

Produksi Foto dan Video Profil Sebagai Daya Dukung Bagi Komunitas UMKM Crafter Berkembang Menuju UMKM Naik Kelas

Production Of Profile Photos and Videos As A Support for The UMKM Crafter Community to Develop Towards UMKM Naik Kelas

Nidyah Widyamurti^{*1}, Dedy Eka Timbul Prayoga², Ibnu Kuncorobroto³, Alfian Setyawan⁴, Sigied Himawan
Yudhanto⁵, I Gusti Ngurah Tri Marutama⁶, Hermansyah Muttaqin⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Research Group Komunikasi Visual

¹ Research Group Pusat Studi Pendampingan Koperasi dan UMKM

^{1,2,3,4,5,6,7} Prodi Sarjana Terapan Desain Media Digital - Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta

E-mail: nidyah_123@staff.uns.ac.id^{*1}, dedyeka@staff.uns.ac.id², ibnukuncorobroto@staff.uns.ac.id³,

alfan_setyawan@staff.uns.ac.id⁴, sigiedhy@staff.uns.ac.id⁵, marutama@staff.uns.ac.id⁶,

hermansyah_m@staff.uns.ac.id⁷

Abstrak

Komunitas Crafter Solo Raya (KCSR) merupakan wadah pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) perajin barang kerajinan (*crafter*) di wilayah Solo Raya. Ada sekitar 45 UMKM *crafter* yang bergabung dan ingin berkembang bersama. Beberapa permasalahan yang dihadapi KCSR relatif sama dengan UMKM pada umumnya, yaitu berkaitan dengan penggunaan teknologi. Perajin yang berada di kisaran usia setengah baya mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan teknologi, terutama dalam penyediaan profil produk, profil pengelola, dan profil komunitas baik dalam bentuk cetak maupun digital. Padahal semuanya merupakan unsur penting dalam organisasi dan sangat dibutuhkan dalam kerjasama dengan pihak lain seiring dengan rencana pengembangan KCSR sebagai komunitas berbadan hukum dan 'Naik Kelas'. Kegiatan dengan TKT Level 5 ini merupakan pembuktian konsep fungsi dan/atau karakteristik penting secara analitis dan eksperimental. Pelatihan fotografi dan produksi video profil ini telah meningkatkan performa produk dan *brand* KCSR sebagai salah satu komunitas perajin produk kerajinan yang memiliki identitas *brand* yang jelas dan tersedianya foto dan video yang siap digunakan untuk aktivitas publikasi dan kerjasama dengan berbagai pihak. Dengan pengetahuan dan keterampilan fotografi dan videografi praktis yang dimiliki anggota KCSR, mereka sudah *aware* dengan teknologi dan mampu mengoperasikan kamera *handphone* secara mandiri dan berdaya pada aspek ekonomi dengan dukungan karya foto dan video mereka.

Keywords: fotografi; Komunitas Crafter Solo Raya; produk kerajinan; UMKM Naik Kelas; video profil

* *Corresponding author:*

Citation: Widyamurti, Nidyah et al. (2025). Produksi Foto dan Video Profil Sebagai Daya Dukung Bagi Komunitas UMKM Crafter Berkembang Menuju UMKM Naik Kelas. *Journal of Cooperative, Small, and Medium Enterprise Development*, 4(2), 15-25. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v3i1.110174>

PENDAHULUAN

UMKM memiliki kontribusi besar dalam menyelesaikan masalah nasional, dalam hal penciptaan lapangan kerja dan kontribusi peningkatan nilai PDB di Indonesia (Raully Sijabat, 2020). UMKM menghasilkan produk unggul bernilai ekonomi tinggi, terhubung ke pembiayaan formal, dan terintegrasi ke dalam rantai pasok industri nasional, bahkan global (Masduki et al., 2024).

