produksi dan manajemen usaha menjadi kendala dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UKM.

Kurangnya Produk Baru dan Diversifikasi

UKM cenderung tidak memiliki produk baru atau melakukan diversifikasi produk. Hal ini menyebabkan kurangnya variasi produk dan ketergantungan pada produk-produk yang sudah ada, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan bisnis UKM.

Melalui program pengabdian masyarakat dirancang, yang bertujuan untuk mengatasi semua permasalahan tersebut dengan memberikan pelatihan, bimbingan, dan dukungan teknis kepada UKM dalam mengadopsi dan mengintegrasikan inovasi digital dalam kegiatan operasional mereka. Dengan demikian, kegiatan ini dapat meningkatkan mutu layanan UKM, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan UKM secara berkelanjutan.

Permasalahan ini berkaitan erat dengan pencapaian tujuan Pembangunan Berkelanjutan nomor 17, yaitu "Kemitraan untuk Tujuan". Fokus pada tujuan ini adalah membangun kemitraan yang kuat dan berkelanjutan antara pemerintah, masyarakat sipil, dan sektor swasta untuk mencapai tujuan pembangunan yang bersifat inklusif dan berkelanjutan.

Melalui program pengabdian masyarakat dapat mengatasi permasalahan ini dengan membangun kemitraan yang efektif antara UPT Pelayanan Sentra IKM Denai, UKM di bawah IKM Denai, dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu juga memberikan pelatihan, bimbingan, dan dukungan teknis kepada UKM dalam mengadopsi dan mengintegrasikan inovasi digital dalam kegiatan operasional mereka. Dengan demikian, kegiatan ini dapat meningkatkan mutu layanan UKM, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendukung terbentuknya kemitraan yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan Pembangunan Berkelanjutan nomor 17.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pendekatan untuk solusi yang digunakan dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini yaitu:

2.1. Pelatihan dan Bimbingan

Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan mulai Mei 2024 hingga Februari 2024. Pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 30 UKM yang di bawah naungan IKM Denai. Kegiatan pelatihan dilakukan di Komplek PIK Menteng. Pelatihan intensif tentang teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi manajemen inventaris, platform pemasaran online, dan layanan pelanggan digital. Pelatihan ini akan disusun secara berjenjang untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan penerapan praktis oleh UKM.

2.2. Workshop dan Konsultasi

Workshop dan sesi konsultasi diselenggarakan untuk membantu UKM dalam mengembangkan konsep produk dan layanan baru yang inovatif. Tim pengusul memberikan bimbingan langsung serta masukan konstruktif kepada UKM untuk meningkatkan kreativitas dan diversifikasi produk sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh Tim Pengusul.

Tabel 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Rencana Kegiatan	Aktivitas Kegiatan	Keterlibatan Stakeholder
Orientasi program	Sosialisasi Program	- Tim Pengusul akan menyediakan bahan dan uraian yang akan disampaikan pada sosialisasi program; - Keterlibatan Mitra sebagai dan pelaku IKM peserta sosialisasi - Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan sosialisasi ini
Pelatihan Dan Pembinaan	Assessment Program	Mengidentifikasi potensi dan permasalahan usaha yang dialami pelaku usaha di lokasi program
	Pelatihan dan Bimbingan tentang Teknologi Digital	- Tim Pengusul memiliki sertifikat kompetensi yaitu Pendamping UMKM, Digital Marketing, dan Menjual Produk dan Layanan Kepada Pelanggan. - Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM sebagai peserta - Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan ini
	Peningkatan Komunikasi dan Kerjasama dengan Lembaga Pemerintah	- Tim Pengusul memiliki sertifikat kompetensi yaitu Pendamping UMKM, Digital Marketing, dan Menjual Produk dan Layanan Kepada Pelanggan. - Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM sebagai peserta - Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan ini
	Pelatihan tentang Diversifikasi Produk	- Tim Pengusul memiliki sertifikat kompetensi yaitu Pendamping UMKM, Digital Marketing, dan Menjual Produk dan Layanan Kepada Pelanggan. - Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM sebagai peserta - Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan ini
Implementasi	Pengembangan Produk	Tim Pengusul memiliki sertifikat kompetensi yaitu Pendamping UMKM, Digital

