

PELATIHAN PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Rosnaini Daga¹, Karta Negara Salam², Natsir Muhammad³, Aulia Alwi⁴, Khairina Rosyadah⁵, Ceskakusumadewi B⁶, Wahyuningsih⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Institut Bisnis dan Keuangan Nitro, Makassar
e-mail: rosnaini.daga79@gmail.com

ABSTRACT

The era of the industrial revolution 4.0 gave rise to opportunities and challenges for business actors, especially MSMEs, which have made a major contribution to the Indonesian economy. However, the readiness of MSMEs in responding to the dynamics and developments in the business environment is still lacking. The low mastery of technology for MSMEs makes MSMEs very limited in marketing their products. This community service activity was carried out at the Productivity Improvement Center (BPP Kendari) office and was attended by 75 MSME actors from Kendari City. To provide an understanding of the Industrial Revolution 4.0, the opportunities and challenges that arise, and how to respond to existing phenomena. This activity also aims as a medium for exchanging information and experiences for MSMEs in running their business. Business transformation is an important keyword in responding to the changes that occur. Apart from that, increasing knowledge and skills such as people management, collaboration and negotiation skills, creativity, critical thinking, and emotional intelligence are other solutions that must be owned in order to survive and compete in the existing business environment. In the industrial era 4.0, MSMEs must be able to adapt to technology, because only MSMEs that are able to adapt can survive. In addition, MSMEs must be able to improve their quality, must be more productive in order to survive

Keywords: Productivity, UMKM, Industrial Revolution 4.0

ABSTRAK

Era revolusi industri 4.0 memunculkan peluang dan tantangan bagi pelaku usaha khususnya UMKM yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Akan tetapi kesiapan UMKM dalam merespon dinamika dan perkembangan lingkungan bisnis masih kurang. Rendahnya penguasaan teknologi bagi UMKM membuat UMKM sangat terbatas dalam memasarkan produknya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kantor Balai peningkatan Produktifitas (BPP Kendari) dan dihadiri sebanyak 75 pelaku UMKM dari Kota Kendari. Untuk memberikan pemahaman tentang revolusi Industri 4.0, peluang dan tantangan yang ditimbulkan, serta cara merespon fenomena yang ada. Kegiatan ini juga bertujuan sebagai media pertukaran informasi dan pengalaman bagi UMKM dalam menjalankan bisnis mereka. Transformasi bisnis menjadi kata kunci penting dalam merespon perubahan yang terjadi. Selain itu peningkatan pengetahuan dan ketrampilan seperti people management, kemampuan kolaborasi dan negosiasi, kreatifitas, berpikir kritis, dan emotional intelligence menjadi solusi lain yang harus dimiliki untuk dapat bertahan hidup dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang ada. Di era industri 4.0 UMKM harus mampu beradaptasi dengan teknologi, karena hanya UMKM yang mampu beradaptasi yang dapat survive. Selain itu UMKM harus mampu memperbaiki kualitasnya, harus lebih produktif agar tetap dapat bertahan

Kata kunci: Produktifitas, UMKM, Revolusi Industri 4.0

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi salah satu hal penting untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pemerintah Indonesia selaku pengatur resmi regulator usaha mikro, kecil, dan menengah, berperan aktif dalam membantu memajukan UMKM di Negara Indonesia. Berdasarkan UU Cipta Kerja Pasal 90 ayat 1 mewajibkan kepada pemerintah pusat dan pemerintah daerah untuk memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kemitraan usaha menengah dan besar dengan koperasi, usaha mikro, dan usaha kecil yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan *level* usaha. Teknologi informasi yang berkembang di era industri 4.0 sekarang, juga menjadi salah satu komponen penting bagi kemajuan UMKM di Indonesia.

Hal ini sejalan dengan UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup sehingga tidak hanya pihak UMK saja yang diuntungkan namun pihak usaha menengah dan usaha besar yang bermitra dengan UMK juga mendapatkan keuntungan.

