

---

## STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA PELAKU UMKM DESA MELALUI OPTIMASI PLATFORM DIGITAL DALAM ASPEK PRODUKSI, PEMASARAN DAN PERMODALAN

Chaerul Rizky<sup>1)\*</sup>, Yohny Anwar<sup>2)</sup>, Noni Ardian<sup>3)</sup>, Roisayudha Pradhana Suharsono<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Dosen Universitas Pembangunan Panca Budi

<sup>4)</sup>Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi

\*e-mail: mchaerulrizky@dosen.pancabudi.ac.id

### *Abstract*

*This community service activity was carried out in Pematang Serai Village with the aim of increasing the human resource capacity of village MSMEs through optimizing digital platforms. The activity participants consisted of 50 local MSME actors operating in various business sectors. This program focuses on three main aspects: production, marketing, and capital. In the production aspect, participants are trained to use cloud-based inventory management and quality control applications to increase efficiency. In the marketing aspect, MSME players are introduced to digital marketing strategies through social media and e-commerce, with a target of increasing online sales by 30% in 6 months. Meanwhile, for the capital aspect, participants were taught to access fintech and crowdfunding services, with the result that 40% of participants succeeded in getting additional capital through digital platforms. The methods used include lectures, simulations and individual mentoring. The long-term impact of this activity is expected to increase the competitiveness and economic independence of MSMEs in Pematang Serai Village, as well as strengthening the local economy through the development of more modern businesses integrated with digital technology.*

*Keywords: HR, Digital Platform, Production Aspects, Marketing Aspects, Sales Aspects, MSMEs, Pematang Serai*

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pematang Serai dengan tujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM desa melalui optimasi platform digital. Peserta kegiatan terdiri dari 50 pelaku UMKM lokal yang bergerak di berbagai sektor usaha. Program ini berfokus pada tiga aspek utama: produksi, pemasaran, dan permodalan. Dalam aspek produksi, peserta dilatih menggunakan aplikasi manajemen inventaris dan quality control berbasis cloud untuk meningkatkan efisiensi. Pada aspek pemasaran, pelaku UMKM diperkenalkan dengan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce, dengan target peningkatan penjualan online sebesar 30% dalam 6 bulan. Sementara untuk aspek permodalan, peserta diajarkan mengakses layanan fintech dan crowdfunding, dengan hasil 40% peserta berhasil mendapatkan tambahan modal melalui platform digital. Metode yang digunakan meliputi ceramah, simulasi, dan pendampingan individu. Dampak jangka panjang dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi pelaku UMKM di Desa Pematang Serai, serta memperkuat ekonomi lokal melalui pengembangan bisnis yang lebih modern dan terintegrasi dengan teknologi digital.

**Kata Kunci:** SDM, Platform Digital, Aspek Produksi, Aspek Pemasaran, Aspek Penjualan, UMKM, Pematang Serai

## PENDAHULUAN

UMKM berperan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, pemenuhan barang dan jasa, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah sehingga menurunkan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Febriyantoro, 2019). Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) dampak Covid-19 terhadap UMKM begitu terasa. Hampir seluruh UMKM mengalami penurunan penjualan. Sebesar 36,7% pelaku UMKM tidak memperoleh penjualan, sedangkan 26% nya mengalami penurunan penjualan lebih dari 60% (ABDSI, 2020).

Para pelaku usaha harus memiliki trik dan teknik khusus dalam hal memproduksi suatu produk dan saat melakukan transaksi dengan konsumen. Adapun suatu tuntutan bagi UMKM menjadi lembaga yang profesional harus dipenuhi dan bersedia meningkatkan kemampuan diri dengan sasaran mencapai profesional, yakni berani bertindak inovatif dan kreatif (Sugiarti, 2020).

Setelah mengalami masa pandemi, para pelaku UMKM dapat melakukan transaksi yang mengalami kenaikan secara signifikan. Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pemulihan ekonomi (Mariana et al., 2021). Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor krusial bagi keberlangsungan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sumber daya manusia bukan hanya sebagai alat produksi tetapi juga sebagai penggerak dan penentu berlangsungnya proses produksi dan segala aktivitas organisasi (Subowo and Setiawan, 2015).

Keberadaan era revolusi industri 4.0 ini telah mentransformasi berbagai sektor menjadi lebih praktis dan kompleks melalui pemanfaatan teknologi yang terotomatisasi dan terdigitalisasi (Hasbiran, 2018). Pendapat lain juga mengatakan Teknologi adalah elemen krusial dalam proses menuju Education 4.0, untuk itu kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi modal penting dan utama bagi Indonesia untuk memasuki era ekonomi digital (Nagel, 2020).

Desa Pematang Serai merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini memiliki potensi yang besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam bidang pertanian, peternakan, dan kerajinan tangan. Namun, pelaku UMKM di desa ini masih menghadapi beberapa tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Pematang Serai adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam aspek produksi, pemasaran, dan permodalan. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode tradisional dalam menjalankan usaha mereka, yang sering kali kurang efisien dan kurang kompetitif di pasar modern (Tambunan, 2019). Selain itu, akses terhadap informasi dan teknologi digital masih terbatas, sehingga menyulitkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas (Purwanti, 2021). Banyak pelaku UMKM di Desa Pematang Serai yang masih menggunakan metode dan peralatan yang sederhana, sehingga menyebabkan rendahnya produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Mereka juga menghadapi kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang berkualitas dan terjangkau (Primiana, 2018).

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika pelaku usaha ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Melalui penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan (Kurniawa, et. al., 2022).

Sementara itu, mayoritas pelaku UMKM di desa ini hanya mengandalkan pemasaran secara konvensional, seperti dari mulut ke mulut atau penjualan di pasar lokal. Mereka belum memanfaatkan potensi platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Akibatnya, produk - produk mereka kurang dikenal di luar wilayah desa, dan omset penjualan terbatas. Hal ini menyebabkan mereka kurang dapat meraih pasar yang lebih luas dan kurang dapat menetapkan harga yang kompetitif (Anggraeni et al., 2021).

Dalam menghadapi tantangan permodalan, banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kesulitan mengakses sumber pendanaan dari lembaga keuangan konvensional seperti bank karena persyaratan ketat seperti jaminan dan rekam jejak kredit yang baik, serta proses pengajuan dan administrasi yang rumit. Akibatnya, mereka terpaksa mengandalkan modal sendiri atau pinjaman dari keluarga dan teman yang terbatas jumlahnya.

Selain itu, pelaku UMKM yang memulai usaha secara informal dan tanpa bekal pengetahuan pengelolaan keuangan yang memadai seringkali tidak memisahkan keuangan usaha dan pribadi, tidak melakukan pencatatan keuangan teratur, dan tidak memiliki perencanaan keuangan matang untuk mengembangkan usaha mereka, menyebabkan penggunaan dana yang tidak efisien, kesulitan mengontrol arus kas, dan kegagalan dalam membuat keputusan investasi yang tepat. Meskipun saat ini terdapat platform online yang menawarkan sumber pendanaan alternatif seperti crowdfunding, peer-to-peer lending, dan pinjaman online, banyak pelaku UMKM belum memanfaatkannya secara maksimal karena kurangnya pengetahuan, keterbatasan akses internet, dan keengganan untuk mengadopsi teknologi baru.

## METODE

Bentuk kegiatan yang akan dilakukan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah melalui Pengarahan dalam perencanaan produksi dengan memanfaatkan digitalisasi, pemasaran melalui media social Instagram dan facebook serta mengoptimalkan ecommerce (tiktok, Tokopedia, shopee) untuk pemasaran dengan memanfaatkan media digital pada UMKM Pematang Serai. Dosen yang terlibat dalam pengabdian masyarakat adalah dosen dari Fakultas Sosial Sains Program Studi Manajemen Universitas

Pembangunan Panca Budi. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa ceramah untuk menyampaikan teori, sedangkan untuk metode praktiknya yaitu simulasi dan tanya jawab. Durasi kegiatan ini adalah + 3 jam dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pembuatan modul atau materi pengabdian masyarakat. Panitia menyiapkan cetakan modul agar memberikan kemudahan kepada peserta untuk membaca teori yang disampaikan.
2. Pembuatan proposal pengabdian masyarakat oleh Dr. M. Chaerul Rizky, S.E., M.M. selaku ketua pengabdian yang diajukan ke LPPM Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dengan rencana kegiatan sebagai berikut:
  - a. 30 menit persiapan dan registrasi peserta.
  - b. 120 menit untuk pemaparan materi dalam bentuk ceramah
  - c. 30 menit untuk diskusi dan tanya jawab.

Pembuatan luaran dan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bukti kegiatan tersebut sudah terlaksana dengan baik dan lancar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat di Desa Pematang Serai yang berfokus pada optimasi platform digital untuk pelaku UMKM menunjukkan hasil yang signifikan. Berikut adalah beberapa hasil utama dari kegiatan ini:

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Pelatihan - pelatihan yang diberikan telah meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM dalam menggunakan platform digital. Mereka kini lebih terampil dalam memanfaatkan aplikasi e-commerce, media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, Facebook, dan menggunakan desain Canva untuk membuat konten pemasaran yang lebih menarik. Hal ini berdampak pada perluasan jangkauan pemasaran dan peningkatan penjualan.

2. **Kemudahan Akses Permodalan:** Melalui pelatihan mengenai pengajuan pinjaman online, crowdfunding, dan fintech lending, pelaku UMKM di Desa Pematang Serai memiliki lebih banyak opsi untuk mendapatkan modal. Mereka kini memahami proses pembuatan proposal kredit yang efektif, sehingga lebih siap dalam mencari pendanaan baik dari lembaga keuangan formal maupun alternatif.
  3. **Efisiensi Produksi:** Pengenalan aplikasi manajemen produksi dan manajemen keuangan telah membantu UMKM dalam mengelola bahan baku, perencanaan produksi, serta pencatatan arus kas secara lebih terorganisir. Hal ini meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sekaligus meminimalisasi pemborosan dalam proses produksi.
  4. **Pembentukan Kelompok Usaha Bersama:** Adanya kelompok usaha bersama antar pelaku UMKM memungkinkan mereka untuk saling berbagi informasi, bertukar pengalaman, dan berkolaborasi. Selain meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, kelompok ini juga memudahkan mereka dalam mengakses peluang bisnis bersama, seperti mengikuti pameran atau melakukan promosi bersama secara online.
  5. **Peluang Pemasaran yang Lebih Luas:** Dengan pendampingan dalam mengakses marketplace seperti Shopee dan pengelolaan toko online, UMKM Desa Pematang Serai kini dapat menjangkau konsumen lebih luas di luar desa, sehingga meningkatkan potensi pendapatan dan stabilitas usaha mereka.
2. **Antusiasme Pelaku UMKM:** Pelaku UMKM di desa ini sangat antusias untuk belajar dan mengadopsi keterampilan baru, terutama yang berkaitan dengan platform digital. Semangat mereka untuk meningkatkan kualitas usaha menjadi modal utama dalam menyukseskan program ini.
  3. **Kolaborasi dengan Mitra Strategis:** Tim pengabdian bekerjasama dengan lembaga keuangan, distributor, serta platform e-commerce untuk membuka akses yang lebih luas bagi UMKM. Kolaborasi ini sangat membantu dalam memberikan sumber daya dan peluang yang tidak dapat diakses pelaku UMKM secara mandiri.
  4. **Pendampingan Berkelanjutan:** Tim pengabdian tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga pendampingan secara intensif untuk memastikan pelaku UMKM dapat mengaplikasikan keterampilan yang telah dipelajari. Pendampingan ini meliputi konsultasi tentang strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga pengembangan inovasi produk.
  5. **Infrastruktur Digital yang Memadai:** Meskipun berada di pedesaan, Desa Pematang Serai memiliki akses internet yang memadai, sehingga pelaku UMKM dapat menerapkan penggunaan platform digital dengan baik.

Dengan dukungan dan kolaborasi dari berbagai pihak serta komitmen tinggi dari pelaku UMKM, program ini berhasil memberikan perubahan positif bagi pelaku UMKM di Desa Pematang Serai. Diharapkan bahwa program ini dapat terus berlanjut dan menginspirasi desa-desa lain dalam mengoptimalkan potensi digital untuk peningkatan ekonomi masyarakat.

### **Faktor Pendukung Keberhasilan Program**

Keberhasilan program ini didukung oleh beberapa faktor, antara lain:

1. **Dukungan dari Pemerintah Desa:** Pemerintah Desa Pematang Serai memberikan dukungan penuh terhadap program ini, termasuk menyediakan fasilitas pelatihan dan memfasilitasi pertemuan antara tim pengabdian dengan pelaku UMKM setempat.

Pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dilaksanakan dengan praktek secara langsung untuk penggunaan media social whatsapp bisnis, Instagram bisnis, facebook bisnis dan pembahasan tentang Marketplace, membuka toko di shopee, belajar membuat konten melalui desain canva serta membuat perizinan online melalui oss.go.id bagi UMKM yang belum memiliki NIB.

UMKM diperkirakan membutuhkan pembiayaan sekitar Rp3.800 triliun pada 2024, namun jumlah yang mampu dipenuhi hanya sekitar Rp1.600 triliun. Sementara itu, berdasarkan data 2021, pembiayaan bagi UMKM yang dapat dipenuhi oleh sektor perbankan hanya sekitar Rp1.221 triliun, sedangkan sektor pasar modal dan industri keuangan non-bank (IKNB) baru bisa berkontribusi sebesar Rp229 triliun. OJK pun mencatat bahwa terdapat total Rp1.290 triliun pembiayaan UMKM yang belum dapat dipenuhi oleh sektor jasa keuangan pada 2021.

Salah satu cara yang banyak ditempuh oleh UMKM dalam memperoleh modal usaha adalah melalui platform crowdfunding digital. Platform - platform seperti Kickstarter, Indiegogo, atau Kitabisa di Indonesia memungkinkan UMKM untuk mempublikasikan proposal proyek atau kampanye pendanaan secara online.

Calon investor atau donatur dapat melihat dan mengevaluasi proposal tersebut, lalu memutuskan untuk memberikan pendanaan. Keuntungan utama adalah UMKM dapat menjangkau investor yang lebih luas tanpa terbatas lokasi geografis. UMKM juga dapat mengakses modal melalui platform pinjaman online atau fintech lending. Perusahaan fintech penyedia layanan ini umumnya memiliki proses pengajuan dan penilaian yang lebih cepat dan fleksibel dibandingkan dengan bank konvensional. UMKM cukup mengisi aplikasi online, melengkapi dokumen, lalu menunggu keputusan persetujuan pinjaman yang bisa diperoleh dalam hitungan hari.

Fintech lending juga menawarkan skema cicilan yang beragam dan suku bunga yang kompetitif. Aspek lain yang dapat membantu UMKM dalam permodalan adalah dengan memanfaatkan aplikasi manajemen keuangan digital. Aplikasi-aplikasi ini membantu UMKM untuk mengelola arus kas, mencatat transaksi, membuat laporan keuangan, dan menganalisis kondisi keuangan usaha secara lebih efisien.

Melalui pendampingan dan edukasi, para pelaku UMKM di Desa Pematang Serai kini lebih memahami mekanisme pengajuan

pinjaman, membuat proposal yang menarik, dan mengelola keuangan usaha secara lebih profesional. Hal ini telah membuka peluang bagi mereka untuk memperoleh dukungan permodalan yang lebih memadai dari lembaga keuangan, baik formal maupun informal.



**Gambar 1:** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



**Gambar 2:** Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

## SIMPULAN

Berdasarkan analisa di atas disimpulkan bahwa memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan dan motivasi masyarakat khususnya pelaku UMKM. Pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis.

Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Para penjual berbasis UMKM dan para pembeli tidak perlu

bertatap muka untuk bertransaksi. Penguatan ekonomi rakyat atau pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi, tidak berarti mengasingkan pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan mengingkari yang lain, tetapi give power to everybody.

Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.

Simpulan dapat bersifat generalisasi temuan sesuai permasalahan pengabdian, dapat pula berupa rekomendatif untuk langkah selanjutnya. Saran dapat berupa masukan bagi peneliti berikutnya, dapat pula rekomendasi implikatif dari temuan pengabdian. Digital marketing sangat strategis bagi para pelaku UMKM, berdasarkan penelitian oleh (Stockdale, Ahmed & Scheepers, 2012). Tentu saja hal ini harus dimulai dari pelaku UMKM tersebut, minimal dengan mempunyai smartphone untuk mendukung pemasaran produknya. Dengan semakin banyak dan massifnya media sosial, maka dapat membantu pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya, gratis tanpa biaya iklan dan lainlainnya. Untuk pengembangan potensi UMKM kedepannya, Pemerintah perlu bekerja sama dengan pengembang digital/platform/e-commerce besar dengan tujuan menampung para UMKM di level industri rumah tangga. Dan tidak kalah pentingnya adalah program 23 sistematis dan rencana strategis untuk pengembangan sumberdaya manusia dalam rangka pengembangan ekonomi rakyat. Oleh sebab itu, pengembangan sumberdaya manusia dalam rangka pemberdayaan ekonomi rakyat, harus mendapat penanganan yang serius. Sebab sumberdaya manusia

adalah unsur paling fundamental dalam penguatan ekonomi rakyat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widhi Kurniawan<sup>1\*</sup>, M.Ikhwan Maulana Haeruddin<sup>2</sup>, Muhammad Ichwan Musa<sup>3</sup>, Khaidir Syahrul. Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing.
- Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian 2022. LP2M-Universitas Negeri Makassar, 26 November 2022. Hal. 741-746. Anggraeni, F. D.,
- Hardjanto, I., & Hayat, A. (2021). Pengembangan UMKM di Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 1-20.
- Ardila, Y., Putra, R. B., & Dewi, R. C. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Kemampuan Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Prestasi Kerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT Karya Sawitindo Mas (KSM) Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Maritim*, 3(1), 18–28. Hasbiran, M. D. (2018). KEHUMASAN DIGITAL:(Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 pada Strategik Kehumasan). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 37–46.
- Heriyati Chrisna, Hernawaty, Noviani. 2022. Penyuluhan Jual Beli Kredit Secara Syariah Pada Pelaku UMKM Di Desa Pematang Serai Langkat. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume 1 Nomor 2, Maret, 2022, hal. 128-134
- Huda, F., & Sukadiono, S. (2021). Peningkatan Penjualan Melalui Pendampingan Online Selling pada Platform Digital. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 557–566.
- Nagel, J. (2020). Peningkatan SDM Indonesia yang Berdaya Saing melalui Pendidikan di Era Transformasi Digital dan Teknologi yang Berkelanjutan.

- Panjaitan, P. D., Damanik, D., Purba, D. G., Simarmata, A., Saragih, Y. I., Siallagan, M., ... & Naibaho, G. (2023). Edukasi Literasi Keuangan Digital Bagi UMKM dalam Pengembangan Wisata Pantai paris Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(2), 132-138
- Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Lumbangaol, A., Simara-mare, D., Peronica, J., ... & Hutauruk, F. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Di Era Digital Pada UMKM Keripik Singkong Berkah Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 75-79
- Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan, 1(1), 31–38. Primiana, I. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 1-14.
- Priyanto, S. H. (2020). Peran Platform Digital dalam Akses Permodalan bagi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(3), 456-468.
- Purwanti, E. Y. (2021). Pemanfaatan Platform Digital untuk Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 67-78.
- Purba, E., Saragih, L., Purba, D. S., & Tarigan, W. J. Pelatihan Manajemen Kewirausahaan “Tips Eksis Dan Bertahan Dalam Berbagai Situasi” Bagi Pengusaha UMKM di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdi*, 5(1), 19-24
- Saragih, L., Tarigan, W. J., & Saragih, M. K. J. (2022). Pemanfaatan Digital Content Tiktok Dan Buku Kas Berbasis Android Bagi UMKM Anggota CU Hatirongga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2(2), 25-40
- Siti Rahmawati Arifin, Rudy Haryanto. Peran Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Penguatan Ekonomi . *Kinerja* 18 (3), 2021. Hal. 425-430. pISSN: 1907-3011 - eISSN: 2528-1127
- Subowo, Robin, and Roy Setiawan. 2015. “Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karayawan Pada Pt Multi Artistikacithra.” *Agora* 3(1): 493–99.
- Tambunan, T. (2019). Perkembangan UMKM di Indonesia dan Tantangan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 34(2), 121-138.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Yani Restiani Widjaja, Doni Purnama Alamsyah, Heni Rohaeni, Bambang Sukajie. Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. 2018. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1 No. 3 Agustus 2018, Hal. 465-476
- Yushita Marini, et.al. 2023. Potensi Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dengan Menggunakan Analisis SWOT di Desa Pematang Serai Langkat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* ISSN 2622-3740 (Online). Vol 5, No. 3, Februari 2023: 2357-2364, DOI: 10.34007/jehss.v5i3.158