

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KELURAHAN MANUKAN KULON MELALUI WORKSHOP PEMANFAATAN DIGITALISASI

Dewi Puspa Arum¹, Siti Nur Munazilah^{2*}, Mulia Rahmadiani³, Roro Desy Twin Ramadhisa⁴, Rizqi Karimah⁵, Rosanya Amelia Santoso⁶, Christin Maria Febryanti⁷, Serlia Nur Abifah⁸, Fakhri Visan Rahmaddani⁹, Malta Dirga Safalas¹⁰, Sinta Paulina Situmorang¹¹

^{1,2*,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Indonesia

¹dewiarum.agrotek@upnjatim.ac.id

^{2*}sitinur.munazilah19@gmail.com

³muliarahmadiani05@gmail.com

⁴desyramadhisa10@gmail.com

⁵rizqikarimahh@gmail.com

⁶rosanyaameliaa@gmail.com

⁷christinmf07@gmail.com

⁸nurulaini2809@gmail.com

⁹fahrirahmaddann@gmail.com

¹⁰maltadirgas@gmail.com

¹¹sintapaulina1011@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan jaman yang sudah semakin canggih di era modern seperti ini sangat penting sekali bagi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai sebuah sarana untuk mengembangkan bisnis UMKM-nya. Di Kelurahan Manukan Kulon, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya adalah wilayah yang memiliki berbagai macam jenis UMKM yang sedang berkembang. Berkembang yang dimaksudkan adalah para pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon masih kurang memahami dan kurang menguasai penggunaan teknologi yang telah berkembang. Hal tersebut membuat kelompok 43 KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur yang terdiri dari 10 anggota mengadakan sebuah *Workshop* Pelatihan mengenai digitalisasi UMKM untuk para pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon. Pelatihan tersebut mencakup materi *digital marketing*, *digital payment*, dan foto produk. Metode pelaksanaan *Workshop* pelatihan bertema Peningkatan Kualitas Usaha melalui Digitalisasi UMKM bertempat di Kantor Kelurahan Manukan Kulon. *Workshop* pelatihan yang diberikan oleh kelompok 43 KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur mengenai digitalisasi UMKM telah berhasil merubah UMKM yang berada di Manukan Kulon yang awalnya masih konvensional menjadi digital. Dari 15 UMKM yang diundang, terdapat dua UMKM yang terbilang lebih membutuhkan bimbingan, yaitu UMKM Mak Mol Kitchen dan Sari Lerak Sedjati. Setelah dipantau, kedua UMKM tersebut berhasil melakukan *rebranding* dan *mem-posting* foto produk yang kreatif di akun media sosial mereka, serta dengan desain *feeds* Instagram yang menarik bagi calon konsumen mereka. Kelompok 43 KKN Tematik MBKM berharap bahwa perkembangan ini dapat dipertahankan sekaligus menjadi awal yang baru bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon untuk menghidupkan kembali faktor ekonomi melalui digitalisasi.

Kata Kunci: *Digital marketing, digital payment, workshop, UMKM.*

Pendahuluan

Era modern saat ini, peranan teknologi digital dalam pengembangan suatu usaha sangatlah penting. Pemanfaatan teknologi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan

*Correspondent Author: sitinur.munazilah19@gmail.com

besar, tetapi juga oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran teknologi bagi UMKM yaitu mengubah cara-cara di dalam suatu bisnis dari yang semula konvensional menjadi sesuatu yang baru baik dari sisi peluang maupun tantangannya. Menurut pendapat Singh (2011) bahwa peran teknologi untuk UMKM yaitu peningkatan pemasaran, peningkatan komunikasi yang efisien dan efektif. Penggunaan teknologi informasi telah membantu organisasi mencapai pertumbuhan yang lebih efisien, efektif, inovatif dan kompetitif secara global (Tarute dan Gatautis, 2014). Peranan teknologi pun kian besar dikarenakan oleh pandemic covid-19 yang menuntut masyarakat untuk menerapkan teknologi. Hal ini berkaitan dengan diberlakukannya “*social distancing*” selama masa pandemi.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, ada 1.602 UMKM di Kelurahan Manukan Kulon, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Kebanyakan dari UMKM ini merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh ibu rumah tangga. Diketahui bahwa kebanyakan dari mereka belum menerapkan teknologi digital dikarenakan kurangnya pengetahuan.