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang secara terus menerus diupayakan oleh perusahaan untuk mempertahankan ataupun meningkatkan tingkat penerimaan produk oleh konsumen. Memperkenalkan produk baru dan atau produk yang telah diperbaharui merupakan suatu cara perusahaan untuk dapat survive dalam sebuah pasar, dimana faktor kebutuhan konsumen akan peningkatan nilai suatu produk menjadi kunci dan arahan bagi perusahaan dalam mengembangkan produknya.

Pengembangan produk memiliki beberapa tahapan berkaitan dengan prosesnya yaitu mulai dari ide sampai dengan tahap akhir yaitu berupa pemasaran (komersialisasi) produk. Dalam setiap tahapan proses yang ada dalam pengembangan produk akan dipengaruhi oleh berbagai faktor serta tujuan awal dilakukannya pengembangan produk tergantung dari jenis produk yang akan dikembangkan. Berkaitan dengan proses pengembangan produk ini maka perusahaan harus memperhatikan secara seksama dalam setiap tahapan proses yang dilakukan sehingga akan menghasilkan produk yang inovatif dan bermutu tinggi.

UMKM merupakan sektor yang tangguh menghadapi berbagai tekanan perekonomian. Dengan bahan baku dan/atau pemasaran yang berorientasi lokal (domestik) serta para pelakunya yang memiliki jiwa *entrepreneurship* yang militan, maka sektor ini telah menjadi salah satu penyelamat Indonesia pada saat terjadi krisis moneter 1997 dan krisis global 2008. Pada saat Indonesia berada dalam himpitan perlambatan ekonomi dunia terutama akibat perang dagang antara AS dan Cina tahun 2019, UMKM kembali menjadi bantalan perekonomian. Hal-hal tersebut di atas melatarbelakangi perlunya mengkaji pengembangan usaha UMKM dalam meraih keunggulan bersaing agar mampu bertahan pada era industri 4.0 saat ini. Kajian ini akan mengembangkan suatu model yang didasarkan pada RBV (*Resources Based View*) yang mengintegrasikan Kinerja Proses, Sumber Daya Fundamental, Kemampuan Peningkatan, dan Kemampuan Dinamis sebagai dasar dalam menerapkan strategi keunggulan bersaing dalam menghadapi industri 4.0.

Perancangan dan pengembangan produk adalah semua proses yang berhubungan dengan keberadaan produk yang meliputi segala aktivitas mulai dari identifikasi keinginan konsumen sampai fabrikasi, penjualan dan *delivery* dari produk (Budiatmo, 2020). Perancangan dan pengembangan produk menjadi suatu bagian dari proses inovasi dalam dunia bisnis. Melalui perancangan dan pengembangan produk diharapkan akan dihasilkan inovasi-inovasi produk baru yang mampu memberikan keunggulan tertentu didalam mengatasi persaingan dengan produk kompetitor. Selain itu pengembangan produk dilakukan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk mendapatkan keunggulan diferensial dalam suatu pasar yang nantinya akan digunakan oleh perusahaan sebagai alat bersaing dengan para pesaingnya di pasar. Maka dari itu untuk meraih sukses dalam melakukan pengembangan produk perlu memfokuskan pada tiga hal (Budiatmo, 2020):

Memusatkan perhatian kepada pelanggan

1. Memperoleh keuntungan diferensial melalui produk

2. Memasarkan produk secepat mungkin Produk adalah pemahaman yang subjektif Dari perusahaan atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Adapun tujuan dan solusi pelaksanaan pengabdian ini adalah :

