

## Kontribusi Pendampingan UMKM Toko Kelontong Kecamatan Semampir Kota Surabaya Terhadap Kenaikan Omzet

<sup>1</sup>Erniz Regi Nobelyta Zuniyanto, <sup>2</sup>Indah Respati Kusumasari

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya No 1, Gunung Anyar, Surabaya

e-mail: <sup>1</sup>21042010103@student.upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>indah\_respati.adbis@upnjatim.ac.id

### Abstrak

Melalui program dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Diktiristek) yaitu Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB), mahasiswa dapat berkontribusi langsung dalam program pendampingan peningkatan UMKM naik kelas dengan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Dengan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha secara lebih efektif, dapat memahami dan memanfaatkan teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar. Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu dalam bentuk kontribusi pendampingan secara langsung di lapangan terhadap pelaku usaha toko kelontong tentang pemberdayaan dan pengembangan UMKM menuju naik kelas. Kegiatan pendampingan UMKM toko kelontong dilaksanakan di Kecamatan Semampir Kota Surabaya. Proses kegiatan pendampingan UMKM toko kelontong berupa survey dan pendataan toko kelontong dengan mewawancarai pemilik toko untuk mengetahui kondisi operasional toko saat ini, pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan pembukuan sederhana, pendaftaran pin google maps agar lokasi toko kelontong mudah ditemukan, pendaftaran ecommerce, pembuatan konten pemasaran yang mencakup pembuatan desain banner, poster, logo, katalog, dan video pemasaran. Dari berbagai kegiatan pendampingan tersebut, hasil akhir menunjukkan adanya peningkatan omzet toko kelontong. Hal ini mengindikasikan bahwa program pendampingan UMKM dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan usaha khususnya pada UMKM toko kelontong.

**Kata kunci**— Pendampingan, UMKM Toko Kelontong, Omzet

### Abstract

*Through a program from the Directorate General of Higher Education, Research and Technology (Diktiristek), namely Certified Independent Study and Internship (MSIB), students can contribute directly to the mentoring program to upgrade MSMEs to the next level with the Surabaya City Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade Office. With mentoring, MSME players gain the knowledge and skills needed to manage their business more effectively, understand and utilize technology, increase operational efficiency, and expand market reach. The approach used in this community service is in the form of providing direct assistance in the field to grocery store entrepreneurs regarding the empowerment and development of MSMEs towards upgrading. Grocery shop MSME assistance activities were carried out in Semampir District, Surabaya City. The process of assisting MSME grocery store activities takes the form of a survey and data collection on grocery stores by interviewing store owners to find out the current operational conditions of the store, registering a Business Identification Number (NIB), making simple bookkeeping, registering a Google Maps pin so that the location of the grocery store is easy to find, registering for e-commerce, creating marketing content which includes creating banner designs, posters, logos, catalogs and marketing videos. From these various assistance activities, the final results show an increase in grocery store turnover. This indicates that the MSME mentoring program can be an effective strategy in supporting business development, especially for grocery store MSMEs.*

**Keywords**— Assistance, MSME Grocery Stores, Turnover

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan tetapi juga dalam pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Dengan adanya UMKM, distribusi pendapatan menjadi lebih merata sehingga mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat. Selain itu, UMKM juga membantu meningkatkan daya saing ekonomi lokal melalui inovasi dan kreativitas yang muncul dari sektor ini. Dukungan dan pengembangan UMKM menjadi salah satu kunci utama untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

Peran UMKM tidak hanya terbatas pada kontribusi ekonomi langsung, tetapi juga mencakup dampak sosial yang signifikan. UMKM seringkali beroperasi di daerah-daerah terpencil dan kurang berkembang, membantu membangun infrastruktur lokal serta menyediakan barang dan jasa yang sulit diakses oleh masyarakat setempat. Melalui kegiatan bisnisnya, UMKM juga mendorong pengembangan keterampilan dan kapasitas kerja masyarakat lokal, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pentingnya peran UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu misi kota terbesar ke-2 di Indonesia yaitu Kota Surabaya. Melalui misi “Mewujudkan Perekonomian Inklusif Untuk Meningkatkan 2 Kesejahteraan Rakyat dan Pembukaan Lapangan Kerja Baru Melalui Penguatan Kemandirian Ekonomi Lokal, Kondusifitas Iklim Investasi, Penguatan Daya Saing Surabaya Sebagai Pusat Penghubung Perdagangan dan Jasa Antar Pulau Serta Internasional” yang mencerminkan komitmen Kota Surabaya untuk mengembangkan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, yang dapat memberikan manfaat nyata bagi seluruh lapisan masyarakat. Upaya ini juga menunjukkan bagaimana Kota Surabaya berfokus pada pengembangan UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi lokal dengan terciptanya lingkungan bisnis yang kondusif dan inklusif, