

## Strategi Pemulihan Usaha Pasca Pandemi di Era Transformasi Digital dalam Meraih Keunggulan Kompetitif UMKM

### *Post-Pandemic Business Recovery Strategy in the Era of Digital Transformation in Achieving Competitive Advantage for MSMEs*

Waskito Aji<sup>1</sup>, Wiwit<sup>2</sup>

Universitas Darul Ulum Islamic ,GUPPI Ungaran

#### Article History:

Received: Agustus 14, 2024;  
Revised: September 21, 2024;  
Accepted: Oktober 22, 2024;  
Published: Oktober 23, 2024;

#### Keywords:

Business recovery, MSMEs,  
digital transformation,  
competitive advantage,  
business strategy

**Abstract:** *The COVID-19 pandemic has had a significant impact on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, with around 60% of MSMEs experiencing a decline in income. This research aims to identify post-pandemic business recovery strategies in the era of digital transformation and the role of technology in achieving competitive advantage. The method used is a qualitative approach through literature study and in-depth interviews with MSME actors. The research results show that MSMEs that successfully carry out digital transformation utilize e-commerce platforms, social media, human resource training, and collaboration between MSMEs. This strategy not only increases sales but also builds customer loyalty and strengthens competitiveness in the market. This research concludes that implementing holistic and innovative strategies is very important for the sustainability of MSMEs in the digital era.*

#### Abstrak

Pandemi COVID-19 telah menimbulkan dampak signifikan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dengan sekitar 60% UMKM mengalami penurunan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemulihan usaha pasca-pandemi di era transformasi digital dan peran teknologi dalam meraih keunggulan kompetitif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil melakukan transformasi digital memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, pelatihan sumber daya manusia, dan kolaborasi antar UMKM. Strategi ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing di pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang holistik dan inovatif sangat penting bagi keberlanjutan UMKM di era digital.

**Kata Kunci:** Pemulihan usaha, UMKM, transformasi digital, keunggulan kompetitif, strategi bisnis.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian di Indonesia (Wahyuni, 2020). UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Ashfahani, 2023). Meskipun demikian, UMKM seringkali menghadapi berbagai keterbatasan dalam hal pengembangan produksi dan penjualan (Arifudin et al., 2020), kurangnya strategi promosi yang efektif dalam pemasaran (Oetama et al., 2022). Tantangan tersebut antara lain adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan teknologi digital. Meskipun banyak UMKM berusaha beralih ke penjualan online, masih banyak yang menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan platform digital secara efektif, minimnya pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital sebagai alat dalam

pengembangan bisnis (Zia, 2020). Fokus pengabdian ini akan diarahkan pada pengembangan kapasitas digital UMKM melalui pelatihan dan pendampingan, serta penerapan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dan kembali beroperasi dengan lebih baik di era pasca-pandemi.

Pemilihan subyek pengabdian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM memiliki potensi besar untuk menggerakkan ekonomi lokal, namun saat ini berada dalam posisi yang rentan. Berdasarkan survei awal, banyak pelaku UMKM yang menyatakan kebutuhan mendesak untuk pelatihan dalam digitalisasi dan pemasaran. Dengan memberikan dukungan dan sumber daya yang tepat, diharapkan mereka dapat bertransformasi dan memperbaiki kondisi ekonomi mereka. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk menciptakan perubahan sosial yang signifikan dalam komunitas UMKM. Dengan meningkatkan kapasitas digital dan strategi pemasaran, diharapkan UMKM dapat Dengan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital, pendapatan UMKM diharapkan dapat meningkat secara signifikan. Melalui kolaborasi antar UMKM, diharapkan tercipta sinergi yang dapat memperkuat posisi tawar mereka di pasar. Dengan pertumbuhan UMKM, diharapkan akan ada peningkatan lapangan kerja di komunitas lokal.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan faktor kunci dalam keberhasilan UMKM di era modern. Menurut Arifiani dan Furinto (2022), inovasi dalam model bisnis menjadi sangat penting untuk bertahan dalam persaingan. Selain itu, penelitian oleh Adam et al. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan platform e-commerce secara efektif dapat meningkatkan penjualan rata-rata. Oleh karena itu, pengabdian ini berfokus pada peningkatan kemampuan digital dan strategi pemasaran UMKM untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan positif bagi komunitas dampingan. Dengan memfokuskan upaya pada penguatan kapasitas digital UMKM, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemulihan ekonomi pasca-pandemi dan menciptakan dampak sosial yang luas.

## **2. METODE**

Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang yang merupakan salah satu daerah dengan konsentrasi UMKM yang tinggi namun mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan transformasi digital. Subyek pengabdian ini melibatkan pelaku UMKM di sektor makanan yang berkomitmen untuk meningkatkan kemampuan digital mereka.

Proses perencanaan dan pengorganisasian komunitas dimulai dengan melakukan pertemuan awal dengan pelaku UMKM setempat. Dalam pertemuan ini, kami memperkenalkan tujuan pengabdian serta mengumpulkan masukan dari pelaku UMKM tentang tantangan dan kebutuhan mereka. Keterlibatan komunitas sangat penting agar program yang dirancang relevan dan sesuai dengan konteks lokal. Pelaku UMKM diundang untuk berkontribusi dalam menyusun rencana aksi, serta menentukan pelatihan yang dibutuhkan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan :

a. Metode Ceramah

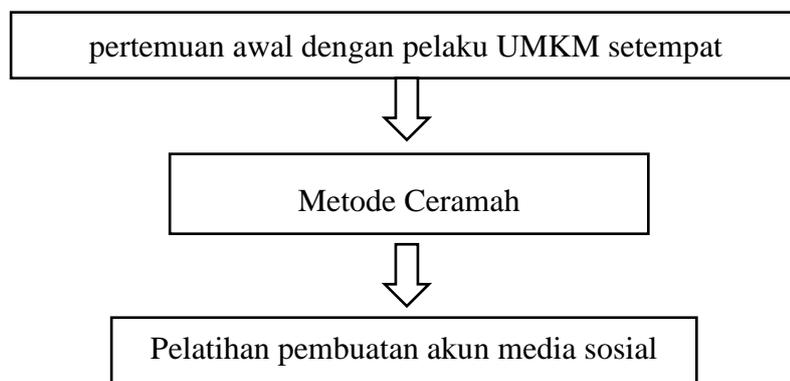
Memberikan gambaran kepada masyarakat di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang tentang perlunya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi terutama dalam bidang pemasaran produk yang semakin ketat persaingannya, pemasaran dengan cara konvensional atau tradisional saat ini tidak lagi bisa diandalkan untuk memenangkan pasar, sehingga sangat perlu untuk belajar dan membuka diri terhadap perkembangan jaman di era transformasi digital dalam meraih keunggulan kompetitif UMKM.

b. Pelatihan pembuatan akun media sosial

Dalam kegiatan pembuatan akun media sosial pada kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan mahasiswa untuk mengajari masyarakat pelaku UMKM dalam pembuatan akun media sosial.

c. Pendampingan dan pelatihan marketing dengan aplikasi

Pendampingan pelatihan marketing bertujuan untuk membantu pelaku UMKM di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang dalam meningkatkan kemampuan pemasaran mereka. Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dan ketrampilan praktis dalam desain grafis dengan aplikasi, bagaimana cara membuat poster, brosur dan konten media sosial yang efektif guna meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar.





Pendampingan dan pelatihan marketing dengan aplikasi

**Gambar 1.** Tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan program kerja

### 3. HASIL

Proses pengabdian masyarakat di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang berlangsung selama dua bulan dan melibatkan berbagai kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM. Selain pelatihan dan pendampingan, diskusi dan pertemuan berkala juga diadakan untuk mengevaluasi progres, berbagi pengalaman, dan mendiskusikan tantangan yang dihadapi. Pertemuan ini meningkatkan keterlibatan pelaku UMKM dan memperkuat hubungan antar mereka, menciptakan jaringan yang saling mendukung.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam produksi dan pemasaran dalam meraih keunggulan kompetitif UMKM, secara garis besar dibagi menjadi tiga bagian yaitu tahap persiapan dan observasi, tahap pelaksanaan program, dan tahap akhir.

#### 1. Tahap persiapan dan observasi

Tahap ini merupakan langkah awal, dimana dipersiapkannya segala sesuatu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Tahap ini meliputi survei lokasi sebagai tempat pelaksanaan kegiatan, wawanara dan identifikasi UMKM, serta observasi.

#### 2. Tahap pelaksanaan program

Tahap ini merupakan langkah inti, dimana program kerja yang telah direncanakan diaplikasikan terhadap UMKM yang telah dipilih. Tahap ini dimulai dengan pertemuan awal dengan pelaku UMKM setempat, kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan program kerja yang meliputi pembuatan produk, pembuatan media sosial, dan pelatihan marketing dengan aplikasi.

#### 3. Tahap akhir

Tahapan ini merupakan penutupan dari seluruh rangkaian kegiatan dan terselesaikannya semua program kerja pengabdian masyarakat.

Hasil dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan munculnya berbagai perubahan sosial yang signifikan. Salah satunya adalah pembentukan pranata baru di mana kelompok kerja terdiri dari pelaku UMKM saling mendukung satu sama lain dalam kolaborasi bisnis.

Perubahan perilaku juga terlihat jelas, dengan pelaku UMKM yang sebelumnya ragu untuk beralih ke digital kini lebih proaktif dalam mempelajari dan menerapkan strategi pemasaran digital. Dalam proses ini, beberapa individu di kalangan UMKM muncul sebagai pemimpin lokal, berperan sebagai penghubung antara UMKM dan pihak luar, seperti lembaga pemerintah dan organisasi non-pemerintah. Selain itu, terdapat kesadaran kolektif yang berkembang tentang pentingnya digitalisasi bagi keberlanjutan usaha, yang menciptakan suasana yang lebih inklusif dan inovatif di komunitas.

Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap UMKM di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. Melalui dinamika pendampingan yang melibatkan pelatihan, pendampingan teknis, dan diskusi kelompok, komunitas UMKM tidak hanya meningkatkan keterampilan digital mereka, tetapi juga mengalami perubahan sosial yang berkelanjutan. Proses ini menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat beradaptasi dan berkembang di tengah tantangan yang ada, serta berkontribusi pada pemulihan ekonomi lokal.



**Gambar 2.** Pertemuan dengan salah satu pelaku UMKM setempat



Gambar 3. Pelatihan pembuatan akun media sosial



Gambar 4. Proses produksi dan pelatihan marketing dengan logo produk untuk media sosial

#### 4. DISKUSI

Hasil pengabdian masyarakat di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas digital UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga menciptakan perubahan sosial yang signifikan. Proses pendampingan yang dilakukan melalui pelatihan, pendampingan teknis, dan diskusi berkala mencerminkan

teori pengembangan komunitas yang menekankan pentingnya partisipasi aktif dari anggota komunitas dalam proses pembelajaran dan pengambilan keputusan (Mansuri & Rao, 2013). Keterlibatan pelaku UMKM dalam merumuskan rencana aksi terbukti meningkatkan rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan, sehingga memperkuat komitmen mereka untuk menerapkan pengetahuan baru.

Dari perspektif teori perubahan sosial, temuan ini sejalan dengan model perubahan yang diajukan oleh Lewin (1951), yang menyatakan bahwa untuk mencapai perubahan yang berkelanjutan, individu perlu melalui tiga tahapan: *unfreezing*, *changing*, dan *refreezing*. Dalam konteks ini, tahap *unfreezing* terlihat pada pengenalan kebutuhan akan digitalisasi, yang memicu kesadaran kolektif tentang pentingnya transformasi teknologi. Selanjutnya, pada tahap *changing*, pelaku UMKM mulai menerapkan keterampilan digital yang baru diperoleh, yang menghasilkan perubahan perilaku dan munculnya pemimpin lokal. Akhirnya, tahap *refreezing* tercermin dalam pembentukan jaringan dukungan antar UMKM, yang memperkuat inovasi dan kolaborasi dalam bisnis mereka.

Literatur juga menunjukkan bahwa perubahan sosial sering kali muncul dari kolaborasi dan interaksi sosial yang intensif dalam komunitas (Putnam, 2000). Dengan membangun jaringan di antara pelaku UMKM, program ini tidak hanya membantu individu untuk belajar dari satu sama lain, tetapi juga menciptakan ikatan sosial yang lebih kuat, yang berkontribusi pada keberlanjutan inisiatif pengembangan. Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini, di mana kolaborasi antar pelaku usaha terbukti meningkatkan daya saing dan inovasi di sektor UMKM (Amin, 2022).

Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, dukungan teknis, dan pelibatan komunitas, UMKM dapat bertransformasi dan memberikan dampak yang lebih luas tidak hanya pada ekonomi lokal tetapi juga pada dinamika sosial. Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan program-program serupa di masa depan dan menekankan pentingnya pendekatan partisipatif dalam proses pengabdian masyarakat.

## **5. KESIMPULAN**

Pengabdian masyarakat di Desa Karang Rejo Kecamatan Gabus Kabupaten Groogan Purwodadi berhasil menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas digital UMKM tidak hanya berpengaruh pada kinerja ekonomi, tetapi juga mendorong terjadinya perubahan sosial yang signifikan. Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM dalam setiap tahap proses, program ini berhasil menciptakan rasa kepemilikan dan meningkatkan komitmen

terhadap penerapan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan teori pengembangan komunitas yang menekankan pentingnya partisipasi aktif dan kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama. Refleksi teoritis menunjukkan bahwa proses perubahan sosial mengikuti model yang telah diidentifikasi oleh Lewin, di mana kesadaran akan kebutuhan transformasi, penerapan keterampilan baru, dan pembentukan jaringan dukungan secara berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan. Keberhasilan ini juga menggarisbawahi peran penting interaksi sosial dalam menciptakan ikatan komunitas yang lebih kuat, serta peningkatan daya saing di kalangan UMKM.

Berdasarkan hasil dan refleksi ini, rekomendasi untuk pengembangan program di masa depan mencakup perlunya lebih banyak pelatihan lanjutan yang berfokus pada inovasi dan adaptasi teknologi baru. Selain itu, membentuk jaringan kolaboratif antar UMKM di berbagai desa dapat memperluas jangkauan manfaat dan mendorong pertukaran pengetahuan yang lebih efektif. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga sangat penting untuk menyediakan akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan, termasuk pelatihan berkelanjutan dan platform digital. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM di daerah lain juga dapat mengalami transformasi serupa dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan program pengabdian masyarakat di Desa Jatijajar Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dengan antusias dalam setiap kegiatan, memberikan masukan berharga, dan menunjukkan komitmen yang tinggi untuk meningkatkan kapasitas digital mereka. Kami juga berterima kasih kepada tim pengabdian yang telah bekerja keras dan berdedikasi, yang terdiri dari mahasiswa dan dosen, yang tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga mendampingi pelaku UMKM dalam proses implementasi. Keberhasilan program ini tidak terlepas dari kerjasama yang baik antara anggota tim, yang saling mendukung dan berbagi ide. Semoga kerjasama yang terjalin dapat berlanjut dan memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat di masa mendatang.

## DAFTAR REFERENSI

- Adam, A., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 557-567.
- Ambadar, Jackie, dkk, *Mengelola Merek*, Jakarta Selatan Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007
- Amin, M. M. (2022). Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Tanjak Riau di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru). *Diklat Review: Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*, 6(1), 34-42.
- Arifiani, L., & Furinto, A. (2022). TRANSFORMASI MODEL BISNIS Konsep, Strategi, dan Antisipasi Menyongsong Era Metaverse. *SCOPINDO MEDIA PUSTAKA*.
- Astiti, S. O. (2022). ANALISIS KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DIMASA PANDEMI COVID 19. *Management and Sustainable Development Journal*, 4(1), 70-84.
- Bayu Pradika, D., & Saputro, E. P. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Serta Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Di Tokopedia (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Caldeira, M. M., & Ward, J. M. (2018). Using resource-based theory to interpret the successful adoption and use of information systems and technology in manufacturing small and medium-sized enterprises. *European Journal of information systems*, 12(2), 127-141.
- Dalevska, N., Kravchenko, S., & Kwilinski, A. (2019). Formation of the entrepreneurship model of e-business in the context of the introduction of information and communication technologies.
- Dasuki, R. (2018). Kinerja usaha koperasi melalui pendekatan tingkat kesehatan kaitannya dengan penciptaan value of firm. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 41-56.
- Departemen perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 –2025*. Jakarta: Departemen perdagangan Republik Indonesia.
- Echdar, S. (2013). *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: CV An-di Offset.
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020, July). Keunggulan kompetitif spesial sebagai strategi keberlanjutan UKM di Era New Normal. In *Prosiding Seminar Stiarni* (Vol. 7, No. 2, pp. 104-110).
- Firmansyah, M Anang; dan Anita. (2020). *Kewirausahaan (Dasar Dan Konsep)*. Pasuruan: CV Qiara Media
- Fitra, M. A., & Mashur, D. *PENGEMBANGAN STRATEGI USAHA MIKRO KECIL*

DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2), 1-9

Gunadhi, Erwin. (2006). *Kewirausahaan*. Garut: Penerbit STT.

Hake, Richard. (1999). Gain Scores. Diakses dari <http://www.physics.indiana.edu/~sdi/AnalyzingChange-Gain.pdf> pada 10 September 2020.

Hasmidyani, Dwi., Siti Fatimah, dan Firmansyah. (2017). Developing Entrepreneurial Spirit Of Young Generation Through Business Plan Training. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1). Di-akses dari <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/Mitra-old/article/view/842>. pada 28 Oktober 2020.

Hendro & Chandra W.W. (2006). *Be a Smart and Good Entrepreneur*. Jakarta: Erlangga.

Heru, B. (2022). *PENGARUH STRATEGI SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN INTERAKTIF MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM (Studi Pada Home Industri Keripik Bombay MS Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

ILYASAK, I. (2019). *ANALISA PENGARUH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH TERHADAP PENDAPATAN UMKM (Studi kasus pada BMT Kota Gede Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA)

Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

*Kewirausahaan di Era Covid-19*. (2020). Diakses dari <http://pelatihankewirausahaan.co.id/kewirausahaan-di-era-covid-19/> pada 15 September 2020

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson Educación.

Mayasari, V., Liliana, & Seto, A. A. (2019). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan (Dengan Pendekatan Hasil Penelitian)*. Pasuruan: CV Qiara Media.

Moh. Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasution (1996: 73). *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta : Sinar Grafika.

Pasaribu, V. L. D. (2021). *PELATIHAN BERBASIS ONLINE DI ERA COVID 19*. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). *ADAPTASI KEHIDUPAN NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DIYAYASAN PONDOK PESANTREN DAN PANTI ASUHAN NURUL IKHSAN KECAMATAN SETU, KOTA TANGERANG SELATAN*. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*,

2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). EVALUASI PENERAPAN 3M DIMASA PANDEMIC COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60

Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295- 301.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(1), 71-75.

Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L. (2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF MENINGKATKAN MUTU PRODUKSI UMKM DI DESA BELEGA KABUPATEN GIANYAR. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02).

Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105- 110.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Afaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). PENGARUH DISPLIN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP PENCEGAHAN PENULARAN VIRUS COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98

Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021). MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK MENGHADAPI DAN BERTAHAN DI ERA COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom: Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Berbisnis. (2020). Diakses dari <https://www.kompasiana.com/lucysupratman1335/5db8eb86d541df4db5130af2/pengabdian-masyarakat-universitas-telkom-pelatihan-penggunaan-media-sosial-untuk-berbisnis-pada-2-Sep-tember-2020>.

- Pratiwi, N. A., & Rosdiana, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi*, 47-53
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Purwanto. (2006). *Diktat Kewirausahaan*. Yogyakarta: UNY.
- Putra, R. P., Rachmawati, I., & Cholifah, Y. W. (2021). Digital information media of the salman itb halal center in improving marketing performance of halal lecture program. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 42-53.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, cetakan kelima Belas tujuh. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Richter, B., & Hanf, J. H. (2021). Sustainability as “Value of Cooperatives”—Can (Wine) Cooperatives Use Sustainability as a Driver for a Brand Concept?. *Sustainability*, 13(22), 12344.
- Salahuddin, I., Maulana, I., & Eriyani, T. (2018). Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan. Dalam I. M. Iwan Salahudin, *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan* (hal. 4). Yogyakarta: Deepublish.
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* Jakarta.
- Salmiah, N., & Siregar, I. F. (2018). Analisis penerapan akuntansi dan kesesuaiannya dengan standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (pada UMKM di kecamatan sukajadi binaan DisKop & UMKM kota pekanbaru). *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, 3(2), 212-226
- Sipayung, F. (2009). Balanced scorecard: pengukuran kinerja perusahaan dan sistem manajemen strategis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 7-14.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Sule, E. T., & Saeful, K. (2019). *Pengantar manajemen*. Prenada Media
- Sulistiyorini, S., Rizkiana, C., & Kusumawati, C. A. (2022). STRATEGI BERSAING DALAM MELEWATI PADEMI COVID-19 (STUDI KASUS UMKM JAJANAN ENDOLITA KABUPATEN DEMAK). *Solusi*, 20(1), 8-19.
- Suryana, Yuyus dan Kartib, Bayu. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Suwarso. (2018). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademik Akuntansi PGRI Jember). *Jurnal Mana-jemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2).
- Svatošová, V. (2019). Importance of Strategic Management of SMEs in E-commerce. *Ekonomický časopis*, 67(10), 1090-1100.

- Tresna, P. W., Rivani, R., & Nirmalasari, H. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing Bagi UMKM Pasca Pandemi COVID-19. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 395-399.
- Wenti. 2013. *Ejournal Pemerintahan Integratif, Eksistensi Karang Taruna dalam Aktivitas Kepemudaan (Studi Kasus di Desa Gunawan Kecamatan Sesayap Kabupaten Tana Tidung)*. (tidak diterbitkan).
- Winarmo. (2011). *Pengembangan Sikap Enterpreneurship dan Interpreneurship*. Jakarta: PT. Indeks