1. Pemberian Pemahaman Pentingnya Pemasaran Produk.
UMKM sektor fashion di Kota Denpasar belum semuanya paham tentang pentingnya pemasaran digital secara komprehensif dan berkelanjutan sesuai dengan tren terkini. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah memberikan pemahaman kepada pelaku bisnis UMKM di semua.
2. Pentingnya social media marketing untuk memperkuat kemampuan promosi / pemasaran dan meningkatkan omset penjualan dan juga mendampingi membuat social media marketing secara komprehensif beserta isi iklan. Pentingnya Social Media Marketing Dalam Kegiatan Pemasaran Setelah mereka paham tentang pentingnya social media marketing secara komprehensif dan berkelanjutan, tentunya para pelaku bisnis UMKM di semua sektor mulai memasarkan produknya melalui semua social media marketing yang ada atau memaksimalkan penggunaannya. Berdasarkan kondisi yang ada, maka kegiatan pengabdian ini juga menawarkan kepada pelaku UMKM untuk mulai menggunakan media sosial secara lengkap dan membuat website marketing untuk mengkomunikasikan informasi produk, harga, discount harga, dan memudahkan transaksi penjualan.
3. Pembuatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Dari hasil wawancara pendahuluan dengan sepuluh pelaku bisnis UMKM sektor fashion mereka belum menggunakan semua media sosial sebagai alat pemasaran, sedangkan bisnis sudah bertransformasi menuju bisnis digital termasuk bisnis dengan skala kecil. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini juga akan membantu para pelaku bisnis UMKM sektor fashion yang ada untuk membuat berbagai platform media sosial yang ada seperti: Instagram, Facebook, Line, WhatsApp group, YouTube, sampai website bagi kelompok UMKM di Kota Kendari. Melalui cara adopsi social media marketing diharapkan produknya mampu menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Pendampingan dan Evaluasi Promosi Melalui Social Media Marketing Setelah UMKM sektor fashion memiliki social media marketing untuk promosi barang dagangannya, maka akan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan setiap sebulan sekali, mengecek ke lapangan, berdiskusi tentang perubahan yang terjadi. Kegiatan ini merupakan tahap evaluasi terhadap apa yang sudah ditawarkan, diimplementasikan, apakah sudah membawa dampak pada peningkatan omset penjualan dan jumlah pelanggan.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi ceramah yang disampaikan oleh narasumber dan *focus group discussion* untuk saling berbagi informasi dan pengalaman. Pelaksanaan Program yang pertama adalah dengan pelatihan dan ceramah, memberikan pemahaman tentang pentingnya melakukan promosi secara lengkap dan berkelanjutan. Kegiatan ini akan dilakukan dengan cara mengundang mereka / para pelaku UMKM pada satu tempat tertentu (ruang pertemuan) untuk diberi ceramah, berdiskusi, dan memberi contoh tentang pembuatan social media marketing secara lengkap. Program yang kedua adalah memberikan kesempatan kepada para pelaku UMKM untuk menyampaikan segala hambatan yang dihadapi dalam mengelola UMKM. Memberikan edukasi kepada UMKM tentang pembuatannya dengan mengundang orang yang ahli di bidang social media marketing, berdiskusi tentang konten iklan yang menarik, tata cara melakukan promosi di media sosial. Bagaimana proses promosi di Instagram, di Facebook, dan lain sebagainya. Program yang ketiga, yaitu berupa

pembuatan media sosial yang cocok digunakan untuk berpromosi, kegiatan ini menawarkan untuk membuat Instagram, Facebook, WhatsApp, Line dan cara menggunakan. Selanjutnya juga diberikan pelatihan tentang pembuatan social media marketing secara lengkap bagi kelompok usaha ini. Terakhir dibuatkan website untuk kelompok UMKM sehingga melalui website tersebut membantu UMKM menginformasikan tentang alamat usaha, produk-produk yang dijual selain seperti keragaman, harga, discount harga dan promosi lainnya yang bisa menarik konsumen. Pembuatan website ini, dikerjakan oleh tim dibantu oleh orang yang ahli Teknologi Informasi (TI). Selain pembuatan media sosial untuk promosi, UMKM juga dilatih membuat merek dan packaging produk, karena dengan packaging yang bagus dan nama merek yang mudah diingat akan mempengaruhi konsumen membeli Produk UMKM, apalagi jika dibarengi dengan kualitas yang baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Memasuki era Revolusi Industri 4.0 berdampak pada UMKM sebagai pembangun sektor ekonomi. Industri 4.0 mengacu pada konsep penggunaan *internet of things*, serta *smart and cloud based manufacturing*. Perubahan revolusi industri dihadapi dengan adanya *Making Indonesia 4.0* dengan salah satu prioritasnya pemberdayaan UMKM. Kendala pelaku UMKM dari permodalan, keterampilan manajerial, hingga penggunaan teknologi, sehingga diperlukan sebuah kesiapan UMKM dalam menghadapi Industri 4.0. Kesiapan UMKM mengacu pada konsep *e-readiness* untuk mengetahui kesiapan dalam mengadopsi, menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi. Tujuan penelitian berupa pengembangan model untuk mengidentifikasi kesiapan UMKM di Kota Kendari terhadap revolusi industri 4.0. Metode penelitian berupa penelitian deskriptif untuk mengembangkan model penelitian dalam mengidentifikasi kesiapan UMKM pada era revolusi industri 4.0, dengan metode random sampling dari 100 responden. Hasil Penelitian berupa pengembangan model penelitian dengan hasil survey yang menyatakan banyaknya pelaku UMKM berusia muda mampu beradaptasi dan menangkap peluang perkembangan masa kini dan permintaan pasar, namun tidak mengikuti komunitas UMKM menjadi perhatian khusus sehingga diperlukan upaya pendekatan lebih lanjut dalam mengembangkan industri UMKM di Kota Kendari, agar dapat dilakukan pembinaan (Sari et al : 2019)



Gambar 3.1 Hari pertama pelaksanaan pelatihan. Edukasi UMKM tentang Digital Marketing

Pada gambar 3.1 dapat dilihat bahwa peserta pelatihan, dalam hal ini adalah para Pelaku UMKM di Kota Kendari, sangat serius menyimak materi dari narasumber. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula kantor Balai peningkatan Produktifitas (BPP) Kendari. Pengabdian Masyarakat ini merupakan usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku

(sosial). Salah satu tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah Dalam rangka peningkatan produktivitas dan daya saing pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), para peserta diingatkan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat untuk meningkatkan perekonomian dan daya saing serta produktivitas.

Kemampuan untuk beradaptasi di era revolusi industri 4.0 mengharuskan UMKM untuk segera menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis yang berkembang. Berdasarkan konsep tersebut, kemampuan adaptasi terletak pada penekanan kemampuan UMKM untuk menerima, menafsirkan, dan menerjemahkan gangguan dari lingkungan luar ke dalam norma-norma internal yang mengarah pada kelangsungan hidup atau kesuksesan. Hasil penelitian berdasarkan tinjauan literatur dan hasil pencarian dokumen online menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi UMKM dalam program pelatihan dan bimbingan yang diberikan oleh pemerintah, keterlibatan dalam kelompok dan masyarakat dan peran pemilik sebagai pemimpin UMKM cukup baik dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan di era Revolusi Industri 4.0 (Respatiningsih et al:2020)



Gambar 3.2 Peserta pelatihan peningkatan produktivitas pelaku UMKM Kota Kendari

Para pelaku UMKM Kota Kendari menyampaikan beberapa pertanyaan terkait strategi yang harus dilakukan di era revolusi industri 4.0 agar UMKM tetap dapat survive. Dimana Revolusi industri merupakan perubahan cara hidup dan proses kerja manusia secara fundamental, dimana dengan kemajuan teknologi informasi dapat mengintegrasikan dalam dunia kehidupan dengan digital yang dapat memberikan dampak bagi seluruh disiplin ilmu. Dengan perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat mengalami terobosan diantaranya dibidang artificialintellegent, dimana teknologi komputer suatu disiplin ilmu yang mengadopsi keahlian seseorang kedalam suatu aplikasi yang berbasis teknologi dan melahirkan teknologi informasi dan proses produksi yang dikendalikan secara otomatis. Dengan lahirnya teknologi digital saat ini pada revolusi industri 4.0 berdampak terhadap kehidupan manusia diseluruh dunia. Revolusi industri 4.0 semua proses dilakukan secara sistem otomatisasi didalam semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet semakin berkembang tidak hanya menghubungkan manusia seluruh dunia, namun juga menjadi suatu basis bagi proses transaksi perdagangan dan transportasi secara online (sutiono:2019)