Agar mudah mengakses berbagai fasilitas dan program pemberdayaan, serta menjadi bagian dari program pemberdayaan dari pemerintah daerah, beberapa UMKM bergabung membentuk komunitas dan berkegiatan bersama. Sebagian komunitas UMKM diarahkan menjadi organisasi berbadan hukum agar memiliki legalitas dan perlindungan hukum yang jelas. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan, lembaga hukum yang tepat untuk komunitas UMKM adalah Perkumpulan atau Koperasi. (Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2021) merupakan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang lembaga Koperasi untuk UMKM. Didalamnya dinyatakan, bahwa Koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya (Pasal 4). Dengan nilai-nilai yang mendasarinya, kegiatan Koperasi bersifat: kekeluargaan, menolong diri sendiri, bertanggung jawab, demokrasi, persamaan, berkeadilan, dan kemandirian (Pasal 5), sehingga diharapkan akan membantu meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Pasal 2 menyebutkan bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi Koperasi dan UMKM yang dilakukan melalui: pembinaan dan pemberian fasilitas. Sedangkan dalam (Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2008) Pemerintah RI merumuskan kebijakan tentang pengembangan UMKM melalui: pemberdayaan, iklim usaha, pengembangan usaha, pembiayaan dan pinjaman, serta kemitraan. Dalam konsep UMKM Naik Kelas, dengan pembinaan dan fasilitas dari pemerintah UMKM akan difasilitasi untuk berkembang meningkatkan kualitas dirinya dan terbuka peluang pengembangan usaha yang lebih baik (Rinaldi & Fatmarani, 2023). Untuk itu, UMKM perlu mempersiapkan beberapa media komunikasi visual yang menampilkan profil mereka dengan lebih menarik (Zahra Firdausya et al., 2023).

Era digital saat ini, transformasi dan penguatan ekosistem digital menjadi program yang menyentuh berbagai lini. Akselerasi digitalisasi dari kota hingga desa akan meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM. Digitalisasi UMKM merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek usaha, seperti: produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan administrasi dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. UMKM digerakkan untuk menggunakan *platform* digital seperti: situs *website*, media sosial, aplikasi *mobile*, dan *e-commerce* dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha di pasar global melalui akses ke *platform e-commerce* dan pasar digital (Zahra Firdausya et al., 2023).

Manfaat teknologi digital bagi UMKM antara lain: mampu menjangkau basis konsumen yang lebih besar, meningkatkan pendapatan, memudahkan *monitoring* aktivitas usaha, serta menurunkan

biaya, khususnya biaya pemasaran, logistik, dan pengiriman. Teknologi digital juga telah menunjang program peningkatan inklusi keuangan (adhi004, 2022).

Informasi merupakan data yang diproses untuk meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Seiring berkembangnya teknologi, informasi semakin mudah diakses dan diperoleh dan akurat. Kini banyak sekali media yang menjadi sebagai sarana penyampaian informasi dan tidak lepas dari peran kemajuan teknologi itu sendiri. Menurut Sutabri dalam (Anjeli et al., 2022) informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Informasi juga merupakan data dari sumber terpercaya yang diberikan untuk berbagai keperluan. Informasi juga harus mengandung pengetahuan yang bermanfaat bagi penerimanya dan mempunyai tujuan tertentu untuk mengambil sebuah keputusan. Foto dan video juga merupakan media informasi.

Foto dan video merupakan media komunikasi visual yang akan menyampaikan informasi terkait suatu entitas dengan lebih menarik. Akbar dan Anggalih (2023) menyatakan video profil adalah jenis video yang diciptakan untuk mengenalkan suatu perusahaan atau merek kepada calon audiens. Pratama & Junianto (2022) juga sependapat, dimana video profil merupakan sebuah upaya untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan diri secara persuasif dan mempromosikan diri melalui media visual kepada masyarakat.

Video profil pada umumnya memuat informasi tentang profil suatu perusahaan dan produk yang diproduksi. Tujuan dari informasi yang disampaikan adalah membentuk persepsi positif atas reputasi perusahaan, meningkatkan penjualan, atau menambah hubungan kerjasama dengan *stakeholder*. Di era digital ini, video profil biasanya dipublikasikan di berbagai *platform* sosial media, situs *website* perusahaan, atau media digital lainnya.

Sebagai komunitas UMKM perajin produk kerajinan atau *Crafter* di wilayah Solo Raya (Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Klaten) KCSR menyadari, bahwa untuk mengembangkan usaha dan organisasi mereka di era digital dibutuhkan media komunikasi visual dalam bentuk foto dan video yang bisa menampilkan profil, produk, dan kegiatan mereka dengan jelas dan menarik, sehingga merasa percaya diri ketika menjalin kerjasama dengan berbagai pihak.

Anggota KCSR sepakat berkolaborasi membentuk komunitas yang bisa mewadahi kegiatan pengembangan usaha mereka dan melakukan kegiatan positif lainnya. KCSR dibentuk dari sekitar 25 UMKM yang dulu tergabung dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (PLUT-KUMKM Mandiri) Kabupaten Sukoharjo. PLUT-KUMKM adalah lembaga yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dalam rangka memberikan jasa layanan yang komprehensif dan terpadu bagi pengembangan usaha Koperasi dan UMKM. PLUT-KUMKM dibentuk oleh Kementerian Koperasi dan UMKM sebagai fasilitator bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing di tingkat provinsi, nasional, hingga global (Permenkop UKM RI Nomor 09/Per/M.KUKM/XII/2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Program Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM, 2013).

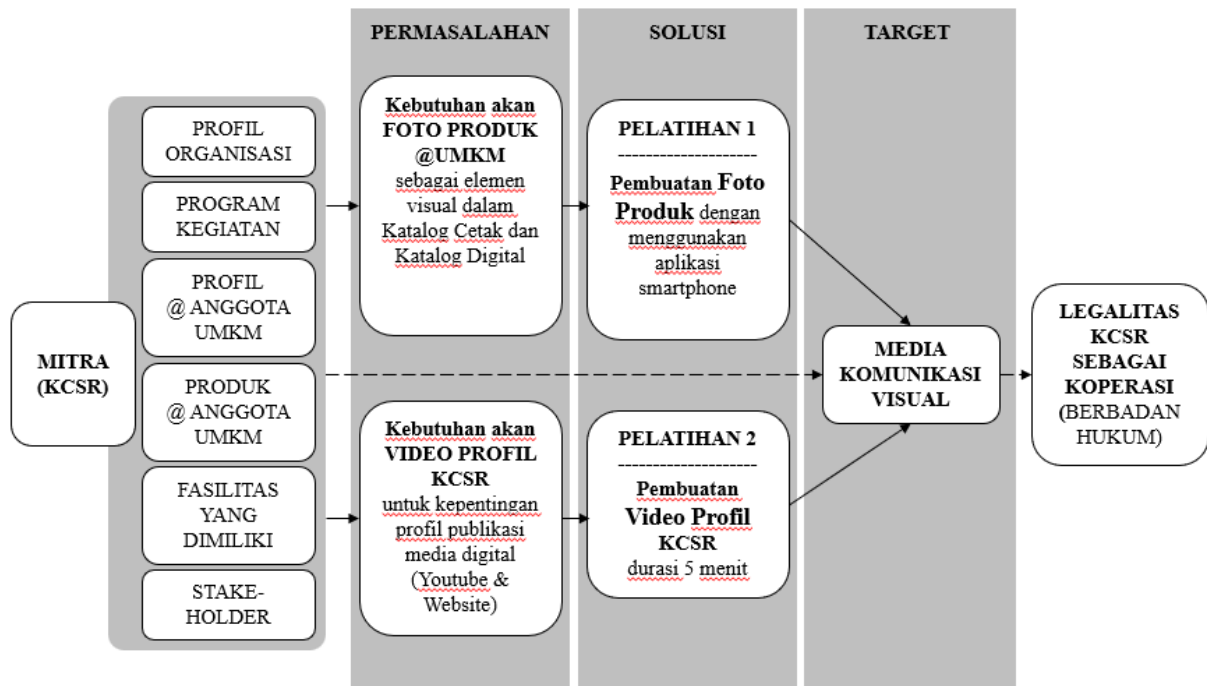
Tujuan kegiatan diarahkan pada penyiapan material *marketing kits* berupa foto produk dan video profil yang akan menunjukkan *positioning* KCSR di tahun 2025 sebagai komunitas perajin produk kerajinan di Kota Solo yang punya eksistensi tinggi. Karya fotografi dalam bentuk foto produk dan foto profil, serta video profil dalam durasi pendek menjadi luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat kali ini. Karya diproses dengan metode *creative thinking process*, dimana data perancangan akan diperoleh dari hasil observasi secara langsung dan tidak langsung, wawancara dengan Ketua dan Pengurus KCSR, diperkaya dengan jejak digital dan dokumentasi kegiatan KCSR sebelumnya. Literasi dari berbagai jurnal, artikel, dan beragam media digital menjadi data tambahan yang akan menciptakan pesan komunikasi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Foto Produk dan Foto Profil, serta Video Profil KCSR diproduksi sebagai bagian dari penyiapan daya dukung KCSR untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam periode bulan Juli s.d Nopember 2024 oleh Research Group Komunikasi Visual, Prodi Diploma III Desain Komunikasi Visual, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta dengan mitra KCSR ini dilakukan secara bertahap dalam 2 (dua) kegiatan, yaitu: 1) Teknik Fotografi Produk dan Foto Profil UMKM dengan menggunakan *smartphone*, dan 2) Pembuatan Video Profil.

Kegiatan ini melibatkan Mahasiswa Prodi Diploma III Desain Komunikasi Visual sebagai pelaksana lapangan dibawah pendampingan Dosen sebagai implementasi metode belajar *Project Based Learning (PBL)*. Dengan terlibat secara aktif, Mahasiswa berkesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilannya ke masyarakat secara langsung. Dengan metode *PBL*, Mahasiswa melakukan eksplorasi, penilaian, interpretasi, sintesis, dan informasi untuk menghasilkan berbagai bentuk hasil belajar.

Kegiatan Workshop Fotografi dan Videografi diselenggarakan di Rumah Kreatif BUMN Solo dalam skala kecil untuk 25 orang peserta yang semuanya adalah anggota KCSR, sedangkan Pembuatan Video Profil dilakukan di Gedung IKM Semanggi Harmoni, Solo dengan alur kegiatan sebagaimana skema berikut:



Skema 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Program Pelatihan (*Workshop*) Fotografi Produk

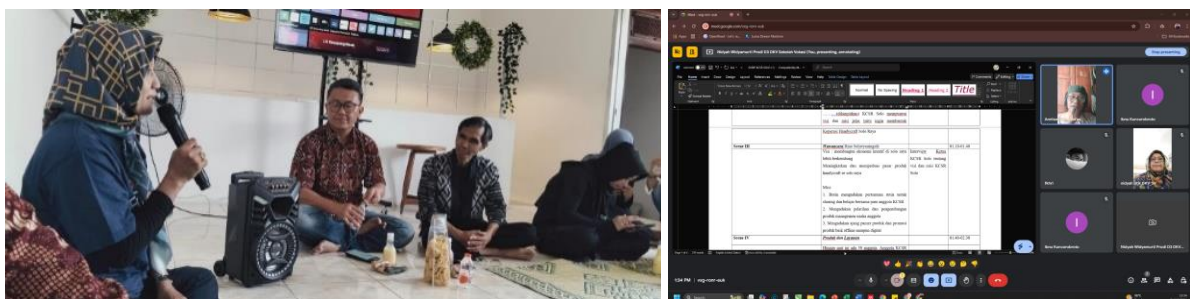
Workshop Fotografi Produk diselenggarakan pada hari Sabtu tanggal 6 Juli 2024 pkl 09.00-12.00 WIB di Rumah Kreatif BUMN Solo. Kegiatan tersebut dihadiri oleh Ketua dan Anggota KCSR, Tim Kegiatan PkM D3-DKV, Mahasiswa D3-DKV SV-UNS, dan Pengelola Rumah Kreatif BUMN Solo. Kegiatan tersebut menyajikan materi dari praktisi fotografi tentang tips praktis pemotretan dengan menggunakan *smartphone* dan aplikasi yang sudah tersedia di Play Store. Materi disampaikan oleh Muhammad Daffa Al Fayyadh, Alumni Prodi D3 DKV SV-UNS yang juga merupakan seorang praktisi fotografi dibantu Mahasiswa aktif Prodi Diploma III Desain Komunikasi Visual.



Gambar 1. Dokumentasi Suasana Kegiatan Fotografi Produk
Sumber: Dokumentasi Kegiatan

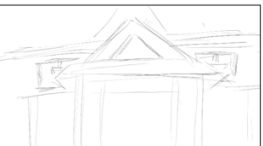
Program Pembuatan Video Profil

Proses syuting video diselenggarakan pada hari Sabtu tanggal 20 Juli 2024 pkl 08.00-12.00 WIB di Gedung IKM Semanggi Harmoni Solo. Menghadirkan Ibu Kepala IKM Semanggi Harmoni, Ketua KCSR, Anggota KCSR sebagai *tallent* yang menceritakan peran dan ekspektasi mereka. Video Profil diatur untuk durasi 5 menit. Kegiatan diawali dengan diskusi dengan pihak KCSR untuk menyampaikan konsep *storytelling* dan skenario teknis pengambilan gambar yang akan dilakukan.

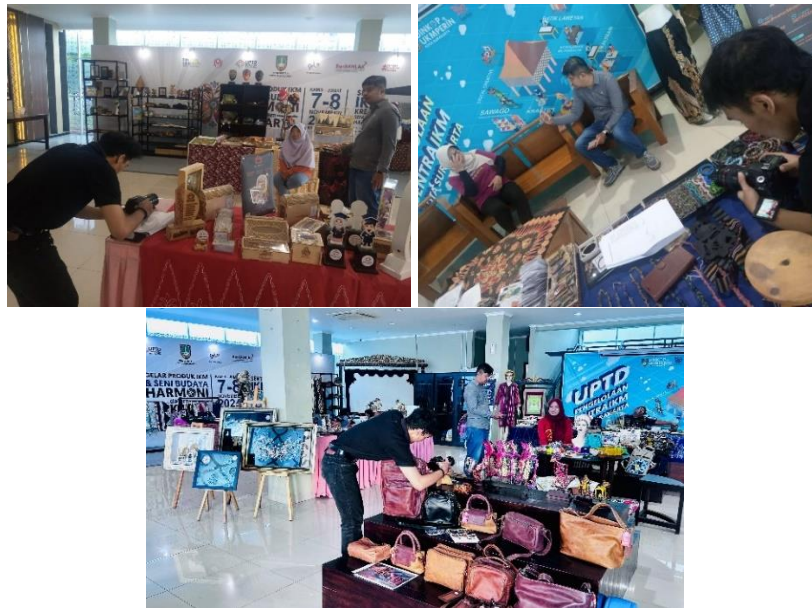


Gambar 4. Diskusi via luring dan daring tentang rencana kegiatan produksi video profil dengan Pembina, Ketua, dan Anggota KCSR
Sumber: Dokumentasi Kegiatan

STORYBOARD VIDEO PROFILE KCSR SOLO

VISUAL	STORYBOARD	AUDIO
Angle : Frame : Durasi : 00.00-00.05		Musik
Angle : Frame : Durasi : 00.05-00.10	GAMBAR JAM PASAR GEDE 	Musik VO: Kota Solo dikenal sebagai kota kreatif. Banyak sekali pengrajin kreatif dari Soloraya dan salah satunya adalah Komunitas Crafter Solo Raya (KCSR).
	GAMBAR TAMPAK DEPAN GEDUNG 	

Gambar 5. Potongan contoh *Storyboard* Video Profil yang diproduksi saat dalam proses diskusi materi
Sumber: Dokumentasi Kegiatan



Gambar 6. Proses Produksi (*Shooting*) Video Profil di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni
Sumber: Dokumentasi Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan *Workshop* Fotografi sudah dihasilkan karya foto produk dan foto profil Perajin Crafter, sebagai berikut:





Gambar 2. Hasil Kegiatan Fotografi Produk oleh Anggota KCSR
Sumber: Dokumentasi Kegiatan



Gambar 3. Hasil Kegiatan Fotografi Profil Anggota KCSR oleh Anggota KCSR
Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Karya Video Profil sudah diserahkan kepada pihak KCSR diwakili oleh ibu Rina Sulistyaningsih selaku Ketua KCSR. Hasil foto produk UMKM KCSR tersebut digunakan sebagai karya produk dan profil yang dipublikasikan melalui media sosial dan *website* KCSR. Sedangkan karya Video Profil dan bisa diakses pada laman Youtube Prodi Sarjana Terapan Desain Media Digital di link <https://www.youtube.com/watch?v=4upX0N6J7zI> dengan judul “VIDEO PROFIL KOMUNITAS CRAFTER SOLO RAYA (KCSR)”.



Gambar 7. Video Profil KCSR pada laman Youtube
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=4upX0N6J7zI>

Pelaksanaan kedua kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak mengalami kendala yang berarti. Keduanya berjalan dengan lancar. Pada kegiatan Foto Produk dan Foto Profil, setelah materi teknis dari Narasumber, setiap anggota telah mempersiapkan produk untuk difoto oleh mereka secara mandiri dengan menggunakan *smartphone* pribadi. Dalam proses *syuting* (pengambilan gambar) saat proses produksi Video Profil, para *tallent* yang dilibatkan dalam proses *syuting* tersebut menjalankan perannya dengan baik dan lancar. Kelancaran kedua kegiatan ini bisa tercapai dengan proses komunikasi yang baik:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan sosialisasi program yang intens dengan KCSR tentang rencana dan gambaran teknis program, sehingga mereka memahami, bahwa kegiatan yang dilakukan merupakan kegiatan yang positif untuk membantu peningkatan citra KCSR;
2. Sebelum melaksanakan kegiatan, anggota KCSR diberikan materi edukasi terkait pengetahuan tentang produk fotografi dan video dan petunjuk teknis untuk mengikuti kegiatan;
3. Hasil kegiatan berupa *softfile* foto dan rekaman video telah diserahkan kepada KCSR dalam folder di Google Drive yang bisa diakses sewaktu-waktu;
4. Sebagai karya Mahasiswa, maka karya Video Profil KCSR tersebut juga telah dilindungi oleh Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dengan nomor EC002024234230 tertanggal 25 November 2024.

Dengan penyelenggaraan *Workshop* Fotografi dan Videografi serta Pembuatan Video Profil KCSR, maka diharapkan KCSR bisa memanfaatkan posisi strategisnya sebagai komunitas UMKM yang sudah berbadan hukum dengan aset komunikasi visual untuk memperkuat profil komunitasnya, sehingga bisa lebih percaya diri dalam membentuk *branding* dalam segala aktivitasnya.

KESIMPULAN

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat berupa *workshop* Fotografi Produk dan Produksi Video Profil KCSR dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Hibah Grup Riset (HGR-UNS 2024) oleh Prodi D3-DKV SV-UNS ini telah selesai dilaksanakan.

Anggota KCSR telah memiliki wawasan, pengetahuan, dan keterampilan, serta *mindset* untuk memahami pentingnya membangun citra organisasi melalui media digital dan memiliki keterampilan teknis fotografi secara mandiri untuk mendokumentasikan produk dan aktifitas mereka. Aset visual/audio visual seperti foto dan video merupakan aset penting dalam era komunikasi visual melalui media digital, karena foto dan video yang *diposting* di media digital, seperti: media sosial (Instagram, Facebook, Threads, TikTok, dll), Website, Youtube, dan sejenisnya bisa diakses dalam jangkauan lokal, nasional, bahkan internasional dan akan membangun *branding* mereka sebagai komunitas UMKM *Crafter* di wilayah Solo Raya.

Kegiatan ini merupakan bentuk dukungan Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta dalam pengembangan komunitas UMKM di wilayah Solo Raya yang sangat dibutuhkan saat ini. Kegiatan ini akan berkelanjutan dengan program-program lainnya, karena KCSR telah menjadi mitra aktif Prodi D3-DKV SV-UNS dalam ikatan kerjasama MoU untuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dan bentuk kontribusi UNS terhadap program nasional dan pemerintah Kota Surakarta dalam pengembangan UMKM untuk wilayah Solo Raya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNS;
2. Pengurus dan Anggota Komunitas *Crafter* Solo Raya (KCSR);
3. Pengelola Rumah Kreatif BUMN Solo;
4. Pengelola Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni;
5. Mahasiswa Prodi D3 Desain Komunikasi Visual Sekolah Vokasi UNS; dan
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi004. (2022, March 31). *Transformasi Digital UMKM Jadi Prioritas Penguatan Fondasi Ekonomi*. Kominfo RI. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/40915/transformasi-digital-umkm-jadi-prioritas-penguatan-fondasi-ekonomi/0/berita>
- Anjeli, D., Faulina, T., Fakih, A., Informatika, J., & Komputer, D. (2022). Sistem Informasi Perpustakaan Sekolah Dasar Negeri 49 OKU Menggunakan Embarcadero XE2 Berbasis Client Server. In *JIK* (Vol. 13, Number 2). <https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jik/article/view/143>

- Masduki, T., Arif Rahman Hakim, Fiki Satari, & Riza Damanik. (2024). *Inovasi Membentuk UMKM & Koperasi Masa Depan* (Noer Fauzi Rachman, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Kementerian Koperasi dan UKM RI. <https://www.mendeley.com/reference-manager/reader/f37f5808-7012-3cff-b5e4-6797e3cad028/3eeb9559-71af-6753-5011-a9a6c2d5f3ac>
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. Nomor 7 Tahun 2021, JDIH BPK RI i (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Permenkop UKM RI Nomor 09/Per/M.KUKM/XII/2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Program Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM, JDIH BPK (2013). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161471/permenkop-ukm-no-09permkukmxii2013-tahun-2013>
- Pranawansyah Akbar, F., & Nini Anggalih SPd, N. (2023). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi UMKM Snack SS Nganjuk. In *Junal Desgrafia* (Vol. 1, Number 1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Pratama, J., & Junianto, K. (2022). Perancangan dan Implementasi Video Profile di Sekolah SMA Kartini Batam Menggunakan Metode MDLC. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1), 993–998. <https://doi.org/https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/7066>
- Rauly Sijabat. (2020). UMKM Naik Kelas: Mengkonstruksi Sebuah Desain Faktor Determinant Berluaran Perkembangan Usaha (Studi pada UMKM di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis Strategi*, 29(1), 1–13. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/29455/18426>
- Rinaldi, B., & Fatmarani, S. (2023, September 20). Bagaimana Cara UMKM Naik Kelas? Hasil Pemetaan UMKM dengan Indeks Naik Kelas. *UKM Indonesia.id*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/bagaimana-cara-umkm-naik-kelas-hasil-pemetaan-umkm-dengan-indeks-naik-kelas>
- Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21. *Talijagad*, 2023(3), 14–18. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index|e>