Kondisi yang demikian menginspirasi kelompok 43 KKN Tematik MBKM dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur untuk mengadakan pelatihan “Peningkatan Kualitas Usaha Melalui digitalisasi UMKM. Pelatihan ini membahas tiga topik utama yang dianggap dapat membantu meningkatkan kualitas usaha UMKM antara lain, digital marketing, digital payment, dan personal branding. Dedi Purwana (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, *social media*, e-mail, *database*, *mobile/wireless* dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Menurut Gaol (2014) Sistem pembayaran elektronik (*E Payment*) khusus telah dikembangkan untuk bisa menangani pembayaran barang –barang secara elektronik melalui internet. Sistem pembayaran elektronik untuk internet adalah sistem pembayaran kartu kredit, tunai digital, sistem akumulasi total pembelian digital, sistem pembayaran nilai tersimpan, sistem pembayaran *peer-to-peer*, cek elektronik, dan sistem pembayaran tagihan elektronik. Personal Branding adalah sebuah seni dalam menarik dan memelihara lebih banyak klien dengan cara membentuk persepsi publik secara aktif (Montoya, 2008).

Penerapan *digital marketing*, maka *digital payment* menjadi hal yang penting juga. Dimana, *digital marketing* dan *digital payment* saling berhubungan satu sama lain. Pemanfaatan *digital marketing* akan didukung oleh penggunaan *digital payment* yang akan mempermudah transaksi melalui digital. *Digital payment* atau pembayaran digital merupakan pembayaran yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi digital.

Kesuksesan dalam penerapan *digital marketing* dan *digital payment* ini tentu saja harus didukung oleh *personal branding* dari usaha itu sendiri. *Personal branding* yang baik akan membantu brand, produk, atau jasa tersebut dikenal di pasaran termasuk di pasar digital. Dalam kegiatan pelatihan ini, *personal branding* yang difokuskan adalah terkait foto produk. Hal ini dikarenakan foto produk yang baik akan membantu membangun citra brand yang baik pula.

Pelatihan ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Manukan Kulon dalam penerapan teknologi digital, baik itu dalam informasi, wawasan maupun praktik. Dengan demikian, UMKM di kelurahan Manukan Kulon mampu bersaing di era modern ini

Metode Pelaksanaan

Metode dalam pelaksanaan KKN Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur Kelompok 43 ini dilakukan dengan mengadakan pelatihan yang bertema “Peningkatan Kualitas Usaha melalui Digitalisasi UMKM”, dengan pokok bahasan “Digital Marketing, Digital Payment, Personal Branding melalui Foto Produk”. Pelatihan ini dilaksanakan selama tiga hari. Pada tanggal 20 - 22 April 2022. Pukul 13.00 - 15.00 WIB, yang bertempat di Kantor Kelurahan Manukan Kulon. Sasaran dalam kegiatan *workshop* ini adalah pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Manukan Kulon. Metode pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

Persiapan

Langkah pertama kegiatan pelatihan ini adalah dengan mengajukan perizinan ke kantor Kelurahan Manukan Kulon mengenai akan diadakannya kegiatan *workshop*. Tahap selanjutnya setelah mendapatkan izin adalah melakukan survei. Survei ini dilakukan dengan wawancara kepada lima pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Manukan Kulon untuk dapat mengetahui permasalahan apa yang dihadapi para pelaku UMKM, sehingga dapat dicari solusinya. Tahap selanjutnya adalah menentukan judul dan menyiapkan materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan dan merancang *rundown* kegiatan selama tiga hari.

Penyuluhan

Penyuluhan yang dilakukan adalah dengan pemaparan materi mengenai *digital marketing* dan *digital payment* dan *personal branding* melalui foto produk kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon. Pemaparan materi disampaikan oleh mahasiswa KKN Kelompok 43.

- Digital Marketing

Membahas mengenai pentingnya *digital marketing*, tips memulai *digital marketing* yang baik, pengenalan platform *e-commerce* sampai dengan cara- cara pendaftaran di platform *e- commerce*.

- Digital Payment

Membahas mengenai pentingnya *digital payment* di masa pandemi yang membatasi kontak fisik, sehingga edukasi mengenai *digital payment* akan sangat bermanfaat.

- Foto Produk

Membahas mengenai pentingnya *personal branding* melalui foto produk yang baik dan benar, seperti bagaimana cara menentukan angle, mendapat cahaya yang bagus, dan bagaimana cara melakukan editing foto.

Demonstrasi

Demonstrasi dilakukan setelah penyampaian materi, dengan praktik pendaftaran *digital marketing* melalui aplikasi Gobiz, cara membuat *feeds* Instagram yang menarik, dan cara menulis *copywriting*, tata cara pendaftaran Qris melalui aplikasi. Dana dengan fitur Dana Bisnis, dan bagaimana cara menarik uang yang masuk ke aplikasi dana ke rekening Bank yang dimiliki pelaku UMKM, serta demonstrasi foto produk dan editing.

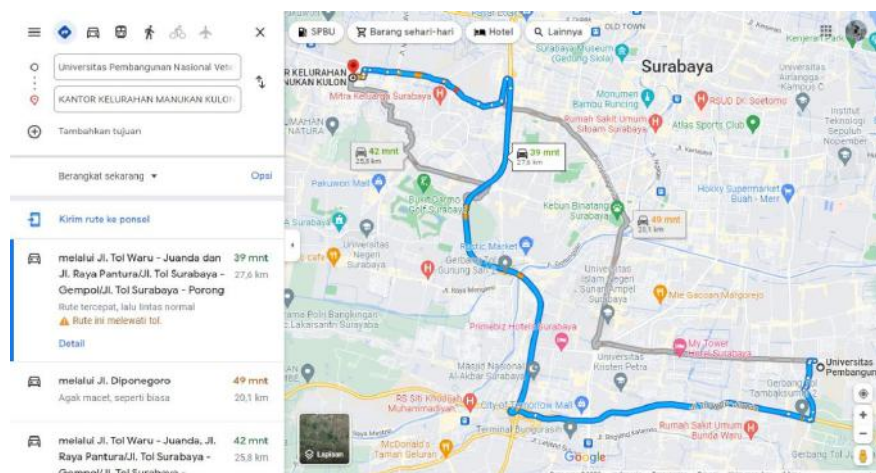
Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan dengan tahap praktik yang dilakukan para pelaku UMKM. Praktik dilaksanakan sesuai dengan penyuluhan dan demonstrasi yang sebelumnya telah dilakukan. Pelaku UMKM dilatih untuk dapat membuat caption yang menarik, pendaftaran Qris ,

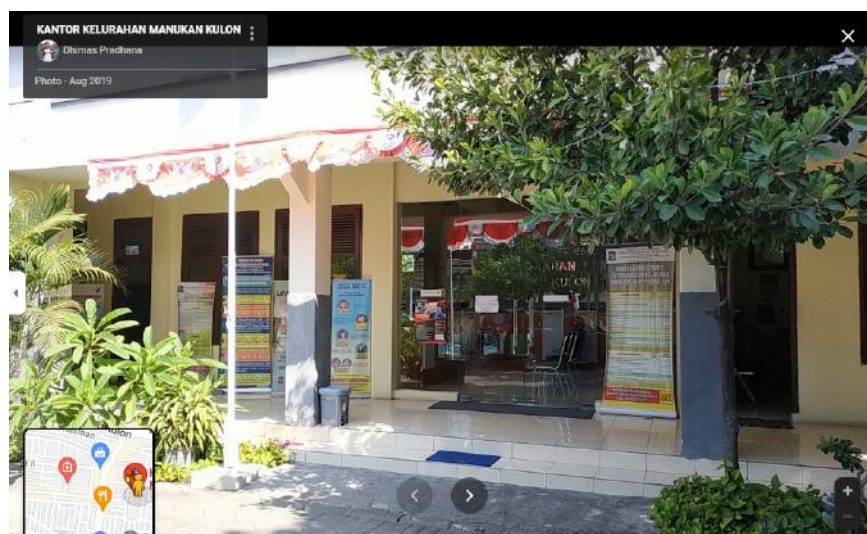
dan praktik foto produk berbagai macam makanan dan minuman menggunakan *smartphone* dengan bantuan cahaya matahari. Setelah praktik foto produk, dilanjutkan dengan praktik edit foto melalui aplikasi Lightroom dan Canva. Selain itu, juga diajarkan cara menghapus *background* foto melalui *website* <https://www.remove.bg/>. Setiap mahasiswa melatih dan mendampingi minimal 2-3 pelaku UMKM dalam setiap praktik yang dilaksanakan.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan pada Sabtu, 25 April 2022 setelah kegiatan pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan membagikan *link google form* kepada pelaku UMKM yang berisi umpan balik setelah menjalankan pelatihan. Kami juga melakukan evaluasi kepada dua UMKM yaitu Makmol Kitchen dan Sari Lerak Sedjati tentang dampak setelah diadakannya pelatihan terhadap peningkatan kualitas usaha mereka, serta memantau kendala yang dialami oleh kedua UMKM tersebut.



Gambar 1. Peta Kelurahan Manukan Kulon



Gambar 2. Kantor Kelurahan Manukan Kulon

Kegiatan dibagi dalam 3 tahapan utama, yaitu: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan evaluasi.

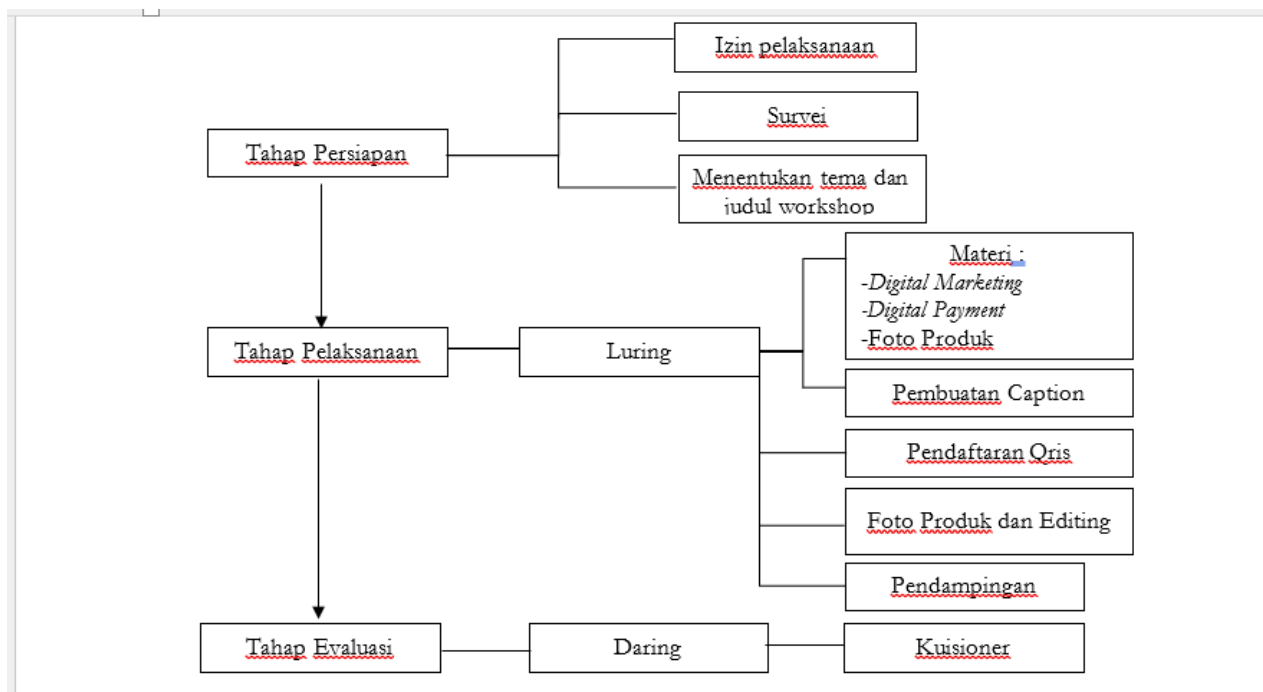


Diagram 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan “Peningkatan Kualitas Usaha melalui Digitalisasi UMKM” dilaksanakan selama tiga (3) hari dari tanggal 20 April 2022 hingga 22 April 2022 di Kantor Kelurahan Manukan Kulon. Kegiatan ini merupakan salah satu program kerja kelompok 43 Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKNT-MBKM).

Program kerja ini dilaksanakan berdasarkan hasil survei permasalahan-permasalahan yang dialami oleh beberapa pelaku UMKM yang menjadi mitra KKN. Permasalahan yang paling banyak adalah kurangnya pengetahuan terkait *digital marketing*, *digital payment*, dan *personal branding* khususnya dalam hal foto produk. Permasalahan-permasalahan inilah yang kemudian menjadi topik pembahasan dalam pelatihan ini.

Kegiatan ini mengundang para pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon sebagai peserta. Sedangkan, yang menjadi pembicara dalam pelatihan ini adalah anggota KKN Kelompok 43. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas usaha melalui tiga topik pembahasan yaitu *digital marketing*, *digital payment*, dan *personal branding* melalui foto produk.

Hari pertama, disampaikan materi terkait *digital marketing*. Materi yang disampaikan mulai dari pentingnya *digital marketing*, tips memulai *digital marketing* yang baik, pengenalan platform *e-commerce*, sampai dengan tata cara pendaftaran di platform *e-commerce*. Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan praktik pendaftaran usaha di platform *e-commerce* yaitu aplikasi GoBiz. Selain itu, juga diajarkan bagaimana cara membuat *feeds* instagram yang menarik dan cara menulis *copywriting* yang benar



Gambar 3. Penyampaian Materi tentang *Digital Marketing*

Hari kedua, disampaikan materi terkait *digital payment* mulai dari pentingnya *digital payment* di era new normal saat ini, pengenalan aplikasi *digital payment*, hingga tata cara pendaftaran *digital payment*. Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan praktik pendaftaran Qris melalui aplikasi Dana.



Gambar 4. Penyampaian Materi *Digital Payment* dan Pendaftaran Qris

Hari terakhir pelatihan, materi yang disampaikan adalah terkait *personal branding* melalui foto produk. Terlebih dahulu disampaikan materi terkait pentingnya *personal branding* dan cara membangun *personal branding* yang baik. Setelah itu, disampaikan materi terkait foto produk mulai dari pentingnya foto produk yang baik, tips foto produk di rumah hanya dengan menggunakan *smartphone*, hingga cara editing foto produk. Selanjutnya, dilaksanakan praktik foto produk berbagai macam makanan dan minuman menggunakan *smartphone* dengan bantuan cahaya matahari. Dalam pengaplikasiannya digunakan properti sederhana seperti kertas karton putih dan hitam. Saat melakukan praktik foto produk ini, diajarkan cara mengambil foto produk yang benar mulai dari pemilihan konsep foto, pengambilan sudut foto, hingga pengaturan pencahayaan. Setelah selesai melaksanakan praktik pengambilan foto, dilanjutkan dengan praktik edit foto melalui aplikasi lightroom dan canva. Selain itu, juga diajarkan cara menghapus *background* foto melalui website <https://www.remove.bg/>. Di penghujung acara, dilangsungkan acara penutupan dengan penyerahan sertifikat kepada peserta pelatihan sebagai simbolis.