Adapun yang harus dilakukan oleh UMKM supaya tetap Produktif di era revolusi 4.0 adalah : (1) Perbaiki alur aliran barang dan material. Upaya ini akan memperkuat produksi lokal pada sektor hulu dan menengah melalui peningkatan kapasitas dan percepatan adopsi teknologi, (2) Mendesain ulang zona industri. Dari beberapa zona industri yang telah dibangun di penjuru negeri, Indonesia akan mengoptimalkan kebijakan zona-zona industri

tersebut dengan menyelaraskan peta jalan sektor-sektor industri yang menjadi fokus dalam Making Indonesia 4.0, (3) Mengakomodasi standar-standar keberlanjutan, melihat tantangan keberlanjutan sebagai peluang untuk membangun kemampuan industri, yang berbasis teknologi. (4) Memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Hampir 70 persen, pelaku usaha Indonesia berada di sektor UMKM, sehingga UMKM sangat penting untuk beradaptasi sesuai dengan perubahan lingkungan, termasuk beradaptasi di era revolusi Industri 4.0 (Daga;2022)

Untuk tetap eksis dan survive, maka pelaku UMKM harus mampu melakukan Pemasaran Digital, karena dengan pemasaran digital tidak akan memberi Batasan bagi UMKM untuk memasarkan Produknya, karena semua Masyarakat yang menjadi target konsumen dapat mengakses info produk yang dijual oleh UMKM (Daga : 2023)



Gambar 3.3 Peserta mengerjakan tugas yang diberikan oleh Narsum

Peserta diberikan tugas sesuai dengan usaha mereka masing-masing, supaya Peserta lebih mudah memahami dan mudah mengaplikasikan dalam menjalankan UMKMnya.

Industri 4.0 mengacu pada fase baru dalam Revolusi Industri yang memiliki fokus pada interkonektivitas, otomatisasi, pembelajaran mesin, dan data waktu nyata. Industri 4.0 disebut sebagai IIoT atau manufaktur pintar, menggabungkan antara produksi dan operasi secara fisik dengan teknologi digital cerdas, pembelajaran mesin, dan data besar untuk menciptakan ekosistem secara holistik dan terhubung terutama pada perusahaan yang berfokus pada manufaktur dan manajemen rantai pasokan. Meskipun setiap perusahaan memiliki jenis dan skala yang berbeda, namun demikian setiap perusahaan menghadapi tantangan yang sama yaitu kebutuhan akan keterhubungan dan akses ke wawasan waktu nyata di seluruh proses, mitra, produk, dan orang-orang (Kurniawan:2020)

Perkembangan teknologi saat ini sudah menyentuh sektor perekonomian masyarakat. Sejalan dengan perkembangan teknologi, penggunaan internet juga mendominasi seluruh kegiatan masyarakat dalam kesehariannya. Secara umum, internet akan berubah menjadi alat untuk mempublikasikan produk dari perusahaan kepada masyarakat. Hal tersebut akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap pelaku bisnis. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang ketat yang mendorong perusahaan untuk memiliki kemampuan agar dapat beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi, sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, selain karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja (Berliana:2020)

4. KESIMPULAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi salah satu hal penting dalam aspek pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pemerintah Indonesia selaku pengatur resmi regulator usaha mikro, kecil, dan menengah, berperan aktif dalam membantu memajukan UMKM di Negara Indonesia. Kemajuan teknologi informasi yang berkembang di era industri 4.0 sekarang, juga menjadi salah satu komponen penting bagi tren perkembangan UMKM di Indonesia. Adapun pengaruh dari teknologi informasi pada tren keberlangsungan keadaan UMKM di Indonesia tersebut, dapat berupa dampak positif dan negatif dari era industri 4.0. Mengacu pada keadaan tersebut, maka pentingnya memberikan pelatihan, edukasi, sosialisasi dan *knolwdge* terbarukan kepada Masyarakat pelaku UMKM, mengenai tren keadaan keberlangsungan UMKM Indonesia di era industri 4.0 saat ini, untuk membantu keberlangsungan UMKM Indonesia. Dengan pelatihan berdasarkan 5 (Lima) pilar utama dalam industri 4.0 agar UMKM tetap dapat survive. Adapun tujuan pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan dalam pengabdian Masyarakat ini adalah :

1. Manajemen usaha dan keuangan.
2. Manajemen operasional dan SDM.
3. Manajemen Pemasaran.
4. Strategi branding produk
5. Digital Marketing

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terimakasih kepada Kementerian Tenaga Kerja Republik Indonesia karena melalui Balai Peningkatan Produktivitas (BPP) Kendari memberikan kesempatan kepada kami penulis untuk melaksanakan pengabdian Masyarakat ini. Tak lupa pula ucapan terimakasih kepada Rektor Institut Bisnis dan dan Keuangan Nitro Makassar yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat, semoga kegiatan ini bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2020). Sosialisasi Strategi Bersaing Era Revolusi Industri 4.0 Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bandung. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, pp. SNPPM2020EK-25).
- Budiatmo, A., & Purbawati, D. (2022). Pengembangan Usaha Menuju Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0 pada UMKM Pengrajin Gitar Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 134-140.

- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi industri 4.0 terhadap perkembangan UMKM sektor industri pengolahan. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 10(3), 87-93.
- Daga, R., & Salam, K. N. (2022). Pandemi COVID-19 Memberdayakan Ibu-Ibu yang kehilangan Pekerjaan untuk Mengelola Sedekah Jum'at ke Mesjid dan Panti asuhan di Kota
- Daga, R., Salam, K. N., Nawir, F., & Pratiwi, D. (2022). Donasi Al Qur'an Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Mesjid, Taman Pendidikan Al-Qur'an Dan Panti Asuhan. *Jurnal Masyarakat Madani*
- Daga, R., Hatta, M., Samad, A., Nawir, F., Sutanto, A., Soedarwo, V. S. D., ... & Ramadhan, R. I. (2023). Pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi digital untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pulau salemo kabupaten pangkep sulawesi selatan. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 3(2), 187-196.
- Fauzan, F., Widagdo, J., & Sari, A. R. (2023). Penyuluhan dan Edukasi Literasi Keuangan pada Pelajar Tahfiz Lembah Palas, Changloon, Kedah Darul Aman Malaysia. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 43-49.
- Karim, A., Desi, N., Azis, M., & Daga, R. (2022). Kemandirian BUMDes Upaya Meningkatkan Pades di Desa Pallatikang Kabupaten Jeneponto. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 1-13. *Indonesia*, 1(3), 143-148. Makassar. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 7-13. [adaikepri.or.id/index.php/JUPADAI/article/view/22](https://jurnal-adaikepri.or.id/index.php/JUPADAI/article/view/22)
- Respatiningsih, H., Arini, A., Kurniawan, B., Perpajakan, A., Ngudi, U., & Purworejo, K. (2020). Kemampuan adaptasi umkm di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 99-113.
- Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan model kesiapan umkm di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 3(1), 37-42.
- Setiono, B. A. (2019). Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, 9(2), 179-185.
- Yasa, N. N. K., Wardana, I. M., Adnyani, I. G. A. D., Rahantha, G. B. ., Rahmayanti, P. L. D. ., Telagawathi, N. L. W. S. ., & Krismawintari, N. P. D. . (2022). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN PROMOSI DAN OMSET PENJUALAN (Bagi Pelaku Bisnis UMKM Sektor Fashion Di Kota Denpasar). *JUPADAI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 59-65. Retrieved from <https://jurnal->
- UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM
- UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang