

PERAN RUMAH BUMN DALAM PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI KOTA SAMARINDA

Nur Avivah Kusesvara
Universitas Mulawarman
naviraa1012@gmail.com

Sudarman
sudarman@fkip.unmul.ac.id

Ratna Fitri Astuti
ratna.fitri@fkip.unmul.ac.id

Abstract

Small and Medium Micro Enterprises (SMEs) have an important role for the economy in Indonesia. MSMEs are able to accommodate a lot of labor and become a source of income for people of the lower middle-income bracket. State-owned Enterprises house accompanies and encourages MSMEs to develop their business in both competency improvement, marketing access improvement and capital access ease. This study aims to find out the Role of SOE Houses in the Development of MSMEs in Samarinda City. This type of research uses qualitative descriptive methods. Data collection techniques used for observation, interviews and documentation studies. Data analysis used is data reduction and data validity using source triangulation techniques. The results of the study show that the training program of SOE Home falls into the good category. This is considered to have given good results to SME actors, providing insight to develop their business with free training and mentoring. However, there is still a shortage in the provision of materials that are only refined to SMEs in the culinary field. In addition, there is still a lack of assistance and mentoring from officers to SME actor who do not make capital loans.

Keywords: UMKM, Rumah BUMN dan Pengembangan.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting bagi perekonomian di Indonesia. UMKM mampu menampung banyak tenaga kerja dan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah. Rumah BUMN mendampingi serta mendorong para pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya baik dalam peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran dan kemudahan akses permodalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Rumah BUMN dalam pengembangan usaha UMKM di Kota Samarinda. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Analisis data yang digunakan ialah reduksi data dan melakukan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan Rumah BUMN termasuk ke dalam kategori baik. Hal tersebut dinilai telah memberikan hasil yang baik kepada pelaku UKM, memberikan pemahaman untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki dengan diadakan nya pelatihan serta mentoring secara gratis. Akan tetapi, masih terdapat kekurangan dalam hal pemberian materi yang hanya terkofus kepada UKM bidang kuliner. Selain itu, masih kurangnya pendampingan dan mentoring dari petugas kepada pelaku UKM yang tidak melakukan peminjaman modal.

Kata Kunci: UMKM, Rumah BUMN dan Pengembangan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting bagi perekonomian di Indonesia. Idayu, Husni dan Suhandi (2021:74) berpendapat bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompok. UMKM mampu menampung banyak tenaga kerja dan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah. Adanya UMKM di Kota Samarinda mampu menciptakan lapangan pekerjaan serta mampu memperkecil jumlah pengangguran yang ada. Rumah BUMN mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi terkait pengembangan UMKM diantaranya adalah kurangnya kemampuan dalam mendesain produk, mengembangkan produk dan memasarkan produk UMKM. Sehingga Rumah BUMN menyusun beberapa program kerja untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN yaitu melakukan pelatihan foto produk UMKM, mengadakan seminar bagi pelaku UMKM, melakukan sharing kegiatan terkait UMKM di Kota Samarinda, dan membantu bagaimana cara promosikan dan pemasaran produk UMKM. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendapatan masyarakat karena mampu mengembangkan kreatifitas serta mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Ernawati 2021:195).

Kegiatan tersebut bertujuan untuk untuk meningkatkan kualitas bisnis UMKM yang ada di Kota Samarinda. Dengan sasaran meningkatnya usaha ekonomi di bidang UMKM. Manfaat dari Rumah BUMN untuk UMKM adalah menggerakkan Perekonomian melalui UMKM di Kota Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Rumah BUMN dalam Pengembangan Usaha UMKM di Kota Samarinda. Dengan adanya kegiatan tersebut UMKM yang terdapat di Kota Samarinda akan semakin dikenal oleh lapisan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Rumah BUMN dalam Pengembangan Usaha UMKM di Kota Samarinda. Samsudin (2021:19) berpendapat bahwa Rumah BUMN adalah rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi, pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi sektor UMKM. Melalui program ini, BUMN memainkan peran dan diharapkan program ini dapat membantu para pelaku-pelaku usaha yang berada di daerahnya masing-masing khususnya di Kota Samarinda. Hartianti, Irawan dan Prakoso (2020:9228) berdasarkan hasil pelaksanaan program dan pemberdayaan didapati bahwa program Rumah BUMN ini

dinilai telah memberikan hasil yang baik kepada anggota Rumah BUMN. Namun, masih ada beberapa kekurangan dalam proses pelaksanaan karena petugas tidak mengikuti kurikulum dan tidak ada pengelompokan anggota Rumah BUMN sesuai dengan kemampuan. Selain itu, dalam mengikuti pelatihan Rumah BUMN yang ada minimnya anggaran yang diberikan dalam melaksanakan pelatihan, kurangnya pendampingan dan monitoring berkelanjutan dari petugas kepada anggota Rumah BUMN. Dari beberapa permasalahan yang ada peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Rumah BUMN Dalam Pengembangan Usaha UMKM di Kota Samarinda”.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang dimana metode penelitian yang memaparkan suatu peristiwa penelitian yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan pada rumusan masalah. Responden dalam penelitian ini merupakan fasilitator dari Rumah BUMN sebanyak 2 orang dan para pelaku UKM yang terdaftar sebagai anggota binaan Rumah BUMN sebanyak 8 orang yang bergerak dibidang produksi dan jasa. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan yaitu tahap pra-penelitian, tahap pengumpulan data, tahap analisis data. Pada tahap analisis data dibagi menjadi 3 tahapan yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data. Setelah melakukan penyajian data, peneliti melakukan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber. Dan tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Serta tahap terakhir dari penelitian ini yaitu penulisan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Tahap Penyadaran

Tahap penyadaran diberikan pemahaman dalam bentuk penyadaran bahwa mereka memiliki hak untuk memiliki sesuatu, serta para UKM diberi pemahaman oleh Rumah BUMN yang membuat para pelaku usaha perlu untuk diberdayakan serta proses pemberdayaan itu dimulai dari pelaku usaha itu sendiri.

a) Pengembangan Produk

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi yang dilakukan peneliti diketahui bahwa pada tahap penyadaran ini pihak Rumah BUMN berperan sebagai pendamping. Yang dimana tahap ini para pelaku UKM diberikan pemahaman, proses pemahaman seperti pengembangan produk yang dilakukan melalui pendampingan Rumah BUMN. Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada

tahap penyadaran Rumah BUMN telah memberikan pemahaman mengenai bagaimana cara mengembangkan produk yang dimiliki para pelaku usaha UKM.

b) Pemasaran Produk

Pada tahap pendayaan Rumah BUMN memberikan pemahaman mengenai bagaimana cara pemasaran produk terhadap pelaku UKM di Kota Samarinda. Rumah BUMN memberikan pendampingan tentang pemasaran produk. Selain itu, pelaku UKM yang terdapat di Kota Samarinda diberikan pendampingan dari Rumah BUMN melalui pelatihan serta *tips* and *trik* bagaimana cara memasarkan produk secara *online* dan *offline*. Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada proses penyadaran Rumah BUMN memberikan pemahaman kepada pelaku UKM mengenai pemasaran produk melalui pelatihan serta *tips* and *trik* bagaimana cara memasarkan produk secara *online* dan *offline*.

2. Tahap Pengkapasitasan

Pada tahap ini yang akan membantu pelaku UKM agar memiliki keterampilan untuk diberikan peluang oleh Rumah BUMN dengan melaksanakan pelatihan, pendampingan dan kegiatan yang mempunyai tujuan meningkatkan keterampilan.

a) Pengembangan Produk

Dalam tahap pengkapasitasan Rumah BUMN memberikan kesempatan kepada UKM melalui pelatihan-pelatihan dan memfasilitasi para pelaku UKM. Contoh Rumah BUMN memberikan pelatihan-pelatihan kepada para UKM. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa Rumah BUMN telah memberikan pendampingan kepada para UKM dengan melalui pelatihan-pelatihan seperti foto produk, kemasan, sertifikat halal serta digital marketing.

b) Pemasaran Produk

Pada tahap pengkapasitasan Rumah BUMN memberikan pelatihan mengenai bagaimana cara pemasaran produk. Rumah BUMN menyediakan etalase untuk UKM yang ingin menaruh produk mereka. Dari penjelasan informan dapat disimpulkan bahwa Rumah BUMN menyediakan etalase untuk para UKM yang ingin menaruh produk mereka dan apabila ada yang ingin membeli bisa menghubungi kartu nama yang telah tersedia atau dapat melalui Rumah BUMN.

3. Tahap Pendayaan

Tahap pendayaan adalah tahapan terakhir dari rangkaian program yang telah dilakukan. Pada tahap pendayaan ini salah satu hal yang dilakukan oleh Rumah BUMN adalah dengan

melakukan monitor ke para UKM yang telah menerapkan ilmu yang diberi saat mengikuti pelatihan.

a) Pengembangan Produk

Dalam tahap pendayaan yang dilakukan oleh Rumah BUMN yaitu memonitor para UKM apakah selama mengikuti kegiatan telah menerapkan atau belum. Namun tidak semua binaan mendapatkan pengawasan karena tidak ada pinjam meminjam. Sehingga yang diawasi oleh Rumah BUMN itu hanya binaan yang meminjam modal dengan mereka. Berdasarkan pemaparan tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa Rumah BUMN dapat dikatakan tidak melakukan pengawasan pengembangan produk. Rumah BUMN hanya memberikan pengawasan lebih kepada binaan yang telah meminjam modal ke mereka.

b) Pemasaran Produk

Pada tahap pendayaan hal yang seharusnya dilakukan oleh Rumah BUMN adalah melakukan pengawasan terkait dengan pemasaran produk namun Rumah BUMN hanya melakukan pengawasan kepada binaan yang telah meminjam modal. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah BUMN dapat dikatakan tidak melakukan pengawasan pemasaran produk dan hanya memfokuskan kepada mitra binaan yang telah meminjam modal ke mereka.

PEMBAHASAN

1. Tahap Penyadaran

Tahap penyadaran yang dilakukan oleh Rumah BUMN meliputi rangkaian kegiatan pemahaman terhadap pelaku UKM meliputi Rumah BUMN telah memberikan pemahaman mengenai bagaimana cara mengembangkan produk yang dimiliki para pelaku usaha UKM. Rumah BUMN sebagai rumah bersama untuk belajar dan membina melalui pelatihan yang dilakukan kepada pelaku UKM. Putri, Sari, dan Saraswati (2021:71) mengatakan bahwa peran Rumah BUMN akan mendampingi dan mendorong para pelaku UMKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha UKM dalam hal peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran dan kemudahan akses permodalan. Keterlibatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN yaitu melakukan inkubasi yang biasanya dilakukan selama 3 bulan dari awal dia join, lalu kita ajarin satu materi terkait digital marketing.

Rumah BUMN juga memberikan pemahaman mengenai pemasaran produk melalui pelatihan serta *tips* and *trik* bagaimana cara memasarkan produk secara *online* dan *offline*.

Putri (2020) mengatakan bahwa program yang dilaksanakan memberikan manfaat bagi peserta dalam hal meningkatkan skill, modal, dan peningkatan akses pemasaran yang sangat dibutuhkan bagi peserta Rumah Kreatif BUMN. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN untuk memberikan pemahaman kepada UKM yaitu memberikan tips and trik cara memasarkan produk secara online dan secara offline. Hal lain yang juga dilakukan Rumah BUMN dalam memberikan pemahaman adalah dengan melakukan pelatihan terkait dengan digital marketing produk secara online. Temuan tersebut didukung oleh Febriyantoro dan Arisandi (2018:69) bahwa pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan social media, social chatting, marketplace dan penggunaan platform lainnya, memudahkan para pelaku UMK untuk dapat menarik dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada tahap penyadaran Rumah BUMN Kota Samarinda sudah memberikan pemahaman terhadap pelaku UKM dengan cara melakukan inkubasi lalu diajarkan materi tentang digital marketing. Selain itu, Rumah BUMN Kota Samarinda juga telah memberikan pemahaman bagaimana tips dan trik cara memasarkan suatu produk.

2. Tahap Pengkapasitasan

Pada tahap ini dilakukan proses pengkapasitasan yang akan membantu pelaku UKM agar memiliki keterampilan untuk diberikan peluang oleh Rumah BUMN dengan melaksanakan pelatihan, pendampingan dan kegiatan yang mempunyai tujuan meningkatkan keterampilan. Helmalia dan Afrinawati (2018:239) mengatakan bahwa Rumah BUMN berperan sebagai pusat data dan informasi, pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi UMKM yang ada di Kota Samarinda. Dalam tahap ini Rumah BUMN Kota Samarinda melakukan pengembangan kepada para UKM dengan pelatihan. Pelatihan yang diberikan yaitu memberikan bimbingan seperti foto produk, kemasan, sertifikat halal serta digital marketing. Pelatihan tersebut bertujuan untuk para UKM memiliki pemahaman terkait dengan materi yang telah diberikan seperti digital marketing, foto produk, kemasan dan sertifikat halal produk. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Ramadhanti, Wahyuni dan Zulianto (2022:50) yang mengatakan bahwa kegiatan pemberdayaan UMKM perlu dilakukan dan bertujuan untuk membenahi kualitas hidup serta dapat terus berkembang dan bisa memenuhi permintaan konsumen.

Pengenalan produk UKM tidak hanya dilakukan secara digital, pengenalan produk juga dilakukan melalui etalase untuk para UKM yang ingin menaruh produk mereka dan apabila ada yang ingin membeli bisa menghubungi kartu nama yang telah tersedia atau

dapat melalui Rumah BUMN. Dalam tahap pemasaran, Rumah BUMN Kota Samarinda memberikan wadah bagi UKM untuk menjual produk mereka secara digital melalui PadiUMKM. Selain di PadiUMKM, mereka juga memberikan pelatihan terhadap UKM seperti cara mempromosikan dan berjualan di sosial media. Adanya pelatihan tersebut dapat memperluas pemasaran serta dapat memberi peluang kepada UKM untuk dapat bekerjasama. Selain itu, terkadang Rumah BUMN juga mengajak para UKM untuk mengikuti suatu event tertentu. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Krisdina (2023:105) menyatakan bahwa pelaku UMKM harus paham terhadap penggunaan teknologi dalam persaingan bisnis yang dijalani, agar para pelaku UKM dapat mengetahui dan meningkatkan tentang teknik pemasaran produk melalui media sosial seperti beberapa aplikasi jual beli online yang sedang digemari banyak orang seperti Shoppe, Tokopedia, Lazada dan lain-lain.

Dapat disimpulkan bahwa tahap pengkapasitasan yang telah dilaksanakan Rumah BUMN dilakukan melalui tahap pendampingan. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu melalui program pelatihan yang diberikan seperti memberikan bimbingan seperti foto produk, kemasan, sertifikat halal serta digital marketing. Kemudian ada program pemasaran yang dimana program tersebut Rumah BUMN memberikan wadah bagi pelaku UKM untuk menjual produk mereka di PadiUMKM. Rumah BUMN memfasilitasi etalase yang dapat digunakan untuk menaruh produk para UKM serta kartu nama yang dimiliki dan juga terkadang mengajak untuk mengikuti event-event tertentu.

3. Tahap Pendayaan

Tahap pendayaan adalah tahap terakhir dari rangkaian program pengawasan yang telah dilakukan. Pada tahap pendayaan, UKM diberi peluang oleh Rumah BUMN sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Proses tersebut diberikan terhadap suatu kelompok UKM apabila sudah mengikuti pelatihan serta paham akan materi yang telah diajarkan dapat melanjutkan belajar ditempat lain. Tetapi jika masih ingin berproses disini dipersilahkan. Pada tahap pendayaan ini hal yang dilakukan oleh Rumah BUMN adalah dapat dikatakan tidak melakukan pengawasan pengembangan produk. Dengan adanya pengawasan yang dilakukan, diharapkan kegiatan pengembangan usaha pelaku UKM dapat lebih maju dan berkembang. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah BUMN hanya memberikan pengawasan lebih kepada binaan yang telah meminjam modal ke mereka. Adapun hal yang dilakukan Rumah BUMN kepada binaan yang telah meminjam modal yaitu dengan memantau omset yang didapatkan oleh UKM.

Dengan adanya pengawasan yang dilakukan, diharapkan kegiatan pengembangan usaha pelaku UKM dapat lebih maju dan berkembang. Sedangkan dalam hal pemasaran produk, hal yang dilakukan oleh Rumah BUMN yaitu memantau terkait proses pemasaran. Tetapi hal tersebut hanya terfokuskan kepada mitra binaannya yang telah meminjam modal. Seperti yang diungkapkan oleh Hartianti, Irawan, dan Prakoso (2020:9232) mengatakan bahwa pelaksana tugas atau petugas Rumah Kreatif BUMN tidak dapat menjalankan standar tugas yang ada seperti tidak melakukan pendampingan dan monitoring kepada anggota RKB secara menyeluruh, pendampingan hanya diberikan kepada anggota RKB yang melakukan peminjaman dengan pihak Telkom.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa proses pendayaan yang dilakukan oleh Rumah BUMN dapat dikatakan tidak melakukan pengawasan terhadap pelaku UKM. Rumah BUMN memiliki peran sebagai wadah dalam memfasilitasi UKM untuk pengembangan usaha yang dimiliki oleh UKM. Namun Rumah BUMN hanya memantau pelaku UKM yang melakukan peminjaman modal ke Telkom.

Berdasarkan yang telah dipaparkan pada bab pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa peran Rumah BUMN terhadap pelaku UKM di Kota Samarinda sebagai berikut:

1. Tahap Penyadaran

Pada tahap penyadaran Rumah BUMN telah melakukan tugasnya dengan memberikan pemahaman kepada para pelaku UKM melalui sosialisasi seperti memberikan pemahaman bagaimana melakukan inkubasi lalu diajarkan materi tentang digital marketing dan memberikan pemahaman bagaimana tips dan trik cara memasarkan suatu produk.

2. Tahap Pengkapasitasan

Pada tahap pengkapasitasan Rumah BUMN sudah melakukan tugasnya dengan memberikan kegiatan pelatihan dan mentoring. Pembinaan yang dilakukan dengan melalui bimbingan seperti foto produk, kemasan, sertifikat halal serta digital marketing.

3. Tahap Pendayaan

Pada tahap pendayaan Rumah BUMN belum maksimal bahkan dapat dikatakan tidak melakukan pengawasan terhadap pelaku UKM. Rumah BUMN hanya melakukan pengawasan terhadap pelaku UKM yang melakukan mitra binaan dengan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S., & Setiawardani, M. (2022). Analisis Kompetensi Wirausaha Pada UMKM Binaan Rumah BUMN Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 928–938.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- BUMN. (2020). Seputar Rumah BUMN Available: <https://rumahbumn.id/about> (Diakses pada 9 November 2022)
- Caesario, R. O. (2021). *Pemberdayaan Umkm Melalui Rumah Kreatif Bumn (Studi Pada Program Rumah Kreatif Bumn Telkom Kabupaten Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Dewanti, M. A. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 236–242. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/44313>
- Desa, D. I., Dan, D., & Salatiga, K. (n.d.). *13 Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga (Endang Purwanti)*.
- Ekonomi, S., & Kota, D. (2021). *Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan*. 190–197.
- Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Universal, U., & Pemasaran, M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.
- Hartianti, M. I., Irawan, B., & Prakoso, C. T. (2020). Evaluasi Program Pelatihan Rumah Kreatif Bumn Dalam Pengembangan Usaha Mikro. *EJournal Administrasi Publik*, 8(3), 9221–9235. [https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/07/EJOURNAL B \(07-16-20-06-30-20\).pdf](https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/07/EJOURNAL B (07-16-20-06-30-20).pdf)
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). *Pengaruh peningkatan e-niaga terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang*. JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 3 (2), 237-246.
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Karinayah, D. (2018). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sidoarjo. *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga*, 1(1), 1–13. https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf
- Krisdina, T. F. (2023). *Pengembangan Produk Umkm Melalui Inovasi*. 02(01), 99–106.
- Luck, M. (2021). *Analisis Elemen Komunikasi Pemberdayaan Pada Program Rumah Bumn Jogja*.
- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, KW, Octaviani, DW, ... & Kuswandi, S. (2023). *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Global Eksekutif Teknologi.
- Naufalin, L. R. (2020). *Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 95-102.
- Pamungkas, H. A., & Hidayatulloh, A. (2019). Faktor penentu perkembangan umkm

gerabah kasongan bantul yogyakarta. *Inovasi Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 15(1), 65–71.

- Pangestika, P., Santoso, I., & Astuti, R. (2016). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit (Studi Kasus : UMKM Kabupaten XYZ) The Development Strategy of Potential Business of Micro , Small , and Middle (Case Study : MSMEs of XYZ Regency). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(2), 84–95.
- Panjaitan, M. (2017). *Pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai PT. Indojava Agrinusa*. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(2), 7-15.
- Purwaningsih, D., & Burhanudin, B. (2021). *Pentingnya Komitmen Dalam Berwirausaha*. *Jurnal USAHA*, 2(2), 26-32.
- Putranto, F. F., Fitriani, Z., Nugroho, B. A., Santi, E. N., Wahyuningsih, N., Budiman, P. W., & Purnomo, A. H. (2019). *Strategi pengembangan usaha mikro di Kota Samarinda*. *Jurnal Riset Inossa*, 1(1), 13-27.
- Putra, Y. D., & Sobandi, A. (2019). *Pengembangan sumber daya manusia sebagai faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja*. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 127-133.
- Putri, P. L., Sari, K. D. C., & Saraswati, E. (2022). *Workshop Strategi E-Business Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pangsa Pasar Pada Pelaku Umkm Rumah Bumn Purwokerto*. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat (PAKEM)*, 4(1), 69-76.
- Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2022). *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi*. *Among Makarti*, 15(2).
- Ruhana, I. (2012). *Pengembangan kualitas sumber daya manusia vs daya saing global*. *PROFIT: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia*. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Sudarman. 2018. *Model Blended Learning Berbasis Nine Instructional Events*. Desember 2018. edited by Andi Hafitz Khanz. Samarinda.
- Suryani, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau*. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10.
- Syamsul Bahri, E. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan* (Issue September).
- Ramadhanti, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan UMKM Batik Di Kabupaten Banyuwangi*. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 16(1), 47-52.