Gambar 5. Penyampaian Materi *Personal Branding* dan Praktik Foto Produk

Sebagai bahan evaluasi, diberikan gform kepada peserta pelatihan untuk dijadikan umpan balik. Selanjutnya dilakukan pemantauan selama tiga hari terhadap dua UMKM yang dinilai lebih membutuhkan bimbingan, yaitu UMKM Mak Mol Kitchen dan UMKM Sari Lerak Sedjati. Pemantauan ini menghasilkan *outcome* yang dapat dirasakan oleh mitra (UMKM Mak Mol Kitchen dan UMKM Sari Lerak Sedjati) antara lain :

1. UMKM Mak Mol Kitchen

- a) Penetapan nama usaha. Sebelumnya, nama UMKM Mak Mol Kitchen masih samar, tergantung pada produknya. Kadang disebut Es Kopyor Mak Mol atau UMKM Bu Elly. Padahal, ada beberapa produk makanan dan minuman lain yang dijual. Untuk itu, Kelompok 43 memberikan solusi untuk membuat nama usaha yaitu “Mak Mol Kitchen”.
- b) Pembuatan logo usaha. Sebelumnya, pemilik usaha membuat logo yang berbeda untuk masing-masing produk. Hal ini menyebabkan kesulitan pada pemilik usaha dalam memikirkan konsep logo untuk produk berikutnya. Hal ini juga didasari permasalahan sebelumnya, yaitu tidak ada nama usaha. Untuk itu, Kelompok 43 memberikan solusi untuk membuat satu logo saja untuk semua produk.
- c) Pembuatan stiker usaha. Dikarenakan UMKM Mak Mol Kitchen sudah memiliki nama dan logo yang baru, maka Kelompok 43 membantu pembuatan desain stiker yang baru.



Gambar 4. Desain Stiker Baru UMKM Mak Mol Kitchen

- d) Pelaksanaan foto produk. Setelah pembuatan stiker, dilaksanakan foto produk UMKM dilanjutkan dengan editing berdasarkan pelatihan yang sudah didapatkan sebelumnya.

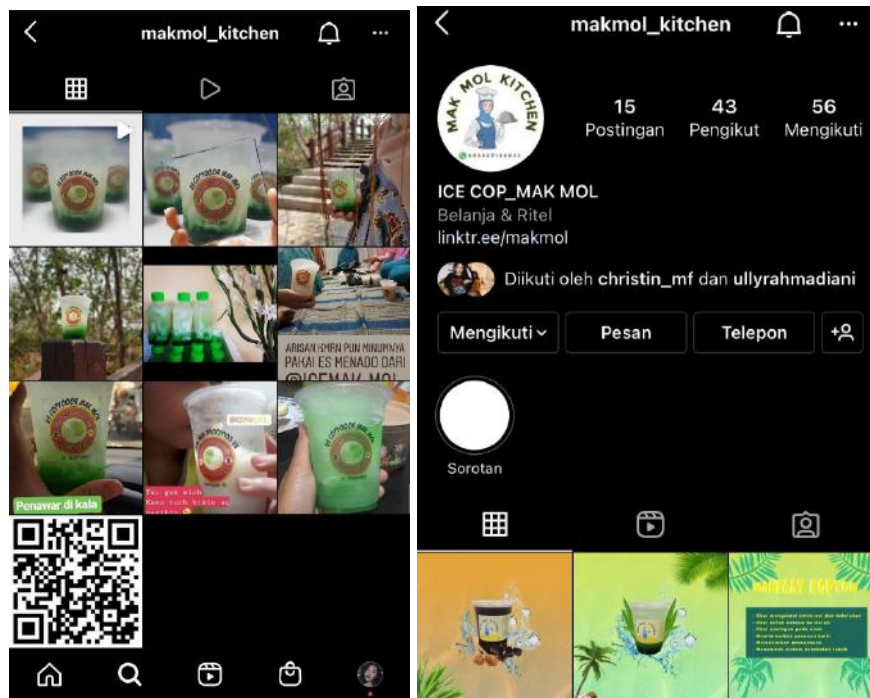


Before

After

Gambar 6. Perbandingan Foto Produk UMKM Mak Mol Kitchen Sebelum dan Sesudah Pelatihan

- e) Perbaikan *Feeds* Instagram. Setelah melaksanakan foto produk dan editing, foto tersebut diupload ke Instagram. Dikarenakan foto produk yang baru sudah memiliki konsep, *feeds* yang dihasilkan terlihat lebih menarik. Hal ini juga dibantu dengan penulisan *copywriting* yang baik dan benar.



Before

After

Gambar 7. Perbandingan *Feeds* Instagram UMKM Mak Mol Kitchen

2. UMKM Sari Lerak Sedjati

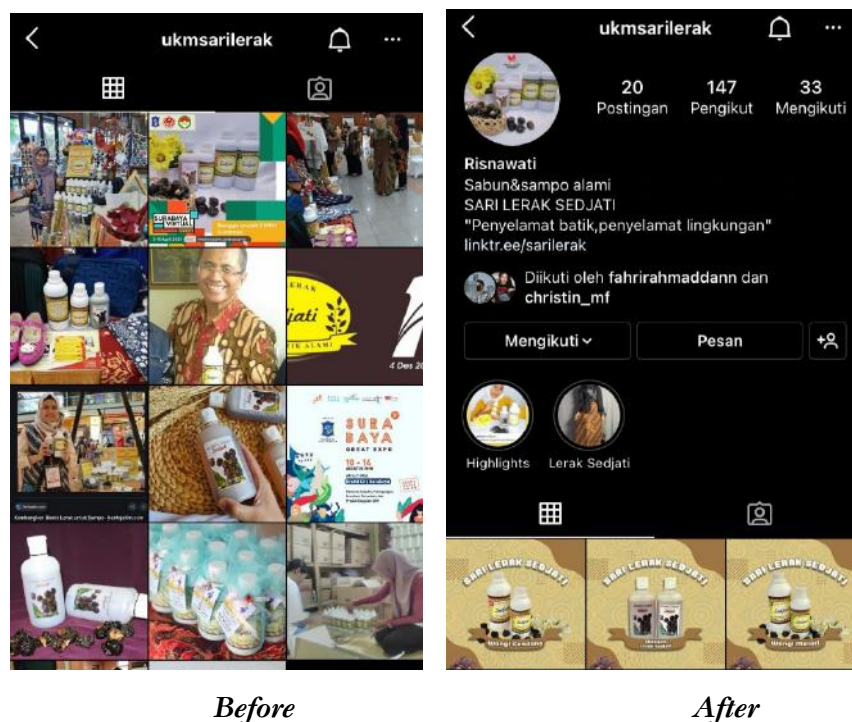
UMKM ini sudah cukup lama berjalan, maka tidak terlalu banyak yang perlu diperbaiki. Beberapa hal yang diperbaiki, antara lain :

- a. Pelaksanaan foto produk. Sebelumnya, UMKM Sari Lerak Sedjati belum menerapkan teknik pengambilan foto yang baik. Untuk itu, dilaksanakan foto produk UMKM dilanjutkan dengan editing berdasarkan pelatihan yang sudah didapatkan sebelumnya.



Gambar 8. Perbandingan Foto Produk UMKM Sari Lerak Sedjati

- b. Perbaikan *Feeds* Instagram. Setelah melaksanakan foto produk dan editing, foto tersebut kemudian diupload ke Instagram sama seperti UMKM Mak Mol Kitchen. Dikarenakan foto produk yang baru sudah memiliki konsep, *feeds* yang dihasilkan terlihat lebih menarik. Hal ini juga dibantu dengan penulisan *copywriting* yang baik dan benar.



Gambar 9. Perbandingan *Feeds* Instagram UMKM Sari Lerak Sedjati

Pelaksanaan Pelatihan ini, KKN Kelompok 43 juga menghadapi kendala-kendala yang tidak dapat dihindari antara lain :

1. Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung mengakibatkan kegiatan pelatihan ini tidak boleh mengundang terlalu banyak peserta. Sehingga, hanya ada 15 UMKM yang menjadi peserta dalam pelatihan ini.
2. Pelaku UMKM di Kelurahan Manukan Kulon cenderung merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh ibu rumah tangga. Hal ini menyebabkan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan tidak berjalan sesuai *rundown* akibat keterlambatan beberapa peserta.
3. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM, khususnya terhadap teknologi mengakibatkan pelatihan ini berlangsung lebih lama dari seharusnya. Hal ini juga berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan para pelaku UMKM terhadap materi yang banyak mengandung istilah bahasa Inggris.

Kesimpulan dan Saran

Melihat keadaan UMKM di kelurahan Manukan Kulon yang belum terdigitalisasi maka kelompok 43 KKN yang berasal dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengadakan *workshop* dengan mengangkat tema “Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Digitalisasi UMKM”. Berdasarkan hasil survei, kelompok 43 KKN memfokuskan *workshop* pada *digital marketing*, *digital payment*, serta foto produk yang dilaksanakan pada tanggal 20 – 22 April 2022 dengan mengundang 15 UMKM di Kelurahan Manukan Kulon. Diakhirinya *workshop*, kelompok 43 KKN telah melakukan pemantauan kepada dua UMKM yang dinilai lebih membutuhkan bimbingan, yaitu UMKM Mak Mol Kitchen dan Sari Lerak Sedjati. Berdasarkan hasil pemantauan didapati bahwa kedua UMKM tersebut berhasil mengembangkan bisnisnya mulai dari *branding* hingga foto produk yang lebih kreatif. Kedua UMKM tersebut juga sudah mulai mengaktifkan kembali media sosialnya dan merubah desain *feeds* mereka menjadi lebih menarik. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pelatihan serta *workshop* yang diberikan oleh kelompok 43 KKN mengenai digitalisasi UMKM berhasil merubah UMKM yang awalnya masih konvensional menjadi digital. Diharapkan perkembangan ini dapat terus dipertahankan dan menjadi awal baru bagi UMKM di Kelurahan Manukan Kulon untuk berjuang mempertahankan usahanya dan menghidupkan ekonomi kerakyatan melalui digitalisasi. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok 43 KKN, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk menyelesaikan digitalisasi UMKM:

1. Setiap UMKM harus sering melakukan peninjauan materi dan juga berlatih terkait praktik yang telah diberikan selama kegiatan *workshop*.
2. Perangkat desa harus sering melakukan evaluasi perkembangan setiap UMKM dan melakukan penilaian terstruktur untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki agar digitalisasi UMKM
3. Kelompok 43 KKN sebagai pelaksana KKN tetap memantau perkembangan UMKM serta tetap memberikan informasi seperti webinar kewirausahaan, informasi pameran, dan informasi lain untuk pengembangan UMKM.

Ucapan Terimakasih

Perlu diketahui bahwa kegiatan *workshop* yang diselenggarakan oleh Kelompok 43 KKN tidak akan berhasil dengan tanpa dukungan dari segala pihak. Untuk itu, kami mengucapkan

terima kasih kepada seluruh perangkat Kelurahan Manukan Kulon yang telah membantu kami merealisasikan acara ini. Serta kami ucapkan terima kasih atas bimbingan dan Dosen Pembimbing Lapangan kami yaitu Dewi Puspa Arum S.Pd., M.Pd serta LPPM UPN “Veteran” Jawa Timur sehingga kami mampu menyukseskan acara ini. Tidak lupa kami haturkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu atas segala bantuan dan kontribusi yang diberikan sehingga acara ini dapat berjalan dengan baik. Sekian semoga acara *workshop* dengan tema “Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Digitalisasi UMKM” dapat membawa manfaat bagi seluruh para pelaku UMKM.

Referensi

- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, Vol.1. No.1.
- Gaol, CHR. Jimmy L, 2014. A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia) Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis, PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- Peter Montoya, T. V. (2008). The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace. New York: McGraw Hill Professional.
- Singh, R.K., 2011. Developing the framework for coordination in supply chain of SMEs. Business Process Management Journal. DOI 10.1108/14637151111149456.
- Tarute, A. and Gatautis, R., 2014. ICT impact on SMEs performance. Procedia-social and behavioral Sciences, 110, pp.1218-1225.