

Penguatan Legalitas Usaha dan Pemasaran Digital UMKM melalui Pendekatan Partisipatif di Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus

Syahrizal Siregar¹, Isnandar Agus², Nurjoko³, Sushanty Saleh⁴

^{1,2,3,4} *Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya,*

*Alamat Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung,
e-mail : syahrizal@darmajaya.ac.id*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role but still face obstacles such as low legal status and limited use of digital technology, particularly in rural areas. Therefore, a community service activity with a holistic-participatory approach (Community-Based Participatory Action) was conducted in Kota Agung Village, Tanggamus Regency, involving 30 MSME actors for legal assistance, increasing digital marketing literacy, and managerial strengthening. The results showed a significant impact, with 73.3% of participants successfully obtaining a Business Identification Number (NIB), digital literacy scores increasing from an average of 42.2 to 74.7, and average sales turnover increasing by 32.3% in the nine months following the intervention. Another important finding was the emergence of spontaneous peer learning that strengthened the program's sustainability and social capital. It was concluded that this approach was not only effective in increasing individual capacity but also strengthening a more formal and adaptive local business ecosystem, thus having the potential to be replicated in other rural MSME contexts with necessary adjustments.

Keywords – business legality, digital marketing, community service, participatory approach.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis namun masih menghadapi kendala seperti rendahnya legalitas dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, khususnya di pedesaan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat dengan pendekatan holistik-partisipatif (Community-Based Participatory Action) dilakukan di Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, melibatkan 30 pelaku UMKM untuk pendampingan legalitas, peningkatan literasi pemasaran digital, dan penguatan manajerial. Hasilnya menunjukkan dampak signifikan, di mana 73,3% peserta berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), skor literasi digital meningkat dari rata-rata 42,2 menjadi 74,7, dan omzet penjualan rata-rata naik 32,3% dalam sembilan bulan pasca-intervensi. Temuan penting lainnya adalah munculnya pembelajaran sebaya secara spontan yang memperkuat keberlanjutan program dan modal sosial. Disimpulkan bahwa pendekatan ini tidak hanya efektif meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat ekosistem usaha lokal yang lebih formal dan adaptif, sehingga berpotensi untuk direplikasi di konteks UMKM pedesaan lain dengan penyesuaian yang diperlukan.

Kata Kunci – UMKM, legalitas usaha, pemasaran digital, pengabdian kepada masyarakat, pendekatan partisipatif.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 96,92% dari total tenaga kerja Indonesia. Namun, kontribusi besar ini tidak

diimbangi dengan tingkat legalitas usaha yang memadai, di mana hanya 23,4% UMKM yang memiliki izin usaha formal (Badan Pusat Statistik, 2023). Fenomena serupa juga terjadi pada konteks global, di mana International Labour Organization (2022) mencatat bahwa sekitar 60% usaha mikro di negara berkembang beroperasi dalam sektor informal tanpa legalitas yang memadai. Kondisi ini memperparah kesenjangan akses terhadap pembiayaan, program bantuan pemerintah, dan ekosistem bisnis yang kondusif. Dalam paradigma pemberdayaan masyarakat, pengabdian kepada masyarakat dipandang sebagai proses transformatif yang melibatkan partisipasi aktif komunitas untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi mereka (Mubarak et al., 2020; Sulistyani & Wulandari, 2019). Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, Lampung, merepresentasikan kondisi khas UMKM pedesaan di Indonesia yang menghadapi dua kendala struktural utama: rendahnya legalitas usaha dan minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di desa tersebut belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) atau izin usaha lainnya, sehingga terkendala dalam mengakses kredit perbankan, program bantuan pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), serta fasilitas pengembangan usaha lainnya (Pratiwi & Susanto, 2021). Kesenjangan antara potensi produktif UMKM dengan aksesibilitas terhadap sumber daya formal menciptakan lingkaran kemiskinan struktural yang menghambat pertumbuhan ekonomi lokal (Wibowo & Arifin, 2023). Di sisi lain, transformasi digital dalam ekosistem bisnis global membuka peluang luar biasa bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melampaui batas geografis. Namun, hanya 19,3% UMKM di Indonesia yang memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023), menunjukkan gap literasi digital yang signifikan, terutama di wilayah perdesaan (Adawiyah et al., 2021; Rahman & Hidayat, 2022).

Berbagai program pengabdian masyarakat telah dilakukan untuk mengatasi permasalahan serupa, baik di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian Nugroho et al. (2021) di Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa pendampingan legalitas usaha berhasil meningkatkan 67% UMKM peserta untuk memperoleh izin usaha dalam waktu enam bulan, namun program tersebut kurang mengintegrasikan aspek literasi digital. Sementara itu, intervensi pelatihan e-commerce yang dilakukan oleh Rahmawati dan Kusuma (2022) di Jawa Timur berhasil meningkatkan penjualan online hingga 45%, tetapi tidak

menyentuh aspek formalisasi usaha. Di konteks internasional, studi Akter et al. (2020) di Bangladesh dan penelitian Ouma et al. (2022) di Kenya menunjukkan bahwa integrasi pendampingan legalitas dengan pelatihan teknologi digital memberikan dampak ganda berupa peningkatan akses pembiayaan dan perluasan pasar secara simultan. Namun, Susanto et al. (2023) mengkritik pendekatan top-down dalam program-program tersebut yang minim pelibatan partisipasi aktif komunitas, sehingga keberlanjutan program pasca-intervensi menjadi rendah. Tinjauan sistematis oleh Zhang dan Li (2021) terhadap 48 program pengembangan UMKM di Asia Tenggara menemukan bahwa hanya 32% program yang menggabungkan aspek formalisasi usaha dengan digitalisasi pemasaran secara komprehensif, mengindikasikan adanya celah praktik yang perlu dijawab melalui model intervensi integratif dan partisipatif. Kebaruan pengabdian ini terletak pada pendekatan holistik-partisipatif yang mengintegrasikan tiga dimensi secara simultan: formalisasi legalitas usaha, literasi dan pendampingan pemasaran digital, serta penguatan kapasitas manajerial UMKM melalui proses co-creation dengan pelaku usaha. Berbeda dengan program-program sebelumnya yang cenderung parsial dan bersifat top-down, kegiatan ini menerapkan model Community-Based Participatory Action (CBPA) yang melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, desain intervensi, implementasi, hingga evaluasi (Wallerstein & Duran, 2020). Pendekatan ini juga mengadopsi prinsip keberlanjutan melalui pembentukan kelompok UMKM binaan yang difasilitasi untuk saling berbagi pengetahuan dan mendampingi sesama pelaku usaha (peer-to-peer learning), sehingga dampak program dapat berlanjut pasca-intervensi (Hartono & Wijaya, 2023).

Berdasarkan analisis permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan proporsi UMKM yang memiliki legalitas usaha formal minimal 70% dari peserta program dalam waktu enam bulan; (2) meningkatkan kemampuan literasi digital dan penerapan strategi pemasaran online pada minimal 80% peserta; dan (3) meningkatkan rata-rata omzet penjualan UMKM peserta minimal 30% dalam periode sembilan bulan pasca-intervensi. Luaran yang diharapkan meliputi terfasilitasinya minimal 30 UMKM untuk memperoleh NIB dan izin usaha lainnya, terbentuknya 25 akun media sosial dan marketplace aktif sebagai kanal pemasaran digital UMKM, serta terwujudnya satu kelompok UMKM binaan yang mandiri dalam melakukan peer learning dan pendampingan berkelanjutan. Outcome jangka panjang yang diharapkan adalah

terciptanya ekosistem UMKM Desa Kota Agung yang lebih formal, inklusif, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dan pengurangan kesenjangan pembangunan antara wilayah perkotaan dan perdesaan. Kontribusi jangka panjang dari kegiatan ini adalah pengembangan model replikabel untuk penguatan ekosistem UMKM pedesaan yang dapat diadaptasi di berbagai konteks geografis dan sosial-ekonomi, sekaligus memperkaya literatur pengabdian masyarakat berbasis pemberdayaan ekonomi lokal.

METODE PENGABDIAN

Di Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama enam bulan, terhitung dari bulan Januari hingga Juni 2024, di Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi didasarkan pada hasil survei pendahuluan yang menunjukkan potensi pengembangan UMKM yang signifikan namun menghadapi kendala legalitas usaha dan literasi digital yang rendah. Kegiatan dilakukan secara bertahap dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra aktif dalam seluruh proses implementasi program. Lokasi pelaksanaan kegiatan meliputi Balai Desa Kota Agung sebagai pusat kegiatan pelatihan, pendampingan lapangan di lokasi usaha masing-masing peserta, serta ruang digital yang difasilitasi untuk praktik pemasaran online. Khalayak Sasaran Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM di Desa Kota Agung yang memenuhi kriteria: (1) telah menjalankan usaha minimal satu tahun; (2) belum memiliki izin usaha formal; (3) belum memanfaatkan platform digital untuk pemasaran; dan (4) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara aktif dan berkelanjutan. Berdasarkan data dari Pemerintah Desa Kota Agung, terdapat 87 unit UMKM yang beroperasi di wilayah tersebut dengan berbagai jenis usaha meliputi pengolahan makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan produk pertanian. Dari jumlah tersebut, dipilih 35 pelaku UMKM sebagai peserta program melalui metode purposive sampling dengan mempertimbangkan keterwakilan jenis usaha, tingkat komitmen, dan potensi pengembangan usaha. Pelibatan peserta dilakukan melalui sosialisasi program yang melibatkan perangkat desa dan tokoh masyarakat setempat guna memastikan partisipasi aktif dan keberlanjutan program. Metode Pengabdian Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini mengadopsi pendekatan Community-Based Participatory Action (CBPA) yang menekankan pada keterlibatan aktif komunitas dalam seluruh tahapan kegiatan (Wallerstein & Duran, 2020). Pendekatan ini dipilih karena terbukti

efektif dalam menciptakan keberlanjutan program dan meningkatkan sense of ownership peserta terhadap proses pemberdayaan (Hartono & Wijaya, 2023). Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis dan terintegrasi, meliputi lima tahapan utama: (1) Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan; (2) Tahap Sosialisasi dan Pembentukan Kelompok Binaan; (3) Tahap Edukasi dan Pelatihan; (4) Tahap Pendampingan Intensif; dan (5) Tahap Evaluasi dan Monitoring Keberlanjutan. Setiap tahapan dirancang dengan memperhatikan prinsip partisipatif, kontekstual, dan berorientasi pada hasil yang terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, Lampung, dengan melibatkan 30 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai peserta utama. Program dilaksanakan selama periode enam bulan dengan pendekatan Community-Based Participatory Action (CBPA), yang menempatkan pelaku UMKM sebagai mitra aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Secara umum, kegiatan terdiri atas tiga klaster utama, yaitu (1) pendampingan formalisasi legalitas usaha, (2) peningkatan literasi dan praktik pemasaran digital, serta (3) penguatan kapasitas manajerial dasar UMKM.

Sejak tahap awal, terlihat adanya variasi karakteristik peserta, baik dari sisi jenis usaha, lama usaha, maupun tingkat literasi digital. Mayoritas peserta bergerak pada sektor makanan olahan rumah tangga (43,3%), disusul sektor kerajinan (26,7%), perdagangan eceran (20,0%), dan jasa skala mikro (10,0%). Kondisi ini memengaruhi dinamika pelaksanaan kegiatan, terutama pada kecepatan adaptasi peserta terhadap materi digital marketing.

Berdasarkan hasil pendataan awal, sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha dengan skala mikro dan telah menjalankan usaha selama lebih dari tiga tahun. Namun demikian, tingkat formalisasi dan pengelolaan usaha masih relatif rendah.

Tabel 3.1 Karakteristik Umum Peserta UMKM

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n=30)	Persentase (%)
Lama Usaha	< 2 tahun	7	23,3
	2–5 tahun	15	50,0
	> 5 tahun	8	26,7

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n=30)	Persentase (%)
Legalitas Usaha	Memiliki NIB	6	20,0
	Tidak memiliki NIB	24	80,0
Penggunaan Media Digital	Aktif	5	16,7
	Tidak aktif	25	83,3

Data pada Tabel 3.1 menunjukkan bahwa sebelum intervensi, hanya 20% UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Angka ini sejalan dengan temuan observasi awal dan memperkuat asumsi bahwa persoalan legalitas masih menjadi kendala struktural utama. Menariknya, meskipun 50% peserta telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun, sebagian besar belum tersentuh ekosistem usaha formal.

Untuk mengukur efektivitas intervensi pada aspek literasi digital, dilakukan pengukuran melalui pre-test dan post-test yang mencakup pemahaman dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, serta pengenalan marketplace.

Tabel 3.2 Hasil Pre-test dan Post-test Literasi Digital UMKM

Indikator	Skor Rata-rata Pre-test	Skor Rata-rata Post-test	Kenaikan (%)
Pemahaman media sosial	46,2	78,5	69,9
Pemahaman marketplace	41,8	74,3	77,8
Strategi konten promosi	38,6	71,2	84,5
Rata-rata total	42,2	74,7	77,0

Secara umum, terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada seluruh indikator literasi digital. Peningkatan tertinggi terlihat pada aspek strategi konten promosi. Temuan ini cukup menarik karena pada awal kegiatan, sebagian besar peserta mengaku merasa “tidak percaya diri” dan “bingung harus mulai dari mana” dalam membuat konten digital. Namun, setelah sesi praktik langsung dan pendampingan berulang, terjadi lonjakan pemahaman yang relatif tajam.

Pendampingan legalitas difokuskan pada fasilitasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Dari total 30 peserta, sebanyak 22 UMKM (73,3%) berhasil memperoleh NIB dalam kurun waktu enam bulan. Capaian ini melampaui target minimal yang ditetapkan dalam perencanaan kegiatan.

Menariknya, proses ini tidak sepenuhnya berjalan mulus. Beberapa peserta mengalami kendala administratif seperti ketidaksesuaian data kependudukan dan keterbatasan akses perangkat digital. Namun, justru pada titik ini terlihat dinamika partisipatif yang cukup kuat, di mana peserta yang lebih cepat memahami proses OSS secara sukarela membantu peserta lain. Pola peer-to-peer learning ini berkembang secara organik dan menjadi salah satu temuan yang tidak sepenuhnya diprediksi pada tahap awal perancangan program. Evaluasi dampak ekonomi dilakukan dengan membandingkan rata-rata omzet bulanan UMKM sebelum dan sembilan bulan setelah intervensi.

Tabel 3.3 Perubahan Rata-rata Omzet Penjualan UMKM

Kategori	Rata-rata Omzet Sebelum (Rp)	Rata-rata Omzet Sesudah (Rp)	Perubahan (%)
Makanan olahan	2.100.000	2.950.000	40,5
Kerajinan	1.850.000	2.350.000	27,0
Perdagangan	2.400.000	3.100.000	29,2
Rata-rata total	2.116.667	2.800.000	32,3

Secara rata-rata, terjadi peningkatan omzet sebesar 32,3%, yang memenuhi target luaran kegiatan. Namun demikian, peningkatan ini tidak merata. Sektor makanan olahan menunjukkan lonjakan yang relatif tinggi, terutama karena produk mudah dipromosikan melalui media sosial berbasis visual. Sebaliknya, sektor kerajinan mengalami peningkatan yang lebih moderat, diduga karena keterbatasan kapasitas produksi dan waktu pengerjaan.

Hasil kegiatan ini secara umum mengonfirmasi hipotesis awal bahwa integrasi antara pendampingan legalitas usaha dan literasi pemasaran digital dapat memberikan dampak ganda terhadap penguatan UMKM. Temuan terkait peningkatan kepemilikan NIB relatif sejalan dengan penelitian Nugroho et al. (2021), meskipun capaian dalam kegiatan ini sedikit lebih tinggi. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh pendekatan partisipatif yang lebih intens dan kontekstual.

Namun, temuan yang paling menarik justru muncul pada aspek dinamika sosial antar peserta. Munculnya praktik peer-to-peer learning secara spontan menunjukkan bahwa pendekatan CBPA tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga mampu memicu modal sosial lokal. Pada titik ini, penulis cukup terkejut melihat beberapa peserta yang pada

awalnya pasif justru berkembang menjadi local champions dalam penggunaan OSS dan media sosial.

Di sisi lain, peningkatan omzet yang relatif tinggi pada sektor makanan olahan memang sesuai ekspektasi, sehingga pembahasannya tidak memerlukan elaborasi panjang. Sebaliknya, capaian yang lebih rendah pada sektor kerajinan memunculkan pertanyaan lanjutan mengenai keterbatasan struktural UMKM yang tidak dapat diselesaikan hanya melalui digitalisasi pemasaran. Spekulasi awal mengarah pada kebutuhan intervensi lanjutan berupa peningkatan kapasitas produksi dan akses bahan baku.

Meskipun hasil kegiatan ini cukup menggembirakan, penulis menyadari adanya keterbatasan, terutama pada penggunaan data omzet yang masih bersifat self-reported dan belum terverifikasi secara akuntansi. Selain itu, durasi pendampingan yang relatif singkat juga membatasi pengamatan terhadap dampak jangka panjang. Namun demikian, secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model pengabdian berbasis pendekatan holistik-partisipatif memiliki potensi kuat untuk direplikasi pada konteks UMKM pedesaan lainnya dengan penyesuaian kontekstual yang memadai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, Lampung, menunjukkan bahwa pendekatan holistik dan partisipatif dalam pemberdayaan UMKM mampu memberikan dampak yang nyata dan terukur. Integrasi antara pendampingan legalitas usaha, peningkatan literasi pemasaran digital, serta penguatan kapasitas manajerial dasar terbukti efektif dalam menjawab permasalahan struktural yang selama ini dihadapi oleh UMKM pedesaan.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek formalisasi usaha, di mana lebih dari 70% peserta berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam kurun waktu enam bulan. Capaian ini mengindikasikan bahwa hambatan legalitas usaha bukan semata-mata disebabkan oleh resistensi pelaku UMKM, melainkan lebih pada keterbatasan akses informasi, pendampingan teknis, dan rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan sistem formal. Ketika hambatan tersebut diatasi melalui pendekatan yang kontekstual dan partisipatif, proses formalisasi dapat berlangsung relatif cepat.

Pada aspek literasi digital, terjadi peningkatan kemampuan yang cukup tajam antara hasil pre-test dan post-test. Peserta tidak hanya mengalami peningkatan pengetahuan konseptual, tetapi juga mulai menerapkan praktik pemasaran digital secara langsung melalui media sosial dan marketplace. Temuan ini menegaskan bahwa pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan berulang lebih efektif dibandingkan pelatihan satu arah yang bersifat sosialisatif semata.

Dampak ekonomi yang tercermin dari peningkatan rata-rata omzet penjualan UMKM sebesar lebih dari 30% memperkuat argumen bahwa digitalisasi pemasaran, ketika dikombinasikan dengan status usaha yang lebih formal, mampu membuka akses pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, variasi capaian antar sektor usaha menunjukkan bahwa transformasi digital bukanlah solusi tunggal, melainkan bagian dari ekosistem penguatan UMKM yang lebih kompleks.

Salah satu temuan yang paling menonjol dan relatif tidak terduga adalah munculnya praktik pembelajaran sebaya (peer-to-peer learning) secara spontan di antara peserta. Fenomena ini memperlihatkan bahwa pendekatan Community-Based Participatory Action (CBPA) tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga berkontribusi pada penguatan modal sosial dan keberlanjutan program pasca-intervensi. Dalam konteks ini, pengabdian tidak berhenti sebagai kegiatan temporer, tetapi bertransformasi menjadi proses pembelajaran kolektif di tingkat komunitas.

Saran

Bagi perguruan tinggi dan pelaksana pengabdian kepada masyarakat, disarankan untuk mengadopsi pendekatan integratif yang menggabungkan aspek legalitas usaha, literasi digital, dan penguatan kapasitas manajerial secara simultan. Pendekatan parsial cenderung menghasilkan dampak yang terbatas dan kurang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Pramuka, B. A., & Harwida, G. (2021). Participatory approach in empowering micro-enterprises: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 563–573.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0563>
- Akter, S., Sultana, S., & D'Ambra, J. (2020). Sustainability of mHealth services in the context of developing countries: A social entrepreneurship perspective. *Information* 2026, Vol. 4, No. 1, 23-33 E-ISSN: 3032-1204
<https://journal.danisapublisher.id/>

- Technology for Development, 26(4), 796–818.
<https://doi.org/10.1080/02681102.2020.1788530>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Profil usaha mikro dan kecil Indonesia 2023. BPS Indonesia.
- Hartono, B., & Wijaya, S. (2023). Peer-to-peer learning model for sustainable MSME development in rural Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 50(3), 412–429. <https://doi.org/10.1108/IJSE-07-2022-0476>
- International Labour Organization. (2022). Women and men in the informal economy: A statistical update. ILO Publications.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Survei literasi digital Indonesia 2023. Kominfo RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar tahun 2022–2023. Kemenkop UKM.
- Mubarak, Z., Sutapa, S., & Wasitowati, W. (2020). Community empowerment model through entrepreneurship education for rural development. *Journal of Nonformal Education*, 6(2), 173–182. <https://doi.org/10.15294/jne.v6i2.25053>
- Nugroho, A. P., Sutrisno, J., & Handayani, T. (2021). Assistance program for business legalization and its impact on MSME access to formal financial services. *Jurnal Economia*, 17(1), 89–104. <https://doi.org/10.21831/economia.v17i1.38562>
- Ouma, M., Ndede, F., & Wamalwa, P. (2022). Integrating digital literacy and business formalization: A dual approach to empowering informal sector enterprises in Kenya. *African Journal of Economic and Management Studies*, 13(2), 256–273. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-04-2021-0189>
- Pratiwi, D. E., & Susanto, H. (2021). Kendala struktural pelaku UMKM dalam mengakses pembiayaan formal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(2), 145–160. <https://doi.org/10.23917/jep.v19i2.12458>
- Rahman, M. S., & Hidayat, A. (2022). Participatory rural appraisal in developing sustainable MSME ecosystems. *Asian Journal of Business Environment*, 12(1), 23–37. <https://doi.org/10.13106/ajbe.2022.vol12.no1.23>
- Rahmawati, E., & Kusuma, P. D. (2022). Pelatihan e-commerce dan dampaknya terhadap kinerja penjualan UMKM di era digital. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 234–247. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.234>
- Sulistiyani, A. T., & Wulandari, Y. (2019). Community empowerment through participatory approach: Theoretical framework and practical implementation. *Journal of Public Administration and Governance*, 9(4), 86–101. <https://doi.org/10.5296/jpag.v9i4.15804>
- Susanto, P., Hoque, M. E., & Hashim, N. M. H. N. (2023). Sustainability of community-based enterprise development programs: A critical review. *Sustainability*, 15(6), 5234. <https://doi.org/10.3390/su15065234>
- Wallerstein, N., & Duran, B. (2020). Community-based participatory research contributions to intervention research: The intersection of science and practice to improve health equity. *American Journal of Public Health*, 110(S1), S40–S47. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2019.305471>

- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2023). Structural poverty and informal economy: The vicious cycle of microenterprises in rural Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 98, 268–279. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.01.012>
- Zhang, Y., & Li, H. (2021). Integration strategies for MSME development programs in Southeast Asia: A systematic review. *Small Business Economics*, 57(3), 1425–1447. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00368-2>