	dan Layanan Berbasis Inovasi	Marketing, dan Menjual Produk dan Layanan Kepada Pelanggan.
	Pemberian Dukungan Sumber Daya dan Pembaruan Teknologi	• Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM sebagai peserta • Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan ini • Tim Pengusul menghadirkan moderator dan narasumber dari praktisi bisnis yang relevan untuk mengisi kegiatan ini • Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM sebagai peserta • Mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan ini • Tim Pengusul melakukan tinjauan dan pantauan pelaksanaan program • Keterlibatan Mitra dan pelaku IKM dalam memberikan data dan kebutuhan monitoring • Mahasiswa mengikuti proses pelaksanaan monitoring • Tim Pengusul berperan sebagai fasilitator evaluasi pelaksanaan teknis program; • Keterlibatan pengelola pariwisata dan masyarakat Mitra dan pelaku IKM dalam menyampaikan laporan yang akan dievaluasi bersama • Mahasiswa berpartisipasi aktif dan merekam proses evaluasi.
Tahap Evaluasi	Monitoring	
	Evaluasi	

3. Hasil Pengabdian

Pelaku UKM di Sentra IKM Kota Medan memperoleh sejumlah manfaat signifikan dari program pendampingan ini. Mereka berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran, yang memungkinkan mereka memperluas jangkauan pasar melalui platform online. Selain itu, pelatihan diversifikasi produk mendorong mereka untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren, sehingga menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Program ini juga memperkuat kolaborasi antara pelaku UKM dan lembaga pemerintah, membuka akses ke berbagai dukungan teknis dan finansial. Secara keseluruhan, program ini membantu meningkatkan daya saing, penjualan, dan keberlanjutan usaha para pelaku UKM di tengah persaingan yang semakin ketat.

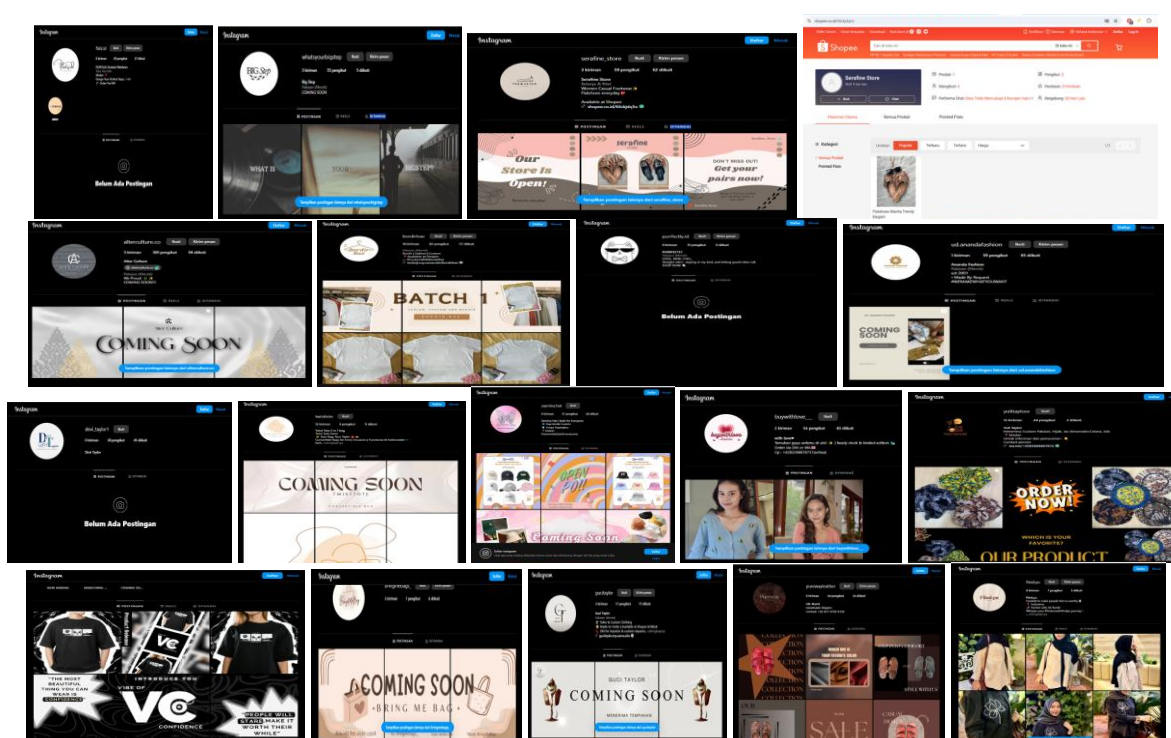
3.1. Pelatihan dan Pembinaan Teknologi Digital

