

SKRIPSI

**STRATEGI PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI BALI
MEMBERDAYAKAN UMKM BINAAN DI RUMAH BUMN DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

“Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali”

Oleh:

PUTU SOPIE MEI ANGGARILA

NIM: 1915744069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**STRATEGI PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI BALI
MEMBERDAYAKAN UMKM BINAAN DI RUMAH BUMN DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

“Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali”

Oleh:

PUTU SOPIE MEI ANGGARILA

NIM: 1915744069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk
Distribusi Bali Memberdayakan UMKM
Binaan Di Rumah BUMN Denpasar.
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Sopie Mei Anggarila
 - b. NIM : 1915744069
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing I,



Nym. Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D
NIP. 196409291990032003

Pembimbing II,



Ida Bagus Gede Dananjaya, S.E.,MM
NIDN. 0009049305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI BALI
MEMBERDAYAKAN UMKM BINAAN DI RUMAH BUMN DENPASAR**

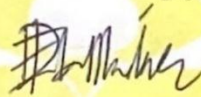
Oleh:

PUTU SOPIE MEI ANGGARILA

NIM. 1915744069

Disahkan:

Ketua Penguji



Nym. Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D

NIP. 196409291990032003

Penguji I



Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM

NIP. 196508141990031014

Penguji II



Kadek Cahya Dewi, S.T.,M.Cs

NIP. 198409092014042001

Mengetahui,

Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua



Nym. Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D

NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023

Prodi Manajemen Bisnis Internasional

Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM

NIP. 197612032008122001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putu Sopie Mei Anggarila
NIM : 1915744069
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional /
Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:
"Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan
UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar."

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Putu Sopie Mei Anggarila
NIM. 1915744069

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang bertepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan di hari ini.

Persembahan:

“Skripsi Terapan ini saya persembahkan dengan rasa penuh cinta dan bakti kepada keluarga, teman-teman dan pihak PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali. Hanya dengan ucapan terima kasih tidak akan bisa membalas segala dukungan, bantuan, doa, dan ketulusan yang saya terima. Semoga dengan terselesaikannya Skripsi Terapan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM binaannya Di Rumah BUMN Denpasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan data dan temuan penelitian dalam bentuk uraian mendalam kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan memanfaatkan data sekunder yang telah diperoleh peneliti. Analisis data dengan menggunakan model analisis interaktif *Miles and Huberman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM binaannya Di Rumah BUMN Denpasar cukup optimal dilihat dari kelima indikator yaitu Pemungkinan (*Enabling*), Penguatan (*Empowering*), Perlindungan (*Protecting*), Penyokongan (*Supporting*), dan Pemeliharaan (*Fostering*). Dalam mendukung strateginya pihak PLN mengadakan sosialisasi pengenalan, pendampingan UMKM binaan, memaksimalkan penjualan produk, serta evaluasi kegiatan secara keseluruhan. Adapun permasalahan dan kendala yang dialami yaitu penjualan melalui marketplace sering error, dan kurangnya minat belanja melalui *marketplace* PLN *mobile* karena kurangnya informasi dan edukasi.

Kata Kunci: Strategi, Pemberdayaan, UMKM binaan, Rumah BUMN Denpasar, *Marketplace* PLN *Mobile*

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy of PT PLN (Persero) Bali Distribution Master Unit to empower its fostered MSMEs at the Denpasar BUMN House. The method used in this research is descriptive qualitative, namely research that describes data and research findings in the form of in-depth descriptions and then linked to other data to get clarity on the truth. Data collection techniques through interviews by utilizing secondary data that has been obtained by researchers. Data analysis using the Miles and Huberman interactive analysis model. The results showed that the strategy of PT PLN (Persero) Bali Distribution Master Unit to empower its fostered MSMEs at the Denpasar BUMN House was quite optimal as seen from the five indicators, namely Enabling, Empowering, Protecting, Supporting, and Fostering. In supporting its strategy, PLN conducts introductory socialization, mentoring fostered MSMEs, maximizing product sales, and evaluating overall activities. The problems and obstacles experienced are sales through the marketplace often error, and lack of interest in shopping through the PLN mobile marketplace due to lack of information and education.

Keywords: *Strategy, Empowerment, fostered MSMEs, Denpasar BUMN House, PLN Mobile Marketplace*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Skripsi Terapan dengan judul **“Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar.”** dengan tepat waktu. Tujuan penyusunan Skripsi Terapan ini dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Dibalik terselesaikannya Skripsi Terapan ini banyak hambatan yang ditemui, akan tetapi penulis menyadari keberhasilan dalam penyusunan Skripsi Terapan ini tidak akan tercapai tanpa adanya bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah turut secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini. Untuk itu, melalui kesempatan ini dengan rasa hormat penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas pembelajaran kepada penulis untuk mempermudah proses dalam penyusunan Skripsi Terapan ini.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama penyusunan Skripsi Terapan ini.
4. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi, saran, serta masukan sehingga Skripsi Terapan ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Ida Bagus Gede Dananjaya, S.E.,MM selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, saran, serta masukan sehingga Skripsi Terapan ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Oscar Praditya selaku Manajer Sub Bidang Pemasaran yang telah memberikan izin untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali selama 6 bulan.
7. Ibu Nyoman Tri Purwanti selaku *Analyst* Pemasaran yang telah banyak membantu memberikan data, arahan, bimbingan, serta informasi yang penulis perlukan dalam penyusunan Skripsi Terapan ini.
8. Bapak Made Arya selaku Manajer Sub Bidang Komunikasi dan TJSL yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta informasi sehingga dapat memperlancar proses pembuatan Skripsi Terapan ini.

9. Bapak Yoga Dwyantara selaku *Assistant* Manajer Sub Bidang TJSL yang telah banyak membantu memberikan data dan informasi yang penulis perlukan dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
10. Kedua orang tua, keluarga, pacar, teman-teman, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas doa, bantuan, dukungan penuh dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.

Penulis berharap skripsi ini mampu memberikan ilmu dan dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu kritik dan saran membangun dari pembaca sangat diharapkan sebagai acuan untuk perbaikan dan penyempurnaan untuk kedepannya.

Badung, 5 Juli 2023

Penulis



Putu Sopia Mei Anggarila

NIM. 1915744069

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SKRIPSI	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Telaah Teori	15

2.2 Penelitian Sebelumnya	32
2.3 Kerangka Konseptual	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Tempat Penelitian	44
3.2 Obyek Penelitian	44
3.3 Sumber Data	45
3.4 Jenis Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.2.1 Hasil Penelitian	70
4.2.2 Pembahasan	84
4.3.1 Implikasi Teoritis	120
4.3.2 Implikasi Praktis.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Laporan Rekapitulasi Pengguna Aplikasi PLN Mobile	9
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 4. 1 Matrix Hasil Wawancara Pihak PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali	72
Tabel 4. 2 Matrix Hasil Wawancara Pelaku UMKM Binaan PT. PLN (Persero) Unit Induk DIstribusi Bali)	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia 2022	5
Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi PLN Mobile dan Fitur <i>Marketplace</i>	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 2. 2 Diagram Alir Penelitian	43
Gambar 3. 1 Model Analisis Interaktif <i>Miles and Huberman</i>	52
Gambar 4. 1 Logo PT. PLN (Persero)	61
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PLN Unit Induk DIstribusi Bali	65
Gambar 4. 3 <i>Booklet</i> Output Penelitian	118

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 2 : Form Bimbingan
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 : Hasil Wawancara
- Lampiran 5 : Bukti Foto Wawancara
- Lampiran 6 : Output
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pengembangan ekonomi nasional di Indonesia, yang menjadi prioritas saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM berperan dalam mendorong pertumbuhan perekonomian, dan meratakan pendapatan melalui berwirausaha (Julyanda, 2018). Kontribusi UMKM yang signifikan terlihat dari besarnya jumlah penyerapan tenaga kerja dari departemen UMKM sebagai salah satu alternatif penyedia lapangan pekerjaan baru. Banyaknya jumlah UMKM mencerminkan besarnya potensi yang dapat dikembangkan serta meningkatkan kemampuan UMKM untuk dapat lebih berkontribusi bagi negara Indonesia. UMKM merupakan awal dari pertumbuhan usaha besar. Hampir semua usaha besar dimulai dari usaha kecil dan menengah oleh karena itu usaha kecil menengah harus ditambah lagi agar dapat bersaing dengan usaha besar (Bintoro, 2019).

Tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional cukup berat. Dalam mengembangkan usahanya, UMKM menghadapi berbagai permasalahan yang membuat UMKM tersebut dapat tumbuh namun tidak dapat berkembang. Permasalahan-permasalahan

tersebut seperti. Produksi, dimana aspek produksi merupakan hal yang paling mendasar dalam produktivitas usaha, namun masyarakat khususnya masyarakat pedesaan cenderung masi tertinggal dengan metode produksi saat ini yang masih mempertahankan alat-alat tradisionalnya sehingga dapat mempengaruhi laju produksi. Ketersediaan barang hasil produksi juga mempengaruhi nilai daya saing dari produk yang dihasilkan. (Perda No.1 Tahun 2016 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM).

Sesuai Perda No.1 Tahun 2016 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM, Pemasaran juga menjadi hal yang sangat vital dalam dunia usaha karena jika masyarakat mampu memproduksinya namun tidak dapat memasarkannya maka hal tersebut akan menjadi sia-sia, sehingga masyarakat pelaku usaha mulai beradaptasi dan harus mengikuti perkembangan era globalisasi saat ini dengan menggunakan pemasaran digital melalui pemasaran online. Kemudian iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan, dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Anggraeni dkk. (2021) menyatakan dengan demikian, perlu adanya strategi program pemberdayaan UMKM melalui berbagai kegiatan yang menunjang pengembangan usahanya.

Beberapa hasil penelitian (Nurhajati, 2005:7) yang dikutip dalam Said (2015) menyebutkan bahwa persoalan yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga sulit berkembang antara lain ketidakmampuan dalam manajemen sumber daya manusia, lemahnya bidang organisasi, kurangnya pengalaman, dan lemahnya struktur permodalan. Menghadapi

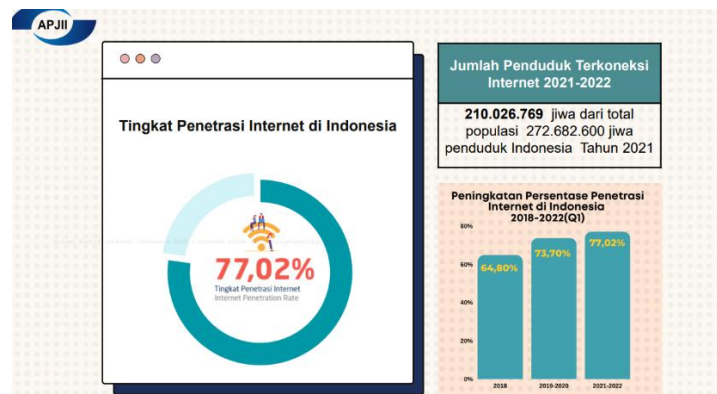
persoalan-persoalan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah dikemukakan di atas, pemerintah sebagai pihak penyelenggara negara melalui program kemitraan BUMN melakukan berbagai upaya yang sekaligus menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan daya saing ekonomi Indonesia.

Secara yuridis komitmen Pemerintah ditandai dengan adanya Undang-undang Nomor: 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang bertujuan antara lain untuk mewujudkan peran usaha kecil sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Undang-undang tersebut ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor: 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan sebagai salah satu bentuk upaya penciptaan iklim usaha melalui kerjasama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Usaha Besar. Nursalam (2010:5-6) dalam (Said, 2015).

Sesuai Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Pemberdayaan UMKM, terdapat beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, perluasan area pemasaran, serta permodalan yang memadai (UU No.20 Tahun 2008). Menurut Sedyastuti (2018), Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Oleh karena itu, pentingnya strategi melalui program kemitraan dengan perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal dan pembangunan ekonomi kerakyatan dalam memberdayakan UMKM.

Melalui Program kemitraan yang diatur dalam pasal 88 ayat 1 UU Nomor 19 tahun 2003 dan ketentuan pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Per-05/MBU/2007 tentang program kementerian BUMN dengan UMKM untuk meningkatkan kemampuan UMKM agar menjadi tangguh melalui pemanfaatan laba BUMN. Kemitraan sendiri mengandung makna sebagai tanggung jawab moral perusahaan menengah atau besar untuk membimbing dan membina pengusaha kecil mitranya dalam bentuk kerjasama yang dilakukan untuk lebih memberdayakan UMKM agar dapat tumbuh dan berkembang sehingga terciptanya kesejahteraan bersama. Pembinaan dan pengembangan ini dapat dilakukan dalam bentuk pengembangan SDM, pemasaran, permodalan, manajemen, dan teknologi melalui pelatihan, *monitoring*, bimbingan, serta seminar usaha. (Yulianti, 2018)

Laurent (2016) menyatakan seiring perkembangan waktu, teknologi juga ikut mengambil peranan yang sangat penting di era globalisasi saat ini untuk mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Teknologi akan memudahkan setiap pekerjaan di segala bidang dengan kecepatan waktu yang sangat singkat. Perkembangan teknologi di Indonesia sendiri dari tahun ke tahun terus meningkat karena adanya kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi diikuti dengan efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan suatu aktivitas. Ini menandakan literasi akan teknologi digital di Indonesia sudah cukup baik. Hal ini didukung dengan penetrasi internet yang telah menjangkau banyak daerah di Indonesia. (Palinggi dkk. 2020)



Gambar 1.1 Penetrasi Internet di Indonesia 2022

Sumber: (APJII) Laporan Survey Profil Internet Indonesia 2022

Berdasarkan Laporan Hasil Survey yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2022, dengan judul Profil Internet Indonesia 2022, disebutkan bahwa penetrasi pengguna internet dengan jumlah penduduk terkoneksi internet 2021-2022 mencapai 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia di tahun 2021. Ini berarti bahwa sekitar 77,02% pengguna internet di Indonesia telah tersentuh dengan kemajuan teknologi tanpa membedakan jenis kelamin dan usia seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.1.

Kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia yang signifikan dari tahun 2018 hingga tahun 2022 berdasarkan grafik pada gambar 1.1 di atas, mencerminkan bahwa peran dan perkembangan teknologi informasi telah dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dan perusahaan sehingga hal ini menjadikan para pelaku usaha mulai beradaptasi menggunakan teknologi *digital* sebagai media dalam mengembangkan bisnisnya. (Chandra, 2001) yang

dikutip dalam Sumiati, dkk. (2022) menyatakan konteks bisnis membawa dampak transformasional yang menciptakan paradigma baru internet dalam bisnis, berupa *digital marketing* dengan *marketplace*, yaitu model interaksi yang dulu dikena bersifat *face to face*, maka kini berkembang menjadi kearah interaksi modern berbasis elektronik.

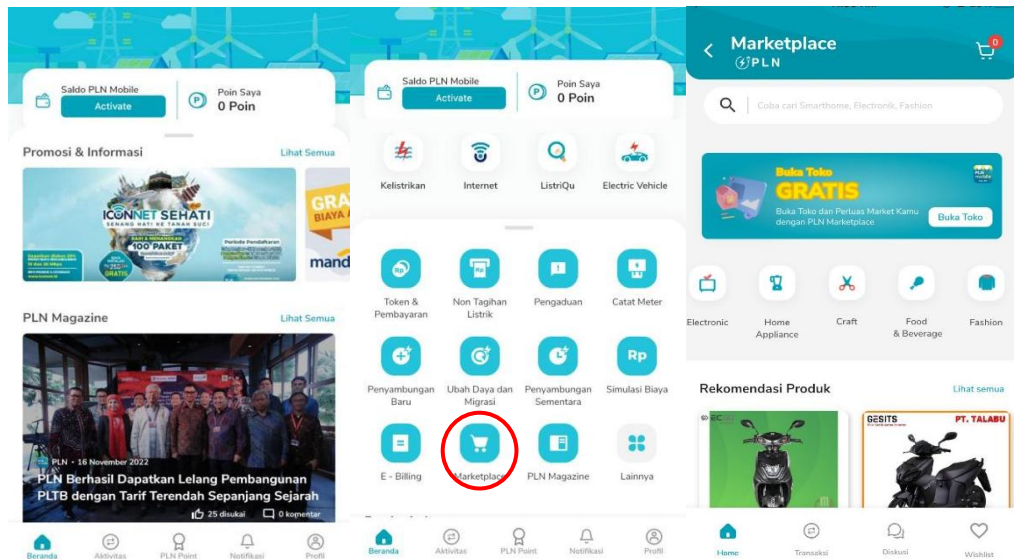
Menurut Nathasya (2018) *marketplace* adalah sebuah website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko. *marketplace* juga merupakan model *E-Business* yang berhubungan dengan penjual dan pembeli yang menjadi salah satu media penggerak ekonomi nasional dalam menghadapi era globalisasi. *Marketplace* membantu setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu. Pada akhirnya *marketplace* menjadi ruang yang diandalkan untuk mempertemukan UMKM dengan konsumen secara *massive*. (Purwanda, dkk. 2022)

Salah satu perusahaan yang menerapkan adanya *digital marketing* berupa inovasi *marketplace* adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT. PLN (Persero). BUMN yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat. Badan usaha milik Negara tersebut, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya. (Yulianti, 2018)

PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi (UID) Bali sebagai salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bertempat di Jalan Letda Tantular No.1, Denpasar Timur, Bali merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang unit pendistribusian tenaga listrik wilayah Bali. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ketenagalistrikan, PLN UID Bali juga turut serta mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat salah satunya peningkatan kapasitas UMKM binaannya di Bali yang saat ini terealisasikan melalui salah satu fitur yang ada pada aplikasi PLN *Mobile* yakni fitur *marketplace* dalam memberdayakan dan menumbuhkan UMKM sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan. PLN hadir melalui program pemberdayaan UMKM binaan yang manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh para pelaku usaha baik dari segi produksi, pemasaran, peningkatan skill, serta bantuan perlengkapan untuk UMKM binaan. (Christian, 2022. pln.co.id)

Berdasarkan data yang dikutip dari Dinas Koperasi dan UMKM Bali, jumlah UMKM di Bali pada tahun 2022 mencapai 440.609 unit usaha jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya terdapat peningkatan sebanyak 28.344 UMKM atau sebesar 6,4%. Maka dalam hal ini, PLN UID Bali juga telah memberdayakan sebanyak 931 UMKM sepanjang tahun 2022 melalui Rumah BUMN Denpasar guna membantu pemulihan ekonomi masyarakat. Beberapa UMKM yang menjadi mitra binaan PLN UID Bali adalah usaha yang bergerak di bidang industri makanan yaitu Warung Rare Bali yang menjual produk makanan seperti keripik sayur dan produk minuman cendol. Kemudian Ma Ira Singaraja yang menjual produk makanan seperti abon ayam, abon ikan,

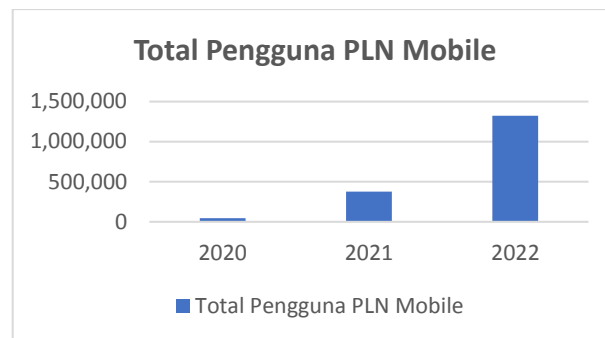
keripik ikan Gerang, dan juga keripik usus ayam. Lalu Mertha Rejeki yang menjual produk minuman berupa kopi bubuk robusta Bali. UMKM ini juga telah diberdayakan melalui Rumah BUMN Denpasar dibawah naungan PLN dengan ikut serta dalam kegiatan atau event BUMN.



Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi PLN Mobile dan Fitur *Marketplace*

Sumber: Aplikasi *PLN Mobile*

Dilansir dari Lokadata dalam data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) BPS 2018, penetrasi internet di pulau Bali mencapai angka persentase pengguna internet sebesar 42,91%. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengguna yang mengunduh aplikasi *PLN Mobile* pada tabel dibawah ini;

Tabel 1. 1 Laporan Rekapitulasi Pengguna Aplikasi PLN *Mobile*

Sumber: PLN Unit Distribusi Bali (Data diolah)

Dari hasil rekapitulasi pada tabel 1.1, PT. PLN (Persero) UID Bali memiliki peningkatan jumlah pelanggan yang mengunduh aplikasi PLN *Mobile* setiap tahunnya yang hingga saat ini mencapai 1.322.818 pengguna di tahun 2022. Jumlah ini meningkat sangat pesat dibandingkan tahun 2020. Adanya peningkatan pengguna aplikasi PLN *Mobile* dari tahun ke tahun didasari oleh karakteristik pelanggan yang umumnya memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Dilihat dari tingginya angka pengguna PLN *Mobile*, hal ini menjadi peluang yang sangat besar bagi UMKM binaan khususnya di Bali untuk mempromosikan dan memasarkan produknya melalui kerjasama dengan PLN pada fitur *marketplace* PLN *Mobile* dan mendorong program kemitraan BUMN dalam upaya memberdayakan UMKM binaannya.

Beberapa peneliti pernah melakukan penelitian yang dilakukan oleh Nilasari (2019) tentang Strategi Pemberdayaan dan Kontribusi UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. Dari hasil Penelitian ini bahwa dalam upaya mengelola UMKM agar dapat dikembangkan dengan baik, maka faktor-faktor

yang harus menjadi perhatian dan terus didorong untuk mampu mendukung pengembangan UMKM secara maksimal seperti; sarana dan prasarana, fasilitas fisik, fasilitas pendanaan, sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi dan internet, inovasi, pengadaan bahan baku, serta peralatan produksi. Dengan demikian, untuk dapat mengembangkan kegiatan usaha pelaku UMKM, maka perlu dilakukan upaya seperti; kemudahan akses permodalan, bantuan pembangunan prasarana, pengembangan skala usaha, pengembangan jaringan usaha melalui pemasaran dan kemitraan, pengembangan sumber daya manusia, peningkatan akses teknologi dan internet, serta mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif.

Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrianty (2020) tentang Pemberdayaan UMKM Melalui Program Kemitraan dalam Perspektif Pekerjaan Sosial (Studi pada UMKM Binaan PT. Telekomunikasi di Kota Bandung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemberdayaan yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi adalah daftar secara online, melakukan wawancara, menyerahkan persyaratan, dan melakukan survei, bentuk pemberdayaan yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi adalah peminjaman modal, menyelenggarakan pameran, mengikuti pelatihan keuangan, dan mengikuti pelatihan marketing. Adapun faktor pendukung dan penghambat karyawan PT. Telekomunikasi dan UMKM penerima manfaat yaitu hambatan geografis, hambatan teknis dan hambatan dari UMKM. Upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan di atas dengan melakukan koordinasi dengan UMKM, dan melakukan survei kepada UMKM.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali dalam memberdayakan UMKM binaannya sehingga dalam hal ini peneliti mengangkat judul **“Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui Rumah BUMN Denpasar?
2. Bagaimana Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui *Marketplace* Pada Aplikasi PLN *Mobile*?
3. Apa sajakah yang menjadi permasalahan PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui *Marketplace* Pada Aplikasi PLN *Mobile*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui Rumah BUMN Denpasar.
2. Untuk mengetahui bagaimana Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui *Marketplace* Pada Aplikasi PLN *Mobile*.
2. Untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui *Marketplace* Pada Aplikasi PLN *Mobile*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berpedoman atas latar belakang, rumusah masalah, serta tujuan penelitian yang ditetapkan maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan nilai, baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dan juga dapat dijadikan sebagai acuan ataupun informasi berguna bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa. Selain itu data-data yang tertera pada penelitian ini baik data bersifat kualitatif maupun teoritis mampu menjadi referensi dan bahan pendukung untuk penelitian selanjutnya bagi yang ingin mengkaji permasalahan dalam penelitian sejenis khususnya mengenai strategi pemberdayaan UMKM melalui Rumah BUMN Denpasar.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini sangat diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis, adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Bagi UMKM Binaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi para pelaku UMKM binaan khususnya terkait strategi PLN Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Drnpasar.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran, informasi tambahan bagi perusahaan, serta masukan objektif yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis terkait strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk memperkaya literatur penelitian di jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali terkait Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada pembaca mengenai keseluruhan isi penulisan dan

menunjukkan konsistensi dari penulisan dan pembahasannya. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan lima (5) sub topik yaitu; mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat mengenai Telaah Teori yang menjadi dasar pengetahuan yang digunakan dalam penyusunan skripsi, dilanjutkan dengan Penelitian Sebelumnya, dan Kerangka Konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Tempat Penelitian, Obyek Penelitian, Jenis Data, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali, Hasil Analisis Dan Pembahasan, serta Implikasi Hasil Penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan memaparkan mengenai Kesimpulan dan Saran dari hasil penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis, dan pembahasan yang telah dikemukakan oleh peneliti terhadap strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Memberdayakan UMKM Binaan Di Rumah BUMN Denpasar pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa:

5.1.1. Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali dalam memberdayakan UMKM Binaannya melalui Rumah BUMN Denpasar. Dalam penelitian ini menunjukkan kelima aspek pendekatan pemberdayaan oleh Suharto (2014:67-68) yaitu Pemungkinan (Enabling), Penguatan (Empowering), Perlindungan (Protecting), Penyokongan (Supporting), dan Pemeliharaan (Fostering) yang dijadikan sebagai ukuran dalam menganalisis strategi tersebut hasilnya sudah optimal.

5.1.2. Strategi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali dalam memberdayakan UMKM Binaannya melalui *marketplace* PLN *Mobile* dengan mengadakan sosialisasi pengenalan, pendampingan UMKM, memaksimalkan penjualan UMKM, serta melakukan evaluasi kegiatan.

5.1.3. Permasalahan PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali Dalam Memberdayakan UMKM Binaan Melalui *Marketplace* Pada Aplikasi PLN *Mobile* juga mengalami beberapa kendala yaitu dari sisi UMKM sebagai *seller* performa aplikasi PLN *Mobile* pada fitur *marketplace* hasilnya belum optimal dimana proses penjualan masih terkendala *error* dan belum terlalu banyak penjualan yang terjadi, dan sisi masyarakat pelanggan PLN sebagai *customer* hasilnya juga belum optimal dimana kurangnya informasi mengenai fitur *marketplace* pada aplikasi PLN *Mobile* sehingga minat masyarakat untuk berbelanja online melalui *marketplace* PLN *Mobile* masih rendah.

5.2 Saran

Adapun berbagai saran yang direkomendasikan dalam penelitian ini, yaitu:

5.2.1. Perlu adanya evaluasi terkait sistem *marketplace* pada aplikasi PLN *Mobile* secara berkala untuk memperbaiki sistem dan meningkatkan kinerja aplikasi agar meminimalisir terjadinya kendala *error*.

5.2.2. Perlu adanya sosialisasi pemanfaatan fitur *marketplace* pada aplikasi PLN *Mobile* secara periodik agar mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi dibantu dengan media edukasi *Booklet* mengenai pengenalan dan penggunaan *marketplace* pada aplikasi PLN *Mobile*.

- 5.2.3. Perlu adanya pengenalan fitur marketplace PLN Mobile sebagai media sarana pengembangan UMKM binaan, keperluan promosi dan penjualan produk UMKM kepada masyarakat pelanggan PLN.
- 5.2.4. Perlu adanya pendampingan pembuatan akun seller dan penggunaan fitur marketplace untuk menjual dan mempromosikan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiny, P., & Nurjannah. (2018). Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai upaya Penanggulangan Kemiskinan di Kota Langsa. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 31-37.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Alimah, N. M. (2021, Juli). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3, 47-65. Retrieved from <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jsip>
- Anwas. (2014). Pemberdayaan Masyarakat di Era Global. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Ardiani, W. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Pemberian Dana Bergilir Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 50-59.
- Aristi, S. (2022, Juli 2). *Layanan Kelistrikan Kian Mudah dan Cepat, Ini Kata Pelanggan PLN Tentang PLN Mobile*. Retrieved from PT PLN (PERSERO): <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2022/07/layanan-kelistrikan-kian-mudah-dan-cepat-ini-kata-pelanggan-pln-tentang-pln-mobile/>
- Asrianty, P. P. (2020). Pemberdayaan UMKM Melalui Program Kemitraan dalam Perspektif Pekerjaan Sosial (Studi pada UMKM Binaan PT. Telekomunikasi di Kota Bandung). *FISIP UNPAS*.

- Bahri, A., Mulbar, U., & Suliana, A. (2019, Januari-Juni). Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar, I*, 37-53.
- Bintoro, E. (2019). Pengaruh Pengalaman, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Industri Di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. *Global*, 92-102.
- CHRISTIAN, D. (2022, JUNI 9). *Fitur Marketplace di PLN Mobile Perluas Pemasaran dan Dongkrak Penjualan Produk UMKM*. Retrieved from PT PLN (PERSERO): <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2022/06/fitur-marketplace-di-pln-mobile-perluas-pemasaran-dan-dongkrak-penjualan-produk-umkm/>
- Dinas Koperasi, U. K. (2022). *Data Keragaan UMKM Provinsi Bali*. Retrieved from <https://diskopukm.baliprov.go.id/data-dan-informasi/data-umkm/>
- Emiliani, F., Rizqiana, S., Suhandito, R., Muchibbah, N. N., Nurmahfidhoh, R., & Habib, M. A. (2021, November). Analisis Pemberdayaan UMKM Pada Masa Covid-19. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam, I(1)*, 83-94. doi:10.21274
- Indonesia. (1995). *Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara.
- Indonesia. (1997). *Peraturan Pemerintah (PP) No. 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan*. Jakarta: Pemerintah Pusat.
- Indonesia. (2003). *Undang-Undang (UU) Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara*. Jakarta: Pemerintah Pusat.
- Indonesia. (2007). *PERMENBUMN PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dan Program Bina Lingkungan*. Jakarta: Kementerian Badan Usaha Milik Negara.

- Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Pemerintah Pusat.
- Indonesia. (2016). *Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Indonesia, A. P. (2022). *Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022*. Jakarta.
- Julyanda, I. (2018). Pengaruh Jenjang Pendidikan, Ukuran Usaha, Lama Usaha Dan Latar Belakang Pendidikan Atas Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Ukm Di Pik Pulogadung). *Akuntansi & Bisnis Krisnadwipayana*.
- Karinayah , D. (2018). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo. *Universitas Airlangga, 1-13*.
- Kasnelly, S., & Luthfi, A. (2021). Peranan Pemberdayaan Umkm Dalam Pemulihan Sosial Ekonomi Nasional. *Sembadha, 352-355*.
- Laili, N. Y., & Kusumaningtias, R. (2020). Efektivitas Inklusi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Pemberdayaan UMKM (Studi Pada BMT Dasa Tambakboyo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 436-443*.
doi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1204
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora, 4, 95-100*.
- Maruf. (2019). *Landasan Teori Strategi Tahapan Strategi*. Retrieved from Universitas Bina Sarana Informatika:
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/337904/FILE-10-Bab-2-Landasan-Teori.PDF>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- N, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (JBI) Edisi Khusus Pengabdian Masyarakat*, 93-109.
- Nathasya. (2018). *Apa itu Marketplace*. <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-marketplace/>.
- Nayla, A. (2014). *Komplet Akuntansi Untuk UKM Dan Waralaba*. Jakarta Selatan: *Laksana*.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020, januari). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (Semnas Ristek)*, 225-232.
- Persari, D., Heriyanto, M., & Yuliani, F. (2018). Implementasi Strategi Pengembangan Kepariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 104-109.
- Pratiwi, F. (2023, Januari 31). *Pulihkan Ekonomi Warga, PLN Berdayakan 931 UMKM di Bali*. Retrieved from [Republika.co.id: https://ekonomi.republika.co.id/berita/rpb7j2457/pulihkan-ekonomi-warga-pln-berdayakan-931-umkm-di-bali](https://ekonomi.republika.co.id/berita/rpb7j2457/pulihkan-ekonomi-warga-pln-berdayakan-931-umkm-di-bali)
- Priharto, S. (2020). *Landasan Teori Tujuan Strategi*. Retrieved from Universitas Bina Sarana Informatika: <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/337904/FILE-10-Bab-2-Landasan-Teori.PDF>
- Purwanda, E., & Permatasari, R. W. (2022). Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects, Marketing Aspects and Financial Aspects. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2029-2042.

- Raharjo. (2022, Juli). Analisis Implementasi Marketplace dan Digital Payment pada Belanja APBN untuk Memberdayakan UMKM. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2, 27-46.
- Riyanto, A. D. (2022, Feb 15). *Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved from Hootsuite (We are Social): <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Said, A. F. (2015). Strategi Pemberdayaan UMKM Pada Dinas Koperindag Kabupaten Maros (Studi Kasus Pada Sektor Perdagangan). *Makassar: Universitas Hasanudin*.
- Sedyastuti, K. (2018, Desember). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 117-127.
- Setiawan, I., Nirwan, S., & Amelia, F. M. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Web (Sub Modul : Pembelian). *Jurnal Teknik Informatika*, 37-43.
- Setyanto, A. R., Samodra, B. R., & Pratama, Y. P. (2015, Oktober). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Jurnal Etikonomi*, 14, 205-220.
- Sopah, F., Kusumawati, W., & Wahyudi, K. E. (2020, Juni). Implementasi Kebijakan Pengentasan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Syntax Idea*, 2, 26-40.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama Tjokrowinoto.

- Sumiati, & Panjaitan, F. A. (2022, November). Sosialisasi dan Pendampingan Pemasaran Digital Bagi UMKM Terdampak Covid-19 Dusun Segunung, Jombang. *JPM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 244-252.
- Tania. (2018). *Landasan Teori Konsep Strategi*. Retrieved from eprints.polsri.ac.id/7438/3/BAB%202.pdf
- Wijaya. (2018). Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. *Sekolah Tinggi Theologia Jaffray Makassar*.
- Yulianti, D. (2018). Implementasi Program Kemitraan Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mewujudkan Pembangunan Kesejahteraan. *Jurnal Sosiologi*, 11-21.