

**INTRODUSIR TEKNOLOGI TEPAT GUNA (TTG) & DIGITAL
MARKETING PADA UMK “TAS KULIT HANS JAYA ” DI DUSUN
KEWEDEN, DESA KENDENSARI KECAMATAN TANGGULANGIN
KABUPATEN SIDOARJO**

Sri Andayani

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
sri@untag-sby.ac.id;

Endang Indartuti

Program Studi Administrasi Publik,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

Devina Yulia Maharani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;

Indah Wahyu Prasetyo

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;

ABSTRAK

Bencana Nasional Lumpur Lapindo di Kabupaten Sidoarjo membawa dampak yang sangat besar bagi perekonomian Masyarakat yang tinggal disekitar Lapindo, sampai saat ini perekonomian belum pulih. Kondisi ini diperparah lagi dengan adanya virus covid 19 yang paling berdampak sosial dan ekonomi yang besar adalah UMKM pengrajin tas di Kecamatan Tanggulangin. Perubahan perilaku konsumen dan pola konsumsi masyarakat selama pandemi COVID-19. Sebelum pandemi covid-19, masyarakat lebih suka berbelanja secara langsung dengan datang ke toko atau tempat perbelanjaan. Sedangkan saat pandemi covid-19 masyarakat mulai beralih menggunakan media online. Keadaan yang sama juga terjadi pada UMKM di Desa Kedensari yang memproduksi produk tas. Berkurangnya jumlah pengunjung dan terbatasnya kemampuan mengoperasikan media online membuat omzet pemilik UD “Hans Jaya” menurun dratis. Keterpurukan ini, membuat pemilik UD “Hans Jaya” tidak mampu untuk mengembangkan usahanya terutama dalam membeli alat produksi yang diperlukan, seperti mesin jahit, mesin scrab dan mesin embos.

Kata kunci : *Introdusir Teknologi Tepat Guna, Pemasaran on line*

A.PENDAHULUAN

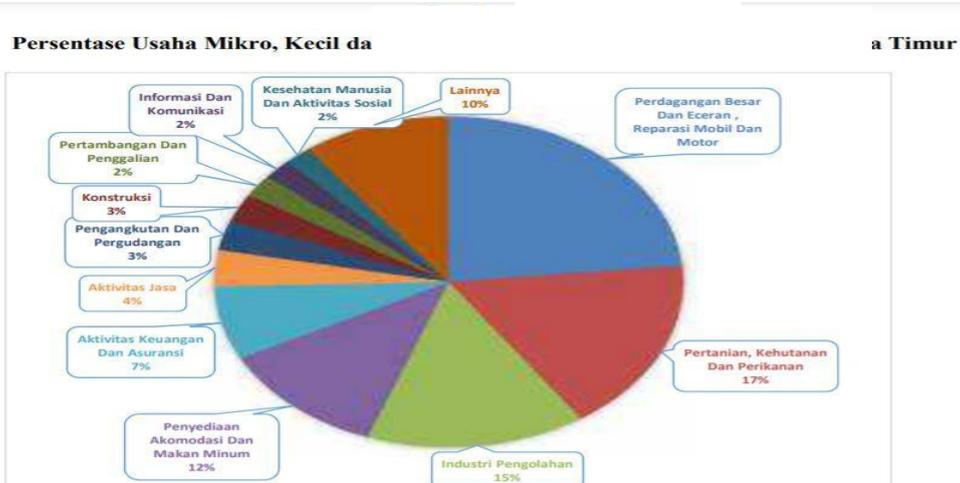
Indonesia memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomian baik pusat ataupun daerah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi salah satu

distributor produk lokal tersebut. Menurut Wuisang et al. (2019) UMKM merupakan pemain utama dalam pembangunan di Indonesia. UMKM mampu untuk menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi ketimpangan pendapatan. Pada tabel 1 menunjukkan bahwa peningkatan terjadi selama 3 tahun berturut-turut, 2016 – 2019. Hal ini bisa menjadi potensi yang besar jika terus dikembangkan oleh masyarakat

Tabel: Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia

| Keterangan | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Jumlah UMKM (Unit) | 61.651.177 | 62.922.617 | 64.194.057 | 5.465.497 |
| Jumlah Tenaga Kerja (Orang) | 112.828.610 | 116.431.224 | 116.978.631 | 119.562.843 |
| PDB Konstan Tahun2000 (Milyar) | 5.171.063,60 | 5.445.564,40 | 5.721.148,10 | 7.034.146,7 |

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM RI (2019)



Sumber: Sensus Ekonomi, 2016 dan Survei Pertanian Antar Sensus, 2018 (diolah)

Pada gambar di atas menunjukkan 4 (empat) lapangan usaha yang mendominasi UMKM di Jawa Timur yaitu perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan motor; pertanian, kehutanan dan perikanan, industri pengolahan serta penyediaan akomodasi dan makan minum dengan kontribusi masing-masing sebesar 23 persen, 17 persen, 15 persen dan 12 persen dari total UMKM di Jawa Timur.

Dari Gambar 1.2 terlihat bahwa mayoritas UMKM memiliki tenaga kerja sebanyak 2 – 4 orang yaitu sebesar 48,67 persen, 22,47 persen merupakan pengelola pribadi dengan jumlah tenaga kerja 1 (satu) orang yaitu pemilik usaha itu sendiri. Sedangkan sisanya memiliki tenaga kerja lebih dari 5 orang yaitu sebesar 21,45 persen memiliki tenaga kerja 5-19 orang dan sebanyak 7,41 persen memiliki tenaga kerja lebih dari 20 orang.

Peran UMKM dalam menyerap tenaga kerja juga sangat besar. Secara rata-rata proporsi serapan tenaga kerja UMKM adalah diatas 95 persen dari total tenaga kerja yang diserap bersama dengan UB. Peran UMKM dalam menyediakan lapangan pekerjaan sangat besar dan hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Kontribusi UMKM terhadap produk domestic bruto (PDB) juga lebih besar dibandingkan dengan kontribusi dari UB. Kontribusi UMKM terhadap PDB secara rata-rata selalu diatas 59 persen mulai tahun 2016 hingga tahun 2019. Sedangkan rata-rata sumbangan UB terhadap PDB adalah kurang dari 41 persen. Data ini menunjukkan bahwa UMKM mempunyai andil yang lebih besar daripada UB dalam mendorong perekonomian nasional. Fakta telah membuktikan bahwa ekonomi kerakyatan dengan pelaku usaha sektor KUKM telah membuktikan keterandalannya ditengah-tengah badai krisis ekonomi dunia yang terjadi beberapa tahun silam.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad et al., (2020) menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan pada sisi penjualan sebesar 53.5% pada unit UKM. Hertina et al. (2021) menyebutkan bahwa saat pandemi covid-19 membuat masyarakat menghabiskan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan pokok, sehingga sektor-sektor lain yang tidak menjual produk makanan atau kebutuhan pokok mengalami penurunan transaksi penjualan. Alfin (2021) menyebutkan bahwa pandemi covid-19 merubah perilaku konsumen dalam berbelanja. Sebelum pandemi covid-19, masyarakat lebih suka berbelanja secara langsung dengan datang ke toko atau tempat perbelanjaan. Sedangkan saat pandemi covid-19 masyarakat mulai beralih menggunakan media online. Keadaan yang sama juga terjadi pada UMKM di Desa Kedensari yang memproduksi produk non-makanan.

Hasil penjualan, jumlah pengunjung dan terbatasnya kemampuan mengoperasikan media online membuat UMKM di Desa Kedensari mengalami keterpurukan pada saat pandemi covid-19 ini. Produk UMKM yang terkenal di Kabupaten Sidoarjo salah satunya yaitu sentra tas dan koper dari bahan kulit maupun imitasi di Kecamatan Tanggulangin tepatnya di Desa Kedensari. Namun, adanya bencana Nasional Lumpur Lapindo di Kabupaten Sidoarjo membawa dampak yang sangat besar bagi perekonomian Masyarakat yang tinggal disekitar Lapindo, sampai saat ini perekonomian belum pulih. Kondisi yang paling berdampak besar adalah UMKM pengrajin tas di Kecamatan Tanggulangin. Dampak Lapindo belum pulih, ditambah lagi virus covid membuat UMKM tas dan koper di merasakan dampak sosial dan ekonomi. Perubahan perilaku konsumen dan pola konsumsi masyarakat selama pandemi COVID-19.

Sebelum ada bencana Lumpur Lapindo dan covid 19, pemasaran tas imitasi dan kulit di beberapa Kota di Jawa Timur dan sudah sampai Kota-Kota Besar di Indonesia. UD "Hans Jaya", bahkan pemilik sampai tidak dapat atau kewalahan memenuhi pesanan sehingga banyak pesanan yang dilempar ke pengrajin lain. Keadaan ini dapat dilihat pada tabel, dibawah ini:

Tabel: Perkembangan UD “Hanz Jaya” sebelum dan sesudah Pandemi

| No. | UD. “Hans Jaya” | Sebelum Pandemi | Sesudah Pandemi |
|-----|------------------|--|---|
| 1 | Omzet | 35 - 40jt per bulan | 1. Awal Pandemi 0 % 2. Bulan Januari 2022 ada peningkatan 12 jt dengan keuntungan 15 % |
| 2 | Pekerja | 6 Tukang dan 6 Pembantu Tukang | Hanya memiliki 2 Tukang dan 2 Pembantu Tukang |
| 3 | Pembayaran honor | Bu Titis membayar ongkos borongan Tukang, selanjutnya Tukang yang membayar pembantu tukang | |

Terbatasnya kemampuan mengoperasikan media online juga dirasakan oleh pemilik UD “Hans Jaya”. Disisi lain keterpurukan membuat pemilik tidak mampu untuk mengembangkan usahanya terutama dalam membeli alat produksi yang diperlukan, seperti mesin jahit, mesin scrab dan mesin emboss yang masih menyewa. Pemilik usaha UD “Hans Jaya”, Ibu Titis hanya bisa bertahan di usaha sebagai pengrajin tas kulit dan imitasi dengan mengandalkan alat produksi yang sudah lama yang cara kerjanya sudah tidak maksimal lagi.

Beberapa gambar hasil produk tas UD “Hans Jaya”, seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1: Gantungan kunci



Gambar 2: Beberapa tas casual untuk Wanita



Gambar 3: Beberapa model dompet souvenir dan tas punggung, Tas pakaian atau tas traveling, Tas tempat ijazah biasanya untuk sekolah PAUD, TK sampai SD.

Di halaman bawah ini digambarkan bagaimana cara kerja pembuatan tas tersebut.

| | |
|---|--|
|  | <p>1. Beberapa alat yg dibutuhkan diantaranya penggaris, meteran, cutter, gunting, staples, bolpoint silver</p> |
|  | <p>2. Pemilihan bahan yg sesuai penggunaan biasanya tentang tebal tipis, warna dan kilap dari kulit tsb</p> |
|  | <p>3. Pembuatan pola sesuai dengan model yg diinginkan, dlm hal ini harus benar2 sesuai ukuran, (panjang, lebar, tinggi, lengkung, dsb) karena berpengaruh besar pada bentuk barang yg akan dibuat</p> |
|  | <p>4. Pola yg sudah jadi diterapkan (digambar) pada kulit, dlm hal ini harus pandai-pandai memanfaatkan bahan, sehingga penggunaan bahan bisa maksimal dan tidak banyak yg terbuang 5. Selanjutnya dikakukan pemotongan pada pola yang sudah tergambar diatas kulit tsb dengan cutter atau gunting</p> |

