



Persepsi Mahasiswa Terkait Kemampuan Mendirikan Usaha di Sukabumi

Amelia Pitriyani¹, Dinda Nur Annisa²

¹Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia
Jl. Masjid No. 41-43, Kota Sukabumi, 43112, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia
Jl. Masjid No. 41-43, Kota Sukabumi, 43112, Indonesia

Riwayat artikel:

Diterima: 2023-01-12

Revisi: 2023-05-11

Diterima: 2023-05-16

✉ Penulis yang sesuai:

Amelia Pitriyani: Telp. 085777678723

Email: ameliafitriyani2002@gmail.com

Abstract

The small number of SMEs is caused by untrained human resources. In order for SMEs to develop, human resources must also be qualified. Therefore, SMEs owners and workers must have managerial skills, abilities and knowledge. This study begins with a general theoretical framework on perceptions, SMEs and employment factors. The purpose of this study was to determine student perceptions about the ability to establish SMEs in Sukabumi and also to determine the positive impact of the SMEs sector both in the short and long term. This study uses a descriptive qualitative approach. The subjects of this study were students from the Wiyata Indonesia Institute of Management, Muhammadiyah University of Sukabumi, Nusa Putra University and Sukabumi Open University. The results showed that students' perceptions of SMEs were better than large companies in terms of quality and management relationships, authority and participation in decision making. College graduates have the potential to become suitable and valuable resources for the development of SMEs.

Keywords: Perception, Students, Human Resources, SMEs

JEL Classification: A10, A21, A30

1. Pendahuluan

Mahasiswa adalah generasi muda yang dapat membawa perubahan dari waktu ke waktu. Mahasiswa harus dapat lebih berperan aktif dalam pengembangan UMKM di masyarakat, sehingga perusahaan besar tidak lagi mendominasi kegiatan bisnis. UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah berperan penting dalam mendukung pergerakan pembangunan dan perekonomian Indonesia. Dari sudut pandang pengusaha, UMKM adalah usaha atau badan usaha yang dikuasai oleh perorangan, rumah tangga atau usaha kecil. UMKM memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk membuka lapangan kerja baru (Eka et al., 2022). Menurut data UMKM yang dimiliki Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, tingkat pertumbuhan pelaku UMKM meningkat dari tahun ke tahun. Informasi ini diperkuat dengan jumlah pengusaha yang semula 0,18% dari penduduk Indonesia menjadi 3,7% dari total populasi (Digital & Aksi, 2021). Tingkat kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara

Asia Tenggara lainnya. Dimana negara tetangga seperti Malaysia dan Thailand memiliki tingkat kewirausahaan masing-masing sekitar 4,74% serta 4,2%. (Sedyastuti, 2018)

Perkembangan UMKM sendiri akan semakin baik jika semua komponen masyarakat termasuk perguruan tinggi dan mahasiswa dilibatkan. Wujud sebenarnya dari pendidikan tinggi adalah penerapan ilmu kewirausahaan. Tidak hanya teori tetapi juga dalam pengaplikasiannya (Hamza & Agustien, 2019). Dengan cara ini, mahasiswa mendapatkan pengalaman nyata dan mengetahui dunia bisnis dari dalam. Pengalaman ini nantinya dapat digunakan sebagai bantuan untuk mengelola dan mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah. (Rindrayani, 2016)

Untuk pengembangan UMKM, sumber daya manusia juga harus berkualitas. Oleh karena itu, pemilik UMKM, serta setiap staf yang bekerja di UMKM, harus memiliki keahlian pengetahuan, keterampilan, dan keahlian manajemen (Elwisam & Lestari, 2019). Lulusan perguruan tinggi (sarjana) memiliki potensi untuk menjadi sumber daya yang cocok dan berharga bagi pengembangan usaha Kecil dan Menengah. Dalam perkuliahannya, mereka mendapatkan ilmu dan keterampilan yang dapat diterapkan di UKM.

Ketika para sarjana bekerja di UMKM, sektor ini memiliki dampak positif. Manfaat ini dapat dikelompokkan berdasarkan jangka waktu. Dalam jangka pendek, UMKM setidaknya bisa langsung memanfaatkan keterampilan lulusan. Berkat pendidikan universitas, para sarjana memiliki kesempatan untuk belajar dengan cepat, melihat gambaran umum masalah dan bekerja dalam kelompok maupun individu (Neo-bis et al., 2014). Masalah-masalah ini dapat membantu UMKM mengenali dan beradaptasi dengan perubahan di pasar. Dalam jangka menengah, sarjana membantu meningkatkan kemampuan UMKM untuk meningkatkan kinerja dan inovasi bisnis. Mereka dapat menawarkan ide dan menemukan cara baru yang lebih baik untuk menggantikan cara kerja lama. Terlebihnya UMKM yang memberikan pekerjaan jangka panjang kepada karyawan dengan pendidikan tinggi memiliki hasil usaha dan produktivitas yang baik (Marliana, 2018). Oleh karena itu, penelitian tentang "Persepsi Mahasiswa Terkait Kemampuan Mendirikan Usaha di Sukabumi" diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

2. Kajian Pustaka

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang membuat kita sadar akan banyaknya stimulus atau rangsangan yang mempengaruhi indera kita (Budiman & Artikel, 2022). Menurut Sarlito, persepsi terjadi ketika suatu rangsangan diterima dari dunia luar, yang ditangkap oleh alat bantu, yang kemudian masuk ke dalam otak (Jalal et al., 2022). Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang ketika mereka memahami informasi tentang lingkungannya baik melalui penglihatan, pendengaran, penilaian, perasaan dan penciuman. (Effendy & Sunarsi, 2020)

Menurut pengertian psikologi, persepsi dapat diartikan sebagai proses penerimaan, penafsiran, pilihan dan pemahaman melalui panca indera. Dalam arti lain, persepsi diartikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang dapat menjelaskan sesuatu berdasarkan segala rangsangan yang diterima dan dapat juga dipengaruhi oleh peristiwa masa lalu. (Wijayanti & Ekowati, 2022)

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah istilah umum dalam kehidupan ekonomi yang mengacu pada dunia usaha ekonomi produktif yang dimiliki secara pribadi atau badan usaha menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Hendrawan et al., 2019). UMKM dapat berarti usaha perorangan, rumah tangga atau usaha kecil. Klasifikasi UMKM didasarkan pada batasan siklus pendapatan tahunan, ukuran neraca, dan jumlah karyawan. UMKM merupakan bagian dari perekonomian negara yang mandiri dari sudut pandangnya dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. UMKM dapat menopang perekonomian Indonesia di tengah krisis ekonomi, dalam hal ini UMKM sendiri memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. UMKM juga dianggap sebagai roda perekonomian negara yang penting karena menyerap tenaga kerja terbesar dan menghasilkan produk domestik bruto (PDB) terbesar. (Wiyata et al., 2023)

Penelitian yang secara khusus membahas ketertarikan seorang sarjana untuk bisa bekerja di sektor UMKM masih sangat terbatas (Hart and Barrat, 2009). Di Indonesia belum pernah ada kajian tentang bagaimana mahasiswa bisnis memandang pilihan karir seperti pengusaha, UMKM atau perusahaan besar. Survei Kegiatan Litbang Kompas lebih fokus pada pemetaan peluang bisnis yang diminati mahasiswa. Studi sebelumnya yang mencoba membandingkan minat mahasiswa untuk bekerja di UMKM dengan industri lain hanya dilakukan di beberapa tempat. (Lili Marlinah, 2020)

Faktor Pekerjaan di Sektor UMKM

Penelitian khususnya tentang minat mahasiswa sarjana untuk bekerja di sektor UMKM masih sangat terbatas (Hart dan Barrat, 2009). Hanya sedikit penelitian sebelumnya yang mencoba membandingkan minat mahasiswa untuk bekerja di UMKM dengan industri lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bekerja di UMKM setelah lulus dipilih ketika mahasiswa tidak berhasil bergabung dengan industri lain yang dianggap paling menjanjikan. Sebagian besar mahasiswa ingin bekerja di perusahaan besar dan instansi pemerintah setelah lulus (Zahrah & Wijaya, 2019). Vilathuvahna serta Nugroho (2015) melakukan penelitian terhadap mahasiswa di Universitas Trunojoyo dan menemukan bahwa hanya 17% mahasiswa yang ingin berwirausaha setelah lulus, sedangkan sisanya (83% mahasiswa) ingin menjadi PNS, dosen, jurnalis dan bekerja di tempat lain. (Marliana, 2018)