Tahap kedua dalam kegiatan pengabdian ini, tim pengusul mengadakan Pelatihan dan Bimbingan tentang Teknologi Digital. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman kepada pelaku IKM tentang pentingnya teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Materi yang disampaikan mencakup strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pengenalan terhadap berbagai platform e-commerce yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku IKM untuk menjual produk mereka secara online.

Dalam pelatihan ini, keterlibatan mahasiswa sangat penting, karena mereka tidak hanya membantu dalam penyelenggaraan acara, tetapi juga memberikan kontribusi dalam hal pendampingan teknis kepada peserta pelatihan. Pelaku IKM yang mengikuti pelatihan ini menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama karena banyak dari mereka yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi digital dan cara menggunakannya secara efektif dalam bisnis.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian tentang Pelatihan dan Pembinaan Teknologi Digital



Gambar 3. Implikasi dari Pemasaran Digital

3.2. Peningkatan Komunikasi dan Kerjasama dengan Lembaga Pemerintah

Program pengabdian ini tidak hanya berfokus pada pelatihan teknologi digital, tetapi juga pada peningkatan komunikasi dan kerjasama antara pelaku usaha dengan lembaga pemerintah. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk menciptakan dialog yang konstruktif antara pelaku usaha dan pemerintah guna mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah (IKM).

Pelaku IKM diberikan pemahaman mengenai berbagai kebijakan dan program bantuan yang dapat mereka akses. Selain itu, mereka juga dibimbing dalam mengoptimalkan dukungan dari pemerintah agar lebih efektif dalam pengembangan usaha mereka. Keterlibatan pemerintah dalam program ini sangat penting karena dapat membuka akses bagi pelaku usaha untuk memperoleh bantuan teknis maupun finansial [12], [13].

Selain memberikan akses terhadap bantuan, program ini juga berfungsi sebagai wadah untuk menyampaikan aspirasi dan kebutuhan pelaku usaha kepada pihak pemerintah. Dengan adanya forum ini, diharapkan kebijakan yang diterapkan lebih responsif terhadap kebutuhan IKM di masa mendatang.

Untuk menilai efektivitas kegiatan ini, dilakukan survei terhadap peserta yang mengikuti program. Survei ini mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan melalui kuesioner yang mencakup pertanyaan mengenai kebijakan pemerintah, program bantuan, serta prosedur pengajuan dukungan usaha.

Hasil survei menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap kebijakan pemerintah terkait IKM. Berikut adalah hasil survei yang menunjukkan perubahan pemahaman sebelum dan sesudah program:

Tabel 3. Tingkatan Hasil Pemahaman Peserta

Aspek Pemahaman	Sebelum Program (%)	Sesudah Program (%)
Kebijakan Pemerintah terkait IKM	45%	82%
Program Bantuan Pemerintah	38%	78%
Prosedur Pengajuan Bantuan	40%	80%

Berdasarkan hasil survei ini, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku IKM mengenai kebijakan dan program bantuan pemerintah. Dengan meningkatnya pemahaman ini, diharapkan pelaku usaha dapat lebih proaktif dalam memanfaatkan berbagai bentuk dukungan yang tersedia guna mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 4. Kegiatan Pengabdian tentang Peningkatan Komunikasi dan Kerjasama dengan Lembaga Pemerintah

3.3. Diversifikasi Produk dan Pengembangan Inovasi

Diversifikasi produk menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi pelaku IKM untuk tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat [14], [15]. Pelatihan ini dirancang untuk membantu pelaku usaha menemukan ide-ide baru dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Melalui pelatihan ini, para peserta diajarkan tentang cara mengidentifikasi kebutuhan pasar, serta langkah-langkah praktis dalam melakukan inovasi produk. Tim pengusul, yang memiliki sertifikat kompetensi dalam bidang digital marketing dan penjualan produk, memfasilitasi pelatihan ini dengan materi yang aplikatif dan sesuai dengan kondisi usaha para pelaku IKM.

Selain pelatihan diversifikasi produk, pada bulan yang sama dilaksanakan kegiatan Pengembangan Produk dan Layanan Berbasis Inovasi. Kegiatan ini lebih berfokus pada pengaplikasian ide-ide inovatif yang telah dikembangkan oleh pelaku usaha. Dalam kegiatan ini, pelaku IKM diajak untuk mengeksplorasi peluang baru yang dapat dihadirkan melalui produk yang lebih kreatif dan inovatif. Melalui pendekatan berbasis inovasi ini, diharapkan para pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan daya saing.



Gambar 5. Kegiatan Pengabdian tentang Diversifikasi Produk dan Pengembangan Inovasi

3.4. Pemberian Dukungan Sumber Daya dan Pembaruan Teknologi

Kegiatan Pemberian Dukungan Sumber Daya dan Pembaruan Teknologi dilaksanakan dengan menghadirkan moderator dan narasumber dari kalangan praktisi bisnis yang berpengalaman. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku usaha mengenai pentingnya penggunaan teknologi terbaru dalam mengembangkan bisnis. Selain itu, mereka juga diberikan akses kepada sumber daya yang dapat mendukung pengembangan usaha mereka, baik dari segi finansial maupun teknis.



Gambar 6. Kegiatan Pengabdian tentang Pemberian Dukungan Sumber Daya dan Pembaruan Teknologi

4. Kesimpulan Dan Saran

4.1 Kesimpulan

Program pendampingan UKM di Sentra IKM Kota Medan yang dilakukan melalui pengembangan inovasi digital berhasil memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha. Melalui pelatihan dan pembinaan, para UKM kini lebih memahami dan mampu mengadopsi teknologi digital dalam operasional mereka, meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Program ini juga berhasil memperkuat komunikasi dan kerjasama antara UKM dan lembaga pemerintah, membuka akses lebih luas terhadap berbagai bentuk dukungan teknis dan finansial.

Selain itu, pelatihan diversifikasi produk dan inovasi mendorong UKM untuk menciptakan produk yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemberian dukungan sumber daya dan pembaruan teknologi juga memperkuat pondasi usaha mereka, sehingga UKM mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat. Secara keseluruhan, program ini telah berhasil meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UKM di Kota Medan, sejalan dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan nomor 17, yaitu membangun kemitraan yang kuat dan berkelanjutan.

4.2. Saran

Untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan hasil dari program pendampingan UKM di Sentra IKM Kota Medan, disarankan agar pemerintah dan stakeholder terkait terus mendukung pelaku UKM dengan memperluas akses terhadap teknologi digital dan sumber daya finansial. Selain itu, penting untuk meningkatkan frekuensi pelatihan dan bimbingan, terutama dalam diversifikasi produk dan pemasaran digital, agar UKM tetap inovatif dan kompetitif. Kolaborasi yang lebih erat antara UKM dan lembaga pemerintah harus diprioritaskan untuk memaksimalkan manfaat program, serta memastikan adanya dukungan berkelanjutan yang memungkinkan UKM untuk berkembang dalam jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini merupakan salah satu program Pengabdian kepada Masyarakat yang dibiayai oleh Non PNB/BPPTN Universitas Sumatera Utara. Oleh karena itu, diucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Sumatera Utara atas dukungan dana dan fasilitas yang diberikan. Terima kasih juga kepada seluruh Mitra yang terlibat pada kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- [1] A. M. Ichwan, I. Syafitri, M. Rahmayani, S. Devi, and Y. S. Putri, "The Implementation of Balanced Scorecard Perspective Performance Analysis: Case Study of Kripiku MSMEs," *E-Jurnal Manaj. Trisakti Sch. Manag.*, vol. 2, no. 3, pp. 119–128, 2022.
- [2] L. J. Cueto, A. F. D. Frisnedi, R. B. Collera, K. I. T. Batac, and C. B. Agaton, "Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: experiences and challenges of young entrepreneurs," *Adm. Sci.*, vol. 12, no. 1, p. 8, 2022.
- [3] A. D. Gunadi, H. Lesmana, H. Fachrizah, M. D. Revindo, and R. V. Daniswara, "COVID-19 pandemic and MSMEs in Indonesia: Impact and policy responses," *J. Ekon. Indones.*, vol. 10, no. 2, pp. 143–171, 2021.
- [4] B. Predić, S. Stefanović, and D. Stošić, "Study on Dynamics and Constraints of the Employment in the Serbian SMEs During a Crisis," *Econ. Themes*, vol. 52, no. 1, pp. 33–50, 2014.
- [5] M. Onjefu and E. Shihale, "The impact of entrepreneurial orientation on the growth of small and medium enterprises in selected towns in Namibia," *Int. J. Bus. Manag.*, vol. 10, no. 6, 2022.
- [6] Z. Wang, "Do Livelihood Strategies Influence Post-Epidemic Business Performance? Investigation of Social Capital and Environmental Perception," *Sustainability*, vol. 15, no. 5, p. 4532, 2023.

- [7] A. Hendratmi, T. S. Agustina, P. S. Sukmaningrum, and M. A. Widayanti, "Livelihood strategies of women entrepreneurs in Indonesia," *Heliyon*, vol. 8, no. 9, 2022.
- [8] M. Lorenzen, F. Martínez-Reyes, and Q. Orozco-Ramírez, "Gendered Economic Impacts of the COVID-19 Pandemic and Rural Women's Livelihood Strategies in Mexico's Mixteca Alta," *Lat. Am. Perspect.*, vol. 50, no. 4, pp. 65–87, 2023.
- [9] H. Hamdan, "Analysis of the sustainability of MSMEs in the covid-19 pandemic era," *JEJAK J. Ekon. dan Kebijakan.*, vol. 14, no. 1, pp. 183–199, 2021.
- [10] E. G. Andal, A. Bello, and M. A. Catelo, "Coping and recovery strategies of MSMEs in the Laguna one year after COVID19," *Philipp. Rev. Econ. (Online ISSN 2984-8156)*, vol. 58, no. 1&2, pp. 241–263, 2021.
- [11] M. Shafi, J. Liu, and W. Ren, "Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan," *Res. Glob.*, vol. 2, p. 100018, 2020.
- [12] Y. Songling, M. Ishtiaq, M. Anwar, and H. Ahmed, "The role of government support in sustainable competitive position and firm performance," *Sustainability*, vol. 10, no. 10, p. 3495, 2018.
- [13] - Kurniawan, A. Maulana, and Y. Iskandar, "The effect of technology adaptation and government financial support on sustainable performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 10, no. 1, p. 2177400, 2023.
- [14] D. Benito-Orsorio, A. Colino, L. Á. Guerras-Martín, and J. A. Zúñiga-Vicente, "The combined effects of product and geographical diversification on performance: Evidence in manufacturing SMEs," *BRQ Bus. Res. Q.*, vol. 23, no. 2, pp. 91–106, 2020.
- [15] I. Razak, "PRODUCT DIVERSIFICATION: MARKETING MANAGEMENT STRATEGY FOR BUSINESS GROWTH," *J. Ekon.*, vol. 11, no. 03, pp. 2162–2167, 2022.