

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA
LUWUNG KEC SIDOARJO KAB SIDOARJO
(STUDI KASUS HOME INDUSTRI KERUPUK PULI DESA LUWUNG
SIDOARJO)**

Asep Kholidul Mufid¹, Norma Rosyidah²

Asepkholidulmufid998@gmail.com , Normarosyidah24@gmail.com

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

Abstract:

The home industry is a productive economic business opportunity that is carried out by individuals or a business entity to increase income. This home industry has an important role, namely opening jobs for the local community in increasing income so that they can meet their family needs such as fulfilling food, health, educational needs for their children, and other needs. The purpose of this research is to find out how the UMKM development strategy is in increasing people's income in Luwung village. The research method used is descriptive qualitative. Research results: (a). that the existence of the Puli cracker home industry has become a strategy in Micro Enterprises and can increase people's income, especially in the Luwung Village area, Sidoarjo District, Sidoarjo Regency, East Java (b) Based on the observations made, it shows that the Puli cracker home industry belongs to Mrs. Askartaningsih it uses a marketing mix development strategy which includes halal products, affordable prices, transparent promotions.

Keywords: *UMKM, home industry, income*

Abstrak:

Home industry merupakan suatu peluang usaha ekonomi produktif yang mana dilakukan oleh orang perorangan atau suatu badan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan. Home industry ini mempunyai peran penting yaitu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat dalam meningkatkan penghasilan sehingga bisa untuk mencukupi kebutuhan keluarganya seperti terpenuhinya pangan, kesehatan, kebutuhan pendidikan untuk anaknya dan kebutuhan lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di desa luwung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian : (a). bahwa dengan adanya Home industry kerupuk puli ini menjadi suatu strategi dalam Usaha Mikro dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya wilayah Desa Luwung Kec.Sidoarjo Kab.Sidoarjo Jawa Timur (b) Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan menunjukkan bahwa, home industry kerupuk puli milik ibu Askartaningsih ini menggunakan strategi pengembangan bauran pemasaran (marketing mix) yang mana meliputi produk yang halal, harga yang terjangkau, promosi yang transparan.

Kata Kunci: *UMKM, home industry,pendapatan*

A. Pendahuluan

Setiap manusia pasti ingin dalam kebutuhan hidupnya selalu terpenuhi agar merasakan kesejahteraan, oleh dari itu masyarakat yang mempunyai potensi dan dapat melihat dengan jeli potensi maupun kemampuan yang ada pada dirinya serta mampu untuk mengidentifikasi lingkungan, bisa menemukan suatu peluang usaha yang ada dan membuka peluang untuk masyarakat disekitarnya.¹ Dengan adanya suatu peluang usaha tersebut yang mana harapannya bisa membantu meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat sekitar agar menjadi lebih baik lagi. Selain itu, dengan adanya peluang usaha di daerah sekitar, diharapkan dapat menjadi ciri khas daerah tersebut.

Dalam mencukupi suatu kebutuhan hidup, adapun usaha yang dapat dilakukan itu salah satu diantaranya dengan melakukan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM). Di negara kita Indonesia ini, UMKM telah menjadi salah satu tempat yang dapat membuka mainset untuk menciptakan lapangan pekerjaan, selain itu UMKM juga merupakan usaha padat karya, yang tidak membutuhkan syarat-syarat tertentu misalnya pendidikan, keterampilan dalam bekerja dan syarat yang lainnya. Dewasa kini UMKM cukup berperan penting dalam

¹ Suci Rahmadani, "Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik),"

Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat 2, no. 3

The 3rd ICO EDUSHA 2022

Vol. 3.No.1-- December 2022

E-ISSN. 2775-930X

membantu memperbaiki perekonomian yang ada di Indonesia, yang mana dalam segi menciptakan suatu lapangan pekerjaan, jumlah usaha yang ada, ataupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional.²

Bisa kita lihat pada negara-negara maju, usaha mikro ini menjadi suatu tonggak utama dalam perekonomian negara. Baik seperti negara Cina, Jepang, Jerman dan masih banyak negara maju lainnya. Kemungkinan yang terjadi ialah langkah pemerintahan dari negara-negara untuk memberikan dukungan sehingga tercipta kondisi yang mana usaha kecil ini menjadi sehat dan kuat pastinya mereka mempunyai kebijakan tersendiri.³

Salah satu bagian dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang termaksud dalam bisnis kecil yaitu usaha *Home industry*. Bisnis kecil yang dimaksud adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas dan tidak mendominasi pasar. Selain itu juga bukan merupakan bagian atau cabang dari perusahaan lain. Adapun *Home Industry* menjadi suatu peluang usaha yang dijalankan oleh orang perorangan ataupun suatu badan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan demi tercapainya ekonomi produktif.⁴ Saat ini di Indonesia sudah banyak mulai bermunculan home industry di berbagai pedesaan kecil.

Home Industry menjadi bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki potensi untuk bisa mengembangkan ekonomi kerakyatan, dan mempunyai dampak dalam meningkatkan suatu perekonomian nasional tanpa harus mengesampingkan demokrasi ekonomi Indonesia. Dan juga industri ini menjadi unsur yang cukup penting dalam mengembangkan ekonomi lokal. Dalam segi hal tenaga kerja home industri ini didukung oleh tenaga kerja dari pedesaan yang mana umumnya tidak harus mempunyai suatu pendidikan yang sangat tinggi, akan tetapi memiliki suatu ketrampilan yang dibutuhkan dan juga kecermatan, ketelitian serta ketekunan dan faktor lain yang menunjang.⁵

Diantara UMKM yang terletak di Jawa Timur, kab Sidoarjo, khususnya di Kecamatan Sidoarjo Desa Luwung, *Home Industry* makanan ringan seperti kerupuk puli milik Ibu

² Riyanthi Idayu, Mohamad Husni, and Suhandi Suhandi, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten" 7, no. 1 (July 6, 2021): 73,.

³ Ayatusyifa Nurzamzami and Edward H Siregar, "Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran," no. 1 (2014): 15.

⁴ Achmad Fawaid and Erwin Fatmala, "Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 14, no. 1 (June 21, 2020): 109,

⁵ Ariani Ariani and Mohamad Nur Utomo, "KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA TARAKAN," *Jurnal Organisasi dan Manajemen* 13, no. 2 (September 27, 2017): 99–118,.

Askartiningih ini, harus mempunyai kekuatan agar dapat bertahan dengan segala bentuk kondisi apa pun, owner menjelaskan hal yang menjadi tujuan tetap bertahan untuk membuka lapangan pekerjaan ini bagi masyarakat setempat agar masyarakat setempat tetap memiliki penghasilan/ pendapatan sehingga dapat terpenuhinya kebutuhan keluarga seperti terpenuhinya pangan, kesehatan, kebutuhan pendidikan untuk anaknya dan kebutuhan lainnya.

Jika dibandingkan dengan industri kreatif lainnya, home industry kerupuk puli ini mempunyai peluang yang cukup besar untuk dapat terus tumbuh karena peminat dan harga yang masih terbilang terjangkau tetapi masih terdapat berbagai kendala yang ada dalam proses produksinya .

B. Tinjauan Teoritis

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

Usaha mikro kecil dan menengah adalah salah satu bagian penting pada perekonomian suatu negara pada masa kini. Sehingga memerlukan dukungan dari berbagai kalangan seperti sumber daya manusia (SDM) sebagai pelaku penguat UMKM.

Pada pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam pasal 16 ayat (1) huruf c pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara :

- a. Memberdayakan kewirausahaan
- b. Keterampilan yang meningkat secara teknis agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik.
- c. Menciptakan suatu pelatihan UMKM yang mana bisa memotivasi kreativitas bisnis dan peluang terciptanya wirausaha baru.

Dilihat dari karakteristiknya UMKM antara lain :

1. Sampai saat ini belum ada pembagian jobdesk yang akurat pada bidangnya, yang mana pemilik usaha hanya menerangkan jobdesk dalam pengoprasiannya.
2. Modal yang masih murni dari pribaid ataupun kerabat keluarga karena masih belum menyentuh kredit formal
3. Masih belum ada izin badan hukum
4. UMKM sebagian besar bergerak pada usaha makanan, minum, tembakau.⁶

⁶ Rahayu Sri Utami, Handeo Ginting, and Muhammad Khairil, "Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus : Home Industri Kopi Sikarta) Di Desa Sialang Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang," *JURNAL WIDYA* 1, no. 1 (April 5, 2020): 30–42, <https://doi.org/10.54593/awl.v1i1.40>.

Pendapatan

Pendapatan yang berakibat dari investasi, perdagangan jasa ataupun aktifitas lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan merupakan penjelasan pendapatan berdasarkan kenaikan aktiva ataupun penurunan kewajiban.⁷ Rosyidi mengemukakan bahwasannya pendapatan seseorang itu didapatkan dan terdiri dari, upah dan gaji, bunga, laba perusahaan bukan perseroan, deviden, dan pembayaran transfer.

Adapun menurut Prathama Rahardja dan Manurung Mandala dalam bukunya yang berjudul Teori Ekonomi Makro membagi jenis-jenis pendapatan ialah: 1) Tanpa harus adanya mengubah asset bersih lainnya pendapatan yang diperoleh oleh perorangan atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan yang harus terpenuhi 2) Pendapatan uang ialah uang yang diperoleh dalam satu periode menjadi pertanda balas jasa atas produksi yang diberikan. 3) Pendapatan personal atau perorangan merupakan bagian berdasarkan pendapatan nasional yang sebagai hak beberapa individu dalam perekonomian, yang diartikan sebagai balas jasa atas kontribusinya dalam proses produksi.⁸

Sedangkan dilihat dari segi bagaimana memperolehnya ada 2 cara yakni :

1. pendapatan kotor adalah suatu pendapatan yang mana didapatkan sebelum dikurangi dengan biaya-biaya
2. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang didapatkan setelah dikurangi dengan biaya-biaya.

C. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian dekskriptif kualitatif dengan pendekatan studi. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan metode Miles-Huberman yaitu tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Observasi dilakukan selama satu bulan pada bulan oktober 2022, dan wawancara dilakukan pada tanggal 28 oktober kepada ibu Askartiningih selaku owner dari *Home Industry* kerupuk

⁷ Fawaid and Fatmala, "Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat."

⁸ Putri Pangestika and Imam Santoso, "The Development Strategy of Potential Business of Micro, Small, and Middle Enterprises (MSMEs) with Financial Credit Supporting Program (Case Study: MSMEs of XYZ Regency)" 5, no. 2 (August 30, 2016): 84–95.

puli. Yang mana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi UMKM dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya di dusun Luwung Sidoarjo

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi UMKM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat adalah salah satunya dengan cara mengembangkan suatu bisnis dengan mengutamakan faktor produksi. *Home industry* telah menjadi penyelamat bagi kehidupan masyarakat baik itu penyelamat dari segi keuangan ataupun penyelamat dari segi lapangan pekerjaan sehingga pendapatan masyarakat sekitar bisa mengalami peningkatan. Adapun objek penelitian ini adalah terletak di Jawa Timur di kabupaten Sidoarjo kecamatan Sidoarjo khususnya di desa Luwung, ada salah satu *Home*



industri kerupuk ini. Pada awalnya mencoba membuat produk kerupuk puli ini atas dasar mencoba hal baru dan ketertarikan warga.

Adapun proses produksi dalam pembuatan kerupuk puli ini meliputi tahap pertama yaitu pembuatan adonan yang mana dibuat dalam bak berukuran besar, tahap selanjutnya yaitu pencetakan adona kedalam plastik, selanjutnya memasak adonan dengan cara direbus didalam tungku tungku besar dalam jumlah yang banyak, setelah matang kerupuk kemudian didinginkan dan dipisahkan dari plastik pembungkus, setelah itu kerupuk dislice/ diiris dengan mesin pemotong dan kemudian baru di jemur diatas layah berukuran persegi Panjang dengan bantuan panas sinar matahari.

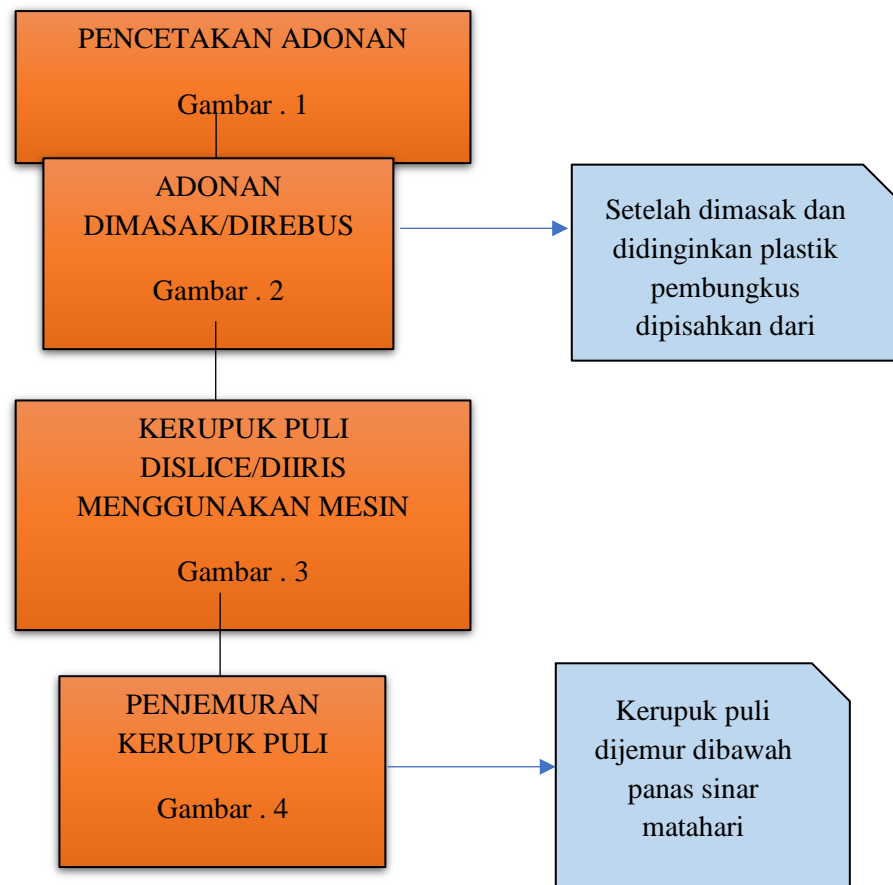
Gambar 1 Proses Pencetakan Adonan

Gambar 2 Proses Memasak Adonan

Gambar 3 Proses Pengirisan Adonan

Gambar 4 Proses Penjemuran Adonan





Dalam pengembangan yang dilakukan adapun strategi oleh pihak owner *Home industry* ini menggunakan strategi dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas rasa dan menjaga kebersihan dari produk itu sendiri. Hal tersebut dilakukan untuk tetap menjaga cita rasa dan kualitas produk sehingga konsumen tetap menjadi pelanggan kerupuk puli milik ibu Askartiningsih. Untuk harga perkilo dari *Home Industry* kerupuk puli milik ibu Askartiningsih ini di bandrol RP. 20.000 dan untuk harga 1 ball nya RP 95.000.

Tujuan utama dari usaha itu sendiri adalah salah satunya untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen. Sehingga berbagai cara dan planing dilakukan agar dapat mempertahankan pelanggan dengan menjaga kepercayaan dan kepuasan dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Seperti yang dilakukan oleh *Home Industry* milik ibu Askartiningsih ini selain meningkatkan kualitas produk yaitu dengan melakukan pendekatan secara personal antara penjual dilapangan dengan konsumen langsung. Hal ini bertujuan agar terciptanya hubungan dekat antara penjual dengan konsumen. Alhasil konsumen merasa kehadirannya diakui dan diharapkan menjadi pelanggan setia. Dalam meningkatkan omset penjualan tentu dibutuhkan

strategi promosi yang baik untuk dapat memaksimalkan penjualan.

Bagi *Home Industry* kerupuk puli milik ibu Askartiningsih ini belum terlalu menerapkan strategi promosi yang khusus, hanya saja yang dilakukan pemilik dan karyawannya adalah dengan tetap konsisten menjaga kualitas produk dan kebersihannya sehingga nantinya dengan harapan satu konsumen akan memberitahukan kepada teman, sahabat, keluarga, dan orang lain tentang kualitas yang ditawarkan dan demikian semakin banyak orang yang tahu maka semakin banyak orang pula yang akan membeli kerupuk milik ibu Askartiningsih ini.

Dengan adanya kepercayaan dari konsumen planning ataupun strategi selanjutnya adalah memperluas pemasaran, hal ini secara otomatis dapat meningkatkan omset penjualan sehingga meningkat juga pendapatan masyarakat sebagai pekerja di *home industry* ibu Askartiningsih

Kendala

Adapun beberapa kendala yang dialami oleh ibu Askartiningsih dalam menjalankan dan mengembangkan *Home Industry* kerupuk puli ini adalah diantaranya sebagai berikut:

- a. Pada aspek permodalan, dalam menjalankan usahanya dari awal merintis sampai sekarang *Home Industry* ini masih menggunakan modal sendiri dan tidak menggunakan akses kredit karena kekhawatiran dalam hal pelunasan dan disamping bagian besar tidak memiliki jaminan yang memadai
- b. Pada aspek produksi, *Home Industry* kerupuk puli ini masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana dan hanya menggunakan mesin seadanya. Dan proses penjemuran kerupuk yang sudah di masak dan di slice ini menggunakan bantuan tenaga panas matahari.
- c. Pada aspek teknologi, *Home Industry* ini belum terkomputerisasi dengan maksimal dalam operasionalnya, seperti menerapkan pemasaran digital yang luas.
- d. Pada aspek sumber daya manusia (SDM) *Home Industry* ini belum menerapkan adanya pembukuan, catatan keuangan, serta pengelolaan keuangan yang ditandai dengan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan hasil usaha.
- e. Pada aspek pemasaran, *Home Industry* ini belum adanya kerja sama dengan perusahaan besar terkait bahan baku dan pemasaran produk, dan pemasaran produk pun belum mencakup secara luas.
- f. Pada aspek birokrasi, *Home Industry* kerupuk puli ini kurang mengetahui sregulasi terbaru yang diatur oleh pemerintah contohnya terkait perubahan undang-undang perpajakan, unit

usaha ini sudah terdaftar tetapi belum memiliki sertifikasi halal.

- g. Pada aspek sarana dan prasarana, *Home Industry* ini belum aktif dalam mengikuti program pemerintah dalam bentuk bantuan pendanaa dengan bunga lunak, yang mana dana itu nantinya bisa dijadikan modal membeli alat/mesin yang bisa membantu memudahkan proses produksi.
- h. Pada aspek social ekonomi, *Home Industry* ini belum ckkup siap terhadapperubahan kondisi ekonomi seperti terjadinya ketidakstabilan politik dan pasar bebas serta kondisi seperti pandemi covid-19 kemarin, dikarenakan *home industry* ini sempat tutup pada masa pandemi kemarin.

Strategi Bauran Pemasaran Dalam UMKM

Menurut Sofjan Assauri pemasaran adalah tujuan pemasaran yang mana harus memnerikan panduan tentang kegiata yang akan dijalankan yang meliputi rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran. Sedangkan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha merupakan definisi dari strategi pemasaran. Oleh karena itu, strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya.

Menurut Sofjan Assauri manajemen pemasaran di era sekarang sangatlah diperlukan, karenanya manajemen memfokuskan pada perumusan strategi pemasaran yang lebih mutakhir dan merupakan proses analisis dalam mencari perbedaan yang menguntungkan. Pemasaran strategi digunakan untuk melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada.

Menurut M. Nur Rianto marketing mix produk barang mencakup 4P: *Product, Price, Place, and Promotion*.

1. Product

Produk yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud merupakan dua jenis produk dalam segi praktiknya. Produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan keinginan pelanggan. Tanpa produk, tentunya sebuah pemasaran tidak akan berjalan ataupun terrealisasikan karena produk merupakan jumlah total kepuasan secara spiritual yang diperoleh dari pembeli atau konsumen.

2. Price (Harga)

Suatu harga mempunyai tujuan yaitu *survival profit maxzimitation, sales maxzimitation*

and prestige. Dalam kegiatan *marketing mix* harga merupakan suatu komponen yang penting. Harga menentukan laku tidaknya suatu produk, maka dari ini penentuan suatu harga sangat penting untuk diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai harga adalah daftar harga, diskon, potongan, harga khusus, periode pembayaran dan keuntungan, harga yang tetapkan pesaing, dan perubahan keinginan pasar.

3. *Place* (Tempat)

Pemilihan suatu lokasi sangatlah penting karena apabila kita salah menganalisis suatu tempat akan meningkatkan potensi lebih besarnya biaya yang akan dikeluarkan. Adapun beberapa dampak dari pemilihan suatu lokasi yang kurang strategis kan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank. Bukan hanya lokasi yang diperhatikan, sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi juga menjadi hal penting dalam strategi pemasaran bank.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan jenis barang serta kualitas dari barang tersebut agar memnuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen tersebut. Melalui informasi dan komunikasi antara penjual dan calon konsumen mengenai produk yang akan ditawarkan merupakan cara yang digunakan untuk dapat mempengaruhi daya tarik konsumen.

Gambar 5 Wawancara Bersama



Gambar 6 Foto Bersama Karyawan Dan Owner



Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dapat disimpulkan bahwasannya *Home Industry*

milik ibu Askartiningsih yang terletak di dusun luwung kota Sidoarjo ini amat membantu dalam peningkatan pendapatan keuangan masyarakat baik bagi pemilik usaha maupun karyawan, juga dapat dijadikan suatu strategi dalam memberdayakan usaha mikro. Dan juga diperoleh beberapa masalah yang harus dihadapi oleh *Home Industry* milik ibu Askartiningsih ini selaku UMKM daerah yang mana pekerjaannya adalah masyarakat sekitar setempat, Adapun beberapa masalahnya antara lain: (1) modal dan pendanaan, (2) pemasaran (3) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi (4) peralatan produksi (5) rencana pengembangan usaha.

UMKM (*Home Industry*) ini mempunyai peran yang cukup penting untuk dapat meningkatkan kesejahteraan yang ada di masyarakat sekitar sehingga dapat mencukupi kebutuhan sehari-harinya seperti kebutuhan pangan, Kesehatan keluarga, dan kebutuhan untuk pendidikan anak-anak mereka.

Saran

Adapun saran untuk *Home Industry* kerupuk puli milik ibu Askartiningsih setelah dilakukannya observasi, analisis, dan wawancara adalah yang pertama, sebaiknya *Home Industry* ini lebih meningkatkan metode pemasaran, seperti halnya platform media online. Yang kedua, sebaiknya *Home Industry* ini kedepannya bisa lebih terstruktur lagi dan adanya pembukuan, catatan keuangan, data produksi bulanan/tahunan dan lain sebagainya. Dan yang ketiga sebaiknya bagi pihak pemerintah lebih memperhatikan para pelaku *Home Industry*, menjaga kestabilan *Home Industry* dan mengadakan seminar bagi para pelaku usaha agar dapat lebih berkembang kedepannya.

REFERENSI

- Ariani, Ariani, and Mohamad Nur Utomo. "KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA TARAKAN." *Jurnal Organisasi dan Manajemen* 13, no. 2 (September 27, 2017): 99–118. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>.
- Fawaid, Achmad, and Erwin Fatmala. "Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 14, no. 1 (June 21, 2020): 109. <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342>.
- Idayu, Riyanthi, Mohamad Husni, and Suhandi Suhandi. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten" 7, no. 1 (July 6, 2021): 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>.
- Nurzamzami, Ayatusyifa, and Edward H Siregar. "Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran," no. 1 (2014): 15.
- Pangestika, Putri, and Imam Santoso. "The Development Strategy of Potential Business of Micro, Small, and Middle Enterprises (MSMEs) with Financial Credit Supporting Program (Case Study: MSMEs of XYZ Regency)" 5, no. 2 (August 30, 2016): 84–95.
- Rahmadani, Suci. "Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik)." *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (October 23, 2021): 115–29. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>.
- Utami, Rahayu Sri, Handeo Ginting, and Muhammad Khairil. "Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus : Home Industri Kopi Sikarta) Di Desa Sialang Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang." *JURNAL WIDYA* 1, no. 1 (April 5, 2020): 30–42. <https://doi.org/10.54593/awl.v1i1.40>.