Jurusan selama kuliah juga diyakini mempengaruhi minat mahasiswa untuk bergabung dengan UMKM. (Neo-bis et al., 2014) menemukan bahwa lulusan sekolah bisnis di Belanda lebih tertarik untuk bekerja di sektor UKM dibandingkan mahasiswa dari jurusan lain. Sebagian besar mahasiswa dari jurusan lain lebih tertarik untuk bekerja di perusahaan besar. Namun jika kondisinya memungkinkan, mahasiswa dari jurusan lain bersedia mempertimbangkan kembali pilihannya untuk bergabung dengan UKM. (Marliana, 2018)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini mahasiswa dari Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Universitas Nusa Putra dan Universitas Terbuka Sukabumi ikut dalam kajian tersebut, khususnya mahasiswa aktif. Penelitian dilakukan pada bulan November hingga Desember 2022. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek pasar dan pemasaran. Dengan kondisi tersebut, untuk memperingkas proses penelitian maka solusi yang bisa dilakukan untuk peneliti ialah hanya mengambil data dari 4 universitas di Kota Sukabumi dengan berjumlah 8 mahasiswa. Maka, 4 universitas tersebutlah pada dasarnya adalah sampel yang berhasil dihimpun dalam penelitian.

Aspek pasar pada studi kelayakan usaha serta investasi membahas besarnya permintaan penawaran dan harga. Permintaan serta penawaran dilakukan dengan menggunakan metode proyeksi selama beberapa tahun kedepan. Tujuannya ialah untuk mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar (Yanuar, 2016). Dalam aspek pasar mempelajari pemasaran, permintaan, bentuk pasar, pengukuran pasar dan peramalan. Sedangkan aspek pasar adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler). Dalam hal pemasaran, analisis yang paling penting adalah segmentasi pasar, target pasar, penentuan posisi pasar, analisis persaingan dan bauran pasar.

4. Hasil

Tabel 1. Daftar Informan

Nama Informan	Profesi	Keterangan
Silvia	Mahasiswa	Mahasiswa Institut Manajemen Wiyata Indonesia
Roy Roya	Mahasiswa	Mahasiswa Institut Manajemen Wiyata Indonesia
Annisa	Mahasiswa	Mahasiswa Institut Manajemen Wiyata Indonesia
Meri Anjani	Mahasiswa	Mahasiswa Universitas Nusa Putra
Firda Azzahra	Mahasiswa	Mahasiswa Universitas Nusa Putra
Nandita Afrilia	Mahasiswa	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Sukma	Mahasiswa	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Lyra Putri	Mahasiswa	Mahasiswa Universitas Terbuka Sukabumi

Berdasarkan tabel di atas, ditunjukkan hasil wawancara dilakukan dari beberapa informan mahasiswa yang berasal dari beberapa perguruan tinggi di Sukabumi, diantaranya yaitu Silvia, Roy Roya dan Annisa dari Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Meri Anjani dan Firda Azzahra dari Universitas Nusa Putra, Nandita Afrilia dan Sukma dari Universitas Muhammadiyah Sukabumi, dan Lyra Putri Aisyiah dari Universitas Terbuka Sukabumi. Diperoleh dari 8 informan yang merupakan mahasiswa yang sudah memperoleh mata kuliah kewirausahaan atau mata kuliah lainnya yang berhubungan dengan kewirausahaan.

Wawancara mendalam ini, bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebelumnya yaitu: a) Perlu atau tidaknya mendirikan UMKM? b) Hal apa saja yang perlu diperhatikan sebelum mendirikan UMKM c) Faktor apa saja yang paling menentukan keberhasilan UMKM? d) Bagaimana peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian Indonesia e) Bagaimana strategi dalam membangun sebuah UMKM?

5. Pembahasan

UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM dinilai memiliki fleksibilitas keuangan yang tinggi untuk mendukung stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Mengingat beberapa kasus dalam beberapa tahun terakhir, durasi perekonomian Indonesia dipersingkat, dan keberadaan UMKM menjadi salah satu faktor pemulihan perekonomian Indonesia. Porsi UMKM dalam PDB negara juga tinggi, 61,97 %. Meri Anjani menjawab pertanyaan peneliti apakah perlu mendirikan UMKM atau tidak.

“Karena ini persepsi mahasiswa, saya sebagai mahasiswa melihat perlu untuk kita mendirikan UMKM. Apalagi kita mahasiswa yang ingin memiliki penghasilan tambahan atau sampingan. Tapi jangan *cuman* perlu atau mau *aja gitu*, kita juga harus *punya* jiwa *entrepreneur* yang intinya kita harus *udah* tau bisnis kita *tuh* tantangan kedepannya *kaya* gimana, resikonya seperti apa. Sehingga bisnis kita berjalan itu kita tidak kaget yang nantinya *tuh* paitnya berhenti di tengah jalan. Jadi *kalo* kita *udah* ngerti, kita *udah* siap, insyaallah bisnisnya pasti lancar dan maju.”

Indonesia berpotensi menjadi basis ekonomi nasional yang kuat karena banyaknya jumlah UMKM, khususnya usaha mikro, dan kemampuan menyerap tenaga kerja yang sangat besar. Usaha mikro terbukti kuat menghadapi krisis ekonomi berkat perputaran transaksi yang cepat, penggunaan produksi dalam negeri dan bersentuhan langsung dengan kebutuhan terpenting masyarakat. Pemerintah menyadari peluang UMKM. Oleh karena itu pemerintah mengambil kebijakan untuk memperkuat kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat berkembang menjadi usaha menengah. (Bismala, 2007)

Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Mendirikan UMKM

Sebelum memulai UMKM, sebaiknya dilakukan pengujian ulang terlebih dahulu agar kita dapat melihat cara untuk memperbaiki ide yang sudah ada. Segmentasi juga harus diperhatikan, karena dalam menentukan segmentasi pasar, kita mengetahui apa target pasarnya, dimana letaknya, berapa harga, produk dan pesaingnya, kita membuat iklan yang jelas, kita membuat promosi yang menarik dan juga harus konsisten (Hendriadi et al., 2019). Firda Azzahra menanggapi pertanyaan peneliti tentang hal apa saja yang perlu diperhatikan sebelum mendirikan UMKM.

“Persepsi saya sebagai mahasiswa yang perlu kita perhatikan jika hendak mendirikan UMKM adalah dengan melakukan riset terlebih dahulu *trial and errornya*, kita juga harus bisa melihat peluang untuk bisa bersaing dengan pelaku UMKM yang lain. Dengan cara kita mengubah ide yang sudah ada menjadi lebih baik lagi. Itu pun bisa kita gunakan juga sebagai peluang, karena berinovasi itu sangat penting buat menjadi ciri khas dari apa yang akan kita jual.”

Pelaku UMKM sendiri saat ini semakin marak, para operator generasi muda juga mulai mengembangkannya. 73% pemuda Indonesia tertarik berwirausaha. Memulai bisnis di usia muda merupakan langkah yang baik dan bisa menjadi sumber penghasilan pribadi. Bahkan dengan mengikutsertakan pelaku UMKM kita bisa menciptakan lapangan kerja baru bagi orang lain. tidak perlu takut untuk memulai usaha, kita bisa memulainya dengan memperhatikan beberapa tips diatas.

Faktor Penentu Keberhasilan UMKM

Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha telah berkembang dari hasil sebelumnya dan telah menjadi bagian penting dari usaha dimana segala aktivitas diarahkan menuju keberhasilan. Keberhasilan dan/atau kegagalan suatu bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor eksternal dan internal. Faktor internal yang mempengaruhi adalah kemauan, kemampuan dan kelemahan Anda. Pada saat yang sama, faktor eksternal adalah kemampuan dan peluang bisnis yang terlibat. Lyra Putri menjawab pertanyaan peneliti tentang faktor apa yang paling menentukan keberhasilan UKM.

“Menurut saya, faktor pertama keberhasilan UMKM itu dari relasi. Mengapa? Karena dengan bantuan teman-teman terdekat, saudara-saudara dll. Akan membantu usaha kita berjalan dengan baik. Karena secara tidak langsung mereka akan mempromosikan usaha kita dengan caranya masing-masing.”

Keberhasilan UKM berasal dari promosi yang hasilnya dapat mengubah sikap dan tingkat pembeli yang sebelumnya tidak dikenal, meskipun konsumen memiliki daya beli, kesadaran dan pengetahuan tentang produk, calon konsumen mengingat produk yang kita jual. Modal yang besar atau cukup dapat menunjang produksi dengan lebih baik, modal yang besar juga mendukung strategi pemasaran yang baik. karena kalau tidak ada modal sudah pasti pemasarannya kurang bagus, sehingga berpengaruh pada pendapatan. (Di & Bogor, 2019)

Peran UMKM Bagi Perekonomian Indonesia

UMKM tentunya memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Dapat dikatakan bahwa UMKM berperan dalam pemerataan tingkat ekonomi masyarakat kecil. UMKM juga merupakan pendukung penting mobilitas dan pertumbuhan ekonomi dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan jumlah UMKM yang sangat banyak dibandingkan dengan usaha lainnya. UMKM menyumbang 61,97% dari produk domestik bruto dan 96,9% dari lapangan kerja nasional (Mikro & Menengah, 2017). Roy Roy menanggapi pertanyaan peneliti tentang bagaimana peran UMKM pada meningkatkan perekonomian Indonesia.

“Menurut saya sebagai mahasiswa, peran UMKM dalam meningkatkan perenomialan Indonesia dengan cara para penjual harus lebih konsisten dan mempromosikannya ke luar negeri supaya Indonesia tidak ketinggalan.”

Memiliki pemerintah yang menyambut baik UMKM semakin mendongkrak perekonomian Indonesia, misalnya banyak pengusaha yang berinvestasi di UMKM untuk menciptakan hubungan timbal balik dengan perekonomian Indonesia, menciptakan lapangan kerja dan juga berkontribusi terhadap

pertumbuhan produk lokal/dalam negeri. UMKM juga disebut sebagai roda penting perekonomian negara, karena mereka mempekerjakan tenaga kerja terbesar dan memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Strategi Pengembangan UMKM

Dalam memulai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM, kita perlu mengetahui langkah-langkah sederhana atau strategi bisnis UMKM yang efektif selain persiapan modal dan persiapan produk. Sukma menjawab pertanyaan peneliti tentang strategi pembinaan UMKM. Sukma menanggapi pertanyaan peneliti tentang bagaimana strategi dalam membangun sebuah UMKM.

“Menurut pendapat saya *nih* dengan kita cari *tau* peluang apa aja yang sedang disukai di pasar, lalu kita sebagai pelaku UMKM harus bisa memenuhi apa yang disukai dari pasar dan mengembangkan suatu produk dengan berbagai inovasi untuk menarik perhatian pembeli. *Gak cuman itu aja*, branding juga perlu. Jadi meskipun UMKM yang *notabenenya* disebut usaha kecil tapi kita harus mampu *membrand* produk kita, kalau produk kita itu *punya value* yang bisa menarik konsumen”

Memikirkan produk yang disukai konsumen, produk tersebut dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan pasar yaitu. menciptakan produk yang unik. dan sebelum meluncurkan kampanye, Anda harus terlebih dahulu membuat produk yang unik dibandingkan dengan produk lain. Berinovasi dan berinovasi memang diperlukan untuk pengembangan bisnis, namun referensi dasar bisnis tetap diperlukan agar brand awareness dapat diterima baik oleh konsumen maupun target pasar. (Kasus et al., 2020)

6. Kesimpulan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa umkm atau usaha mikro kecil dan menengah sangat penting bagi mahasiswa yang ingin memasuki dunia usaha. Karena umkm berperan penting dalam mendukung pergerakan serta perkembangan perekonomian indonesia. Dalam hal kualitas dan hubungan manajemen, wewenang dan partisipasi dalam pengambilan keputusan, persepsi mahasiswa terhadap UMKM dinilai lebih baik daripada perusahaan besar. Oleh karena itu, UMKM menjadi pilihan yang menarik bagi mahasiswa yang ingin memasuki dunia usaha.

Batasan dan saran

Hasil penelitian tentang persepsi mahasiswa terkait kemampuan mendirikan usaha merupakan topik yang menarik untuk dijelajahi. tetapi, untuk membatasi penelitian, fokus penelitian ini terbatas pada mahasiswa yang sedang menjalani program pendidikan di perguruan tinggi serta lingkungan kampus atau sekitarnya. Metode kualitatif atau kuantitatif bisa digunakan tergantung pada tujuan serta sasaran penelitian. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya ialah melakukan penelitian yang lebih luas dengan

mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa, dan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi mahasiswa untuk mendirikan usaha. Penelitian longitudinal juga bisa dilakukan untuk memahami perubahan persepsi mahasiswa selama berkuliah dan setelah lulus. Selain itu, perbedaan persepsi mahasiswa dari disiplin ilmu yang berbeda dapat pula dieksplorasi. Terakhir, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk mengambil kursus atau pelatihan kewirausahaan dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi persepsi mereka tentang kemampuan mendirikan usaha.

Referensi

- Bismala, L. (2007). *Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah*. 19–26.
- Budiman, A., & Artikel, I. (2022). *Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan untuk mendirikan usaha dan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah dukungan untuk kompetensi*. 2433.
- Di, U., & Bogor, K. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan umkm (studi kasus pada umkm di kota bogor)*. 165–174.
- Digital, E., & Aksi, M. (2021). *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Systematic Review: Strategies for Empowering UMKM Subject Toward a. 1*, 1–13.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 702–714. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571/248>
- Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, T., Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, R., & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 39–44. <https://doi.org/10.29259/jscs.v3i1.56>
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Hendrawan, A., Kuswanto, F., & Suchayawati, H. (2019). *Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 2(1990), 25–36.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). *PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN KARAWANG*. 4(2), 120–125.
- Jalal, N. M., Syam, R., & Jafar, E. S. (2022). *Persepsi Mahasiswa Tentang Peluang Kerja*. 6, 9138–9145.
- Kasus, S., Pt, P., & Burni, M. (2020). *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global*. 19(3), 293–308.
- Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Marliana, E. (2018). Ketertarikan dan Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis untuk Bekerja di Usaha Kecil Menengah. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 11(1), 33. <https://doi.org/10.26740/bisma.v11n1.p33-46>
- Mikro, U., & Menengah, D. A. N. (2017). *PERAN UMKM*. 11(1), 33–64.
- Neo-bis, J., Chrismardani, Y., Manajemen, D. J., & Madura, U. T. (2014). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*: 8(2), 176–189.
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Pengembangan Umkm Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi (Senmea)*, 259–269.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Wijayanti, A., & Ekowati, L. (2022). Pengaruh Pendidikan Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Persepsi

Mahasiswa tentang Kepatuhan Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi *Akuntansi Dan Manajemen PNJ*.

Wiyata, T., Jaya, U. A., Yildiza, R. S., Info, A., & History, A. (2023). *Analisis Price dan Product Quality terhadap Customer Loyalty UMKM Kuliner*. 6, 195–201.

Yanuar, D. (2016). *Dony Yanuar Analisis Kelayakan Bisnis Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar , Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang Dony Yanuar Analisis Kelayakan Bisnis. II(1)*, 41–51.

Zahrah, A., & Wijaya, P. A. (2019). Manfaat Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Terhadap Unemployment Rate. *Society*, 10(2), 110–1016. <https://doi.org/10.20414/society.v10i2.1783>