| | |
|--|--|
|  | <p>6. Proses scrub kulit, yaitu kulit yang akan dijahit atau dilewati jahitan terlebih dahulu harus ditipiskan sehingga mudah dijahit satu dengan lainnya, agar bentuknya bagus atau mudah dibentuk. Dikarenakan alat sudah lama menyebabkan pisau tidak berfungsi secara maksimal sehingga membutuhkan waktu yang lama.</p> |
|  | <p>7. Kulit yang sudah bebentuk pola di emboss untuk pengecapan merk</p> <p>8. Proses penyatuan pola-pola yg sudah dipotong dan di scrub dijahit sesuai model yang diinginkan. Dikarenakan mesin jahit sudah lama, maka setiap dipakai benang sehingga sering putus-putus, menyebabkan waktu yang dibutuhkan lebih lama.</p> <p>9. Selanjutnya dilakukan proses finishing, diantaranya membersihkan lem, benang, bekas bollpoint, atau kotoran yang menempel sekaligus memeriksa apabila ada jahitan yang kuran tepat atau kurang baik.</p> <p>10. Kemudian pengemasan</p> |

Tabel: Profil UD “Hans Jaya”

| No. | Identitas UD “Hans Jaya” | |
|-----|--------------------------|---|
| 1. | Nama Perusahaan | “Hans Jaya” |
| 2. | Ijin Berdiri | Tahun 2003 |
| 3. | Nama Pemilik | Titis Arti Mintarsih |
| 4. | Alamat | Jl. Utama No 23 RT. 17 RW. 05 Dusun Kaweden, Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo |

UD “Hans Jaya” berusaha untuk bangkit lagi, dalam melakukan proses produksi, menggunakan mesin jahit, mesin scrab yang baru serta mesin emboss yang tidak lagi menyewa membawa impact pada proses produksi meningkat 60 % dari kondisi setelah pandemi covid 19. Demikian juga dalam manajemen keuangan masih menggunakan pola manajemen rumah tangga dan konvensional, apabila dilihat dari aspek keuangan dan akuntansinya, pencatatan keuangan masih sangat sederhana dan belum berdasarkan standard akuntansi, serta mengikuti perkembangan perubahan pemasaran secara online. Harapannya dengan menggunakan peralatan baru yang dimiliki sendiri (tidak menyewa) dan media pemasaran secara online, penjualan hasil produknya dapat kembali normal seperti sebelum ada bencana lumpur Lapindo dan pandemi covid 19. Keadaan ini masuk dalam pengembangan digital ekonomi.

B. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang terjadi pada UD “Hans Jaya” tersebut antara lain:

1. Aspek produksi:
Peralatan yang dimiliki, mesin embos yang masih menyewa membuat produk tas tidak optimal lagi.
2. Aspek manajemen keuangan
Dalam hal pembukuan, pencatatan keuangan masih sangat sederhana. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam melakukan analisis rugi laba. Perhitungan rugi laba dan rencana pengembangan accounting bookeeping (pembukuan keuangan) sudah dilakukan walaupun masih belum mengikuti standar akuntansi yang benar.
3. Aspek pemasaran
Pemasaran yang selama ini dilakukan masih bersifat konvensional, seperti penitipan penjualan di toko. Kondisi sekarang ada perubahan perilaku konsumen yang lebih senang berbelanja menggunakan media online, maka UD “Hans Jaya” juga harus mengikuti perkembangan dengan menggunakan pemasaran secara online.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Mitra pengusaha Tas Hans Jaya pengusul Program PKM bersama mitra sepakat untuk mengatasi permasalahan dengan berbagai cara diantaranya:

1. Membuat/mengadakan mesin jahitelektrik untuk menjahit Tas kulit dan Imitasi
2. Membuat/mengadakan mesin Emboss untuk memberi cap d memasang penutup tas
3. Untuk mengatasi masalah peningkatan ketrampilan penggunaan alat, pengusul bersama Mitra sepakat mengadakan pelatihan ketrampilan menggunakan mesin metode *Learning By Doing*.
4. Untuk mengatasi kelemahan pengelolaan usaha, pengusul PKM mengadakan Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Usaha, dan Pembukuan Sederhana.
5. Untuk meningkatkan pemasaran, pengusul PKM membantu pemasaran dengan cara Pelatihan pemasaran online dan digital marketing

C. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Mitra pengusaha CV Hans Jaya yang ditawarkan dan target luaran, maka pengusul Kegiatan PKM menyampaikan metode pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

Permasalahan di Bidang Produksi:

1. Pengadaan (TTG) Mesin jahit untuk membuat tas baik Kulit maupun Imitasi
2. Pengadaan Mesin Emboss untuyk membuat cap atau merk

Permasalahan dalam Bidang Manajemen

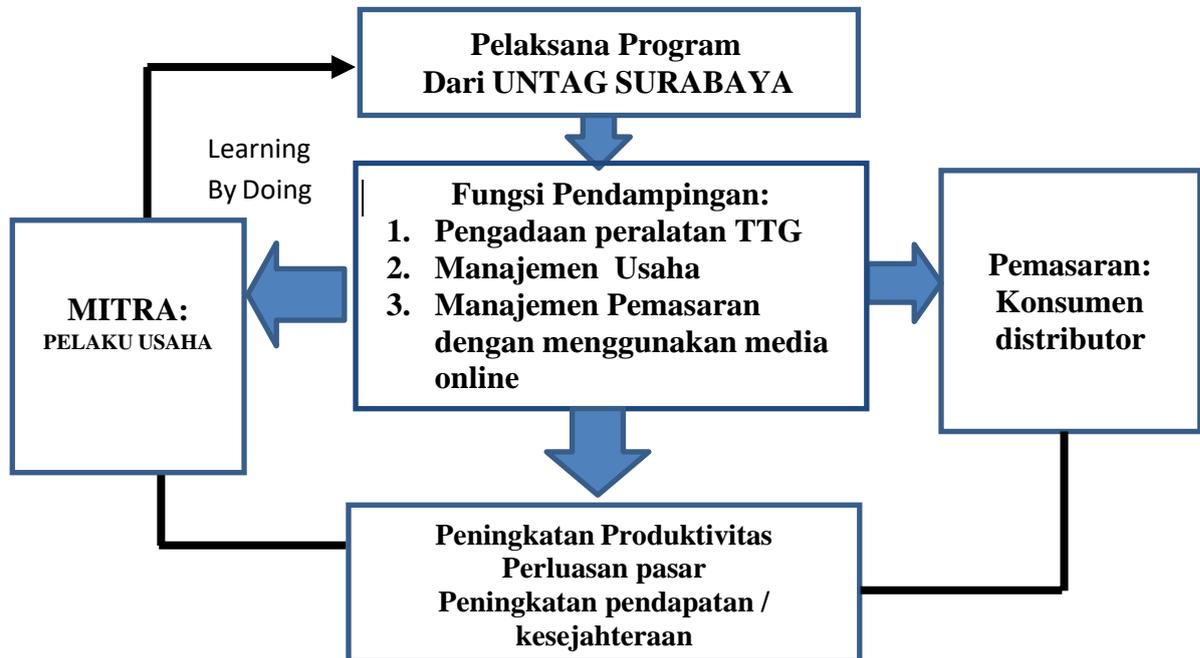
Mengadakan Pelatihan/Pendampingan Pengelolaan Usaha, pembukuan Sederhana.

Permasalahan Bidang Pemasaran

1. Mengadakan pelatihan dan pendampingan manajemen/Strategi Pemasaran
2. Menerapkan pemasaran secara on line

Tabel: Rencana Kegiatan dan Indikator Hasil

| No | Rencana kegiatan | Indikator hasil |
|-----------|--|--|
| A. | Aspek Produksi | |
| 1 | Pengadaan TTG | a.Tersedia TTG mesin jahit, b.Tersedianya Mesin Emboss |
| B. | Aspek Manajemen/Keuangan | |
| 1 | Pelatihan manajemen Usaha dan pengelolaan keuangan | Mitra memahami dan menerapkan hasil pelatihan |
| C. | Aspek Pemasaran Media Online | |
| 1 | Pendampingan manajemen pemasaran dengan menggunakan media online | Mitra memahami dan menerapkan pemasaran secara online |
| D | Monitoring dan evaluasi | 1). Mengena perubahan produksi (Efisiensi waktu dan biaya dalam proses penjahitan, seset dan emboss) 2)Peningkatan penjualan dengan media online 3.) Peningkatan pendapatan 60 % dari pendapatan setelah Covid 19. |



Gambar: Alur Pikir Pendampingan Dan Pelatihan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah kami (Tim Pelaksana) memperoleh informasi dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, bahwa Program PKM Hibah PT kami telah disetujui. Kami semua yang mendapat program PKM Hibah PT diundang oleh LPPM Untag Surabaya, guna mendapatkan pembekalan Pelaksanaan kegiatan tersebut. Maka sebagai tindak lanjut, kami segera melakukan koordinasi dengan Anggota Tim Pelaksanan tentang rencana Kegiatan akan kami lakukan, menentukan tahapan pelaksanaan kegiatan.

Tahap pertama Koordinasi dengan UKM yang menjadi Mitra, UKM yang kami Usulkan YAITU Ibu Titis dan Bapak Muhajir ,membahas hal-hal yang terkait dengan pelaksanaan PKM tersebut. Tahap berikutnya segera dilakukan survey untuk pengadaan barang peralatan yang akan di Introdusir Kepada UKM Mitra dan yang segera dibutuhkan oleh Mitra UKM, kemudian kami membeli peralatan dan kebutuhan untuk UKM dan segera melakukan Pelatihan dan pendampingan Adapun dengan dana yang ada hasil kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel: Hasil yang telah dicapai Pelaksanaan PKM Tas UKM "Hans Jaya" Tanggulangin

| No | Rencana | Realisasi |
|----|--|---|
| 1 | Koordinasi kegiatan dengan Mahasiswa | <p>Koordinasi dengan Mahasiswa</p>  |
| 2. | Koordinasi dengan UKM Hans jaya | <p>Koordinasi dengan UKM " Hans Jaya " untuk membahas pengadaan TTG dan kegiatan PKM</p>  |
| 3. | Rencana Teknis pengadaan TTG pengadaan mesin Jahit untuk menjahit tas Kulit maupun Imitasi sekalian serah terima mesin jahit | <p>Tersedianya mesin Jahit yang memadai untuk menjahit tas Kulit dan Tas Imitasi merk mesin Typikal sekalian serah terima mesin jahit</p> |

| | | |
|----------|---|---|
| <p>4</p> | <p>Rencana pelatihan menggunakan mesin jahit</p> |  <p>Proses Pelatihan menggunakan Msin jahit merk Typikal oleh penjual mesin jahit, dan dibimbing oleh pelaksana</p>  |
| <p>5</p> | <p>Rencana pengadaan mesin Emboss dan serah terima mesin Emboss</p> <p>Rencana mengadakan</p> | <p>Introduisir Mesin Embos</p>  |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | pelatihan manajemen Usaha dan pembukuan sederhana |  <p>Mengadakan pelatihan manajemen Usaha dan pembukuan sederhana</p>   |
|---|---|---|

| | | |
|----------|--|--|
| <p>7</p> | <p>Rencana Pelatihan marketing Online atau digital marketing</p> | <p>Pelatihan Pemasaran Online dan Digital marketing Oleh Mahasiswa ADBIS</p>  |
| <p>8</p> | <p>Rencana Pendampingan pembuatan Marketing Online (Digital marketing)</p> | <p>Pendampingan pembuatan Marketing Online (Digital marketing)</p>  |
| <p>9</p> | <p>Hasil Produksi merningkat</p> | <p>Realisasi Penngkatan hasil Produksi. dan Mesin Sudah dimanfaatkan meningkatkan produk</p> |

| | | |
|--|--------------------------------------|--|
| | <p>10 Hasil produksi tas lainnya</p> |   <p>Hasil Produksi Tas Imitasi</p>  |
|--|--------------------------------------|--|

| | | |
|--|--|--|
| | <p data-bbox="316 725 692 763">11 Produksi Dompet Kulit</p> | <p data-bbox="770 716 1235 797">Peningkatan hasil Produksi Tas dan Dompet Bahan Kulit</p>     |
|--|--|--|



D. SIMPULAN

Berdasarkan Permasalahan yang ada pada UMKM dan Pembahasan serta Rencana kegiatan selanjutnya maka Dapat disimpulkan hal-hal sebai Berikut :

1. Kegiatan PKM Hibah PT sangat Membantu Kelomp[ok Usaha Kecil Tas Hans Jaya tanggulangin, dapat menyerap tenaga kerja
2. UMK Hans Jaya sangat antusias mengikuti pelatihan teknis dan Motivasi serta manajemen Usaha.
3. Dengan adanya kegiatan ini pengusaha Tas Hans jaya akan lebih bersemangat dalam melakukan usahanya dan menularkan pada karyawannya.
4. Dengan adanya kegiatan PKM hibah PT, yang memfasilitasi mesin jahit dan mesin emboss, maka permintaan akan produk bagi UMK semakin meningkat.
5. Bagi Perguruan Tinggi sebagai bentuk pengabdian Masyarakat yang jelas nyata membantu masyarakat UKM yang membutuhkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan adanya Program Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang difasilitasi oleh Untag Surabaya melalui Lembaga penelitian dan pengabdian Masyarakat (LPPM) Untag Surabaya maka kami Pelaksana kegiatan ini menyampaikan:

1. Terimakasih kami sampaikan pada Pengurus Yayasan beserta Rektor yang telah mendanai Program Hibah PT untuk kegiatan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat hal, hal ini sangat membantu pada kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam Kegiatan Dharma 2 (Penelitian) dan 3 (Pengabdian Masyarakat) dimana hasil dari kegiatan ini dapat menunjang Dharma 1 (Pendidikan).
2. Terimakasih Juga kami sampaikan pada ketua LPPM Untag Surabaya beserta Tim yang telah memfasilitasi segalanya untuk kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, dengan adanya LPPM inilah, maka kegiatan Hibah PT ini dapat membantu para Dosen untuk melaksanakan Kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

3. Terimakasih kami sampaikan juga kepada Mitra UMK Hans Jaya” yang telah bekerjasama sengan tim Pengabdian Untag Surabaya, untuk kegiatan Pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. (2015). *Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan*. Surakarta: BPK FEB UMS.
- Achmad, Nur., Saputro, Edy Purwo dan Handayani, Sih. (2016). *Kewirausahaan di Era Digital*. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Achmad, Nur dan Saputro, Edy Purwo. (2015). *Isu Riset Kewirausahaan*. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Alma, Buchari. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung, Alfabeta.
- Effendy, Mochtar. (2010). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Tuntunan Untuk Praktisi*. Yayasan Penerbit Al-Mukhtar: Palembang.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan* Ed. 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (2012). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 8th Edition, Prentic
- Tambunan.T., (2009). *UMKM di Indonesia* .Ghalia Indonesia : Jakarta.