



PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI PERMODALAN

Oleh

Desti Arnita¹, Herlina Yustati²

¹Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

E-mail: ¹destyarnita798@gmail.com, ²herlina.yustati@iainbengkulu.ac.id

Article History:

Received: 23-10-2024

Revised: 02-11-2024

Accepted: 24-11-2024

Keywords:

Kewirausahaan, Pemasaran
Produk, Pemodalan,
Teknologi

Abstract: *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi salah satu prioritas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Program ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM yang beroperasi di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu, melalui peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi digital marketing serta akses permodalan yang efektif. Metode yang diterapkan mencakup serangkaian tahapan seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang sistematis untuk mencapai hasil yang diharapkan. Peserta program dibekali keterampilan pemasaran digital, pengetahuan manajemen keuangan, serta pemahaman tentang opsi permodalan dari lembaga keuangan syariah. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar mereka, serta pemahaman yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan dan akses permodalan. Program ini membuktikan pentingnya penguatan kapasitas pelaku UMKM di tingkat lokal untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang inklusif*

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia memegang peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menciptakan lapangan pekerjaan.¹ Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja.² Hal ini menunjukkan bahwa UMKM adalah pilar utama ekonomi nasional, terutama dalam menggerakkan ekonomi lokal di berbagai daerah, baik perkotaan maupun pedesaan. UMKM tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan masyarakat lokal

¹ Salman Al Farisi and Muhammad Iqbal Fasa, 'Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9.1 (2022), pp. 73–84.

² Ninik Srijani Kadeni, 'Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8.2 (2020), pp. 191–200.



melalui aktivitas perdagangan dan produksi, tetapi juga memainkan peran penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.³

Meski demikian, UMKM di berbagai daerah masih menghadapi beragam kendala yang menghambat perkembangan dan daya saing mereka, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital saat ini. Salah satu tantangan besar yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses ke teknologi dan pengetahuan digital.⁴ Di era globalisasi dan digitalisasi, kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan teknologi digital menjadi krusial bagi UMKM agar mampu bersaing dan memperluas jangkauan pasar mereka.⁵ Namun, banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki akses atau pemahaman yang memadai mengenai penggunaan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka.⁶ Hal ini seringkali disebabkan oleh kurangnya infrastruktur yang memadai, khususnya di daerah pedesaan, serta keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital.

Selain itu, kendala lain yang dihadapi UMKM adalah akses terhadap permodalan. Akses permodalan yang terbatas membuat banyak UMKM kesulitan untuk memperluas skala usahanya atau bahkan mempertahankan operasi sehari-hari mereka.⁷ Meskipun terdapat berbagai lembaga keuangan yang menawarkan produk pembiayaan, banyak pelaku UMKM yang kurang memahami cara mendapatkan pembiayaan atau tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga tersebut.⁸ Keterbatasan modal ini membuat UMKM sulit untuk melakukan inovasi, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan jaringan pasar, sehingga mereka sering tertinggal dalam persaingan.⁹

Di Kota Bengkulu, Pasar Tradisional Modern (PTM) menjadi salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat, terutama untuk pelaku UMKM yang bergerak di sektor perdagangan barang kebutuhan pokok dan makanan. PTM memiliki potensi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal, mengingat pasar ini menarik banyak konsumen setiap harinya. Pasar ini merupakan tempat bagi pelaku UMKM untuk menjual produk mereka, sekaligus menjadi penghubung antara produsen dan konsumen.¹⁰ Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak pelaku UMKM di PTM masih menghadapi berbagai kendala. Mereka kerap kali mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka secara lebih luas, mengelola

³ Isnaini Harahap, Zuhri M Nawawi, and Angga Syahputra, 'Signifikansi Perananan Umkm Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Perspektif Syariah', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6.2 (2023), pp. 718–28.

⁴ Rusdi Hidayat Nugroho and Sonja Andarini, 'Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0', *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1.01 (2020).

⁵ Melda Brina and Maya Siahaan, 'Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Kota Medan', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4.4 (2024), pp. 11490–99.

⁶ Rachmawan Budiarto and others, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Ugm Press, 2018).

⁷ Ahmad Nur Budi Utama and others, 'Analisis Fintech Lending Sebagai Alternatif Sumber Pendanaan Untuk Mengoptimalkan Pemasukan Bisnis Kecil (UMKM)', *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 1.5 (2024), pp. 310–27.

⁸ Faadhilla Putri Aryanti, Fachradita Nurhalizah, and Hayatull Jannah, 'Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja Di Dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang)', *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6.2 (2022), pp. 699–709.

⁹ Musran Munizu and others, *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

¹⁰ Eka Novi Yana, 'Kontribusi Pembiayaan Murabahah PT. BPRS Safir Dalam Pengembangan UMKM Kota Bengkulu' (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2018).



keuangan usaha, dan memperoleh modal tambahan untuk pengembangan usaha.

Melihat tantangan yang dihadapi UMKM di PTM Kota Bengkulu, diperlukan upaya pemberdayaan yang komprehensif dan berkelanjutan untuk membantu mereka mengoptimalkan potensi usaha.¹¹ Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat dari institusi kami merancang program pemberdayaan yang difokuskan pada pelatihan digital marketing dan edukasi literasi keuangan serta permodalan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di PTM dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat pemasaran yang efektif, serta memberikan pemahaman dasar mengenai pengelolaan keuangan dan akses permodalan.

Tujuan utama dari program pemberdayaan ini adalah:

1. Meningkatkan Daya Saing

Dengan pelatihan digital marketing, pelaku UMKM diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform digital. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai alat promosi menjadi penting untuk menarik konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Digital marketing juga memungkinkan pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan membangun hubungan yang lebih erat, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Memperluas Jangkauan Pasar Melalui Media Digital

Salah satu kelemahan yang sering dihadapi UMKM di PTM adalah terbatasnya jangkauan pemasaran. Selama ini, pemasaran yang dilakukan kebanyakan bersifat lokal atau hanya mengandalkan pasar tradisional. Melalui penggunaan media digital, UMKM dapat mempromosikan produk mereka ke pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah atau nasional. Ini akan membantu meningkatkan omzet penjualan serta memberikan peluang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

3. Membekali Pelaku UMKM dengan Keterampilan Keuangan Dasar

Edukasi literasi keuangan yang diberikan dalam program ini bertujuan agar pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik sangat penting untuk keberlanjutan usaha, khususnya dalam mencatat arus kas, membuat anggaran, dan merencanakan keuangan jangka panjang. Dengan pemahaman literasi keuangan yang memadai, pelaku UMKM dapat mengelola pendapatan dan pengeluaran dengan lebih baik serta membuat keputusan finansial yang tepat.

4. Menyediakan Edukasi Tentang Akses Permodalan yang Mudah dan Tepat Sasaran

Edukasi permodalan dalam program ini difokuskan pada pengenalan berbagai pilihan permodalan yang tersedia, termasuk produk pembiayaan yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari Pegadaian Syariah.¹² Edukasi ini penting agar pelaku UMKM dapat memilih opsi pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, tanpa terjerat dalam beban bunga yang tinggi. Dengan pemahaman ini, UMKM di PTM Kota Bengkulu diharapkan dapat memperkuat permodalan mereka untuk mendukung ekspansi usaha.

¹¹ Darwis Darwis, Rini Patroni, And Dino Sumaryono, 'The Optimalisasi Pembinaan Wilayah Dalam Pencegahan Dan Penanggulangan Hipertens', *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10.1 (2024), Pp. 12–20.

¹² Andri Soemitra, Zuhri M Nawawi, and Muhammad Syahbudi, *Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro Di Indonesia* (Merdeka Kreasi Group, 2022).



Melalui program ini, pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu diharapkan dapat berkembang menjadi usaha yang lebih kuat, memiliki daya saing, dan berkelanjutan. Program pemberdayaan ini adalah langkah awal yang signifikan untuk membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan zaman, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengelola keuangan dengan lebih baik..

METODE

Pelaksanaan program ini dirancang dengan metode yang terstruktur, mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Beberapa aspek metode yang diperinci adalah:

1. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan utama berupa sesi pelatihan dilaksanakan pada hari Selasa, 20 September 2024, dari pukul 10.00 hingga selesai. Waktu ini dipilih agar peserta yang sebagian besar pedagang di PTM dapat mengikuti kegiatan tanpa terganggu oleh aktivitas pasar di jam-jam sibuk. Pelatihan ini dilaksanakan sekali selama program berlangsung, dengan pertimbangan untuk mengakomodasi waktu dan kesibukan para peserta.

2. Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kegiatan adalah PTM Kota Bengkulu, yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seadanya. Tempat ini dipilih karena memiliki kapasitas yang cukup luas dan mudah diakses oleh para pedagang di PTM.

3. Peserta Kegiatan

Peserta terdiri dari 5 pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu yang bergerak dalam bidang perdagangan makanan dan kebutuhan pokok. Mereka dipilih melalui proses seleksi berdasarkan kriteria seperti keaktifan dalam kegiatan pasar, minat untuk belajar dan berkembang, serta kesiapan dalam menerapkan strategi digital marketing dan literasi keuangan.

4. Materi yang Diberikan

Materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan peserta agar dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha mereka. Berikut materi yang diberikan:

a) Digital Marketing

Peserta diperkenalkan dengan pentingnya pemasaran digital dan diajarkan tentang strategi digital marketing yang efektif, termasuk penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk promosi produk. Mereka juga diberi pelatihan dasar penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten pemasaran visual yang menarik serta teknik penulisan deskripsi produk yang informatif dan menarik bagi konsumen.¹³

b) Literasi Keuangan

Materi ini mencakup pengelolaan keuangan sederhana untuk UMKM, seperti pencatatan harian, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan jangka pendek. Edukasi ini bertujuan agar pelaku usaha dapat memiliki pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan yang sehat, yang akan mendukung kestabilan keuangan usaha mereka di tengah persaingan yang ketat.

¹³ Antonius Felix And Others, 'Pemanfaatan Tiktok Dalam Strategi Pemasaran: Studi Kasus Naughty Indonesia Dan Pelatihan Tim Pemasaran Digital', *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5.1 (2024), Pp. 707–16.



c) Akses Permodalan

Para peserta juga dibekali pengetahuan tentang berbagai opsi permodalan yang tersedia, terutama dari lembaga keuangan syariah, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Pegadaian Syariah. Edukasi ini dirancang agar pelaku UMKM dapat memilih solusi pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa terbebani bunga tinggi, sesuai dengan prinsip syariah.¹⁴

Program ini memberikan dampak yang nyata terhadap pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu. Dalam aspek pemasaran digital, para peserta mengalami peningkatan dalam keterampilan mereka menggunakan media sosial sebagai platform promosi produk. Di sisi literasi keuangan, peserta mulai mampu membuat pencatatan keuangan sederhana yang rapi, sehingga membantu mereka memahami arus kas usaha dengan lebih baik. Beberapa peserta juga telah memanfaatkan opsi permodalan yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah, yang memberikan fondasi keuangan yang lebih kuat bagi usaha mereka.

HASIL

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu, ditemukan bahwa banyak pelaku usaha masih terbatas dalam pengetahuan terkait digital marketing dan strategi permodalan. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum memahami manajemen keuangan dengan baik. Untuk mengatasi permasalahan ini, tim PKM melaksanakan kegiatan pelatihan yang diharapkan dapat memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi.

Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

1. Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan dengan mengunjungi beberapa pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu, mencakup beberapa usaha di bidang makanan dan tiga usaha di bidang kebutuhan pokok. Melalui observasi dan wawancara, tim PKM memperoleh gambaran tentang kondisi usaha mereka, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan pelatihan yang relevan.



2. Pembagian Surat Undangan Pelatihan

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, tim membagikan surat undangan pelatihan kepada peserta. Undangan ini dibagikan sehari sebelum acara berlangsung untuk memastikan peserta hadir tepat waktu dan mempersiapkan diri dengan baik.

¹⁴ Husnul Khatimah, 'Strategi Inklusi Dan Literasi Keuangan Baitul Mâl Wat Tamwîl (Bmt) Studi Pada Bmt Di Wilayah Depok, Tangerang, Dan Bekasi' (Fakultas Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).



3. Pelaksanaan Pelatihan

Acara pelatihan dilaksanakan pada Selasa, 20 September 2024. Tim PKM memotivasi peserta untuk aktif berpartisipasi, termasuk dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berpartisipasi aktif dalam sesi tanya jawab. Sesi pelatihan berlangsung interaktif, di mana peserta diajak berdiskusi tentang digital marketing, pengelolaan keuangan, dan permodalan.



DISKUSI

Hasil program pemberdayaan UMKM di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman digital marketing, di mana para pelaku UMKM kini lebih mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran produk, sehingga jangkauan pasar mereka semakin luas.

Program pemberdayaan UMKM di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu menunjukkan hasil yang positif dalam beberapa aspek utama. Pertama, pelatihan digital marketing berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, sehingga jangkauan pasar mereka meluas dan branding produk lebih kuat. Kedua, peningkatan literasi keuangan memungkinkan pelaku usaha untuk mencatat keuangan dengan lebih tertib, memahami arus kas, dan membuat keputusan keuangan yang lebih baik.



Ketiga, akses permodalan melalui lembaga keuangan syariah menjadi opsi yang menarik, dengan banyak peserta mulai mengajukan pembiayaan syariah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Secara keseluruhan, program ini memperkuat daya saing UMKM di PTM Kota Bengkulu, meningkatkan penjualan, dan mendukung keberlanjutan usaha melalui pengelolaan keuangan dan akses modal yang lebih baik.

Pelatihan ini juga meningkatkan literasi keuangan peserta, yang mulai melakukan pencatatan keuangan dengan lebih tertib dan memahami pentingnya manajemen arus kas. Selain itu, akses permodalan dari lembaga keuangan syariah menjadi alternatif yang diminati pelaku usaha untuk memperkuat keuangan usaha mereka. Dampak dari pelatihan ini tidak hanya terlihat pada stabilitas usaha, tetapi juga pada prospek pertumbuhan usaha mereka di masa depan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

KESIMPULAN

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing dan literasi keuangan serta akses permodalan terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM di PTM Kota Bengkulu. Program ini memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan penting untuk menghadapi persaingan di era digital dan mengelola keuangan usaha dengan lebih baik. Hasil ini menunjukkan pentingnya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan pelaku UMKM dapat terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada manajemen Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu, pihak-pihak terkait, serta seluruh pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam program ini. Penghargaan juga diberikan kepada tim pengabdian masyarakat yang telah berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ini, sehingga dapat berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aryanti, Faadhilla Putri, Fachradita Nurhalizah, and Hayatull Jannah, 'Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja Di Dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang)', *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6.2 (2022), pp. 699-709
- [2] Brina, Melda, and Maya Siahaan, 'Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Kota Medan', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4.4 (2024), pp. 11490-99
- [3] Budiarto, Rachmawan, Susetyo Hario Putero, Hempri Suyatna, Puji Astuti, Harwin Saptoadi, M Munif Ridwan, and others, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Ugm Press, 2018)
- [4] Darwis, Darwis, Rini Patroni, and Dino Sumaryono, 'The OPTIMALISASI PEMBINAAN WILAYAH DALAM PENCEGAHAN DAN PENANGGULANGAN HIPERTENS', *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10.1 (2024), pp. 12-20
- [5] Al Farisi, Salman, and Muhammad Iqbal Fasa, 'Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Dinamika Ekonomi*



- Syariah*, 9.1 (2022), pp. 73–84
- [6] Felix, Antonius, Devi Yurisca, Agung Stefanus Kembau, Julius Sutrisno, and Fandevi Maitri, 'PEMANFAATAN TIKTOK DALAM STRATEGI PEMASARAN: STUDI KASUS NAUGHTY INDONESIA DAN PELATIHAN TIM PEMASARAN DIGITAL', *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5.1 (2024), pp. 707–16
- [7] Harahap, Isnaini, Zuhri M Nawawi, and Angga Syahputra, 'Signifikansi Perananan Umkm Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Perspektif Syariah', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6.2 (2023), pp. 718–28
- [8] Kadeni, Ninik Srijani, 'Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8.2 (2020), pp. 191–200
- [9] Khatimah, Husnul, 'Strategi Inklusi Dan Literasi Keuangan Baitul Mâl Wat Tamwîl (Bmt) Studi Pada Bmt Di Wilayah Depok, Tangerang, Dan Bekasi' (Fakultas Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- [10] Munizu, Musran, Rosaline Tandiono, Endyastuti Pravitasari, Ni Luh Kardini, Henky Hendrawan, Triasesiarta Nur, and others, *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- [11] Nugroho, Rusdi Hidayat, and Sonja Andarini, 'Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0', *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1.01 (2020)
- [12] Soemitra, Andri, Zuhri M Nawawi, and Muhammad Syahbudi, *Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro Di Indonesia* (Merdeka Kreasi Group, 2022)
- [13] Utama, Ahmad Nur Budi, Anggriani Husain, Marina Paramitha Sari Piola, and Al-Amin Al-Amin, 'Analisis Fintech Lending Sebagai Alternatif Sumber Pendanaan Untuk Mengoptimalkan Pemasukan Bisnis Kecil (UMKM)', *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 1.5 (2024), pp. 310–27
- [14] Yana, Eka Novi, 'Kontribusi Pembiayaan Murabahah PT. BPRS Safir Dalam Pengembangan UMKM Kota Bengkulu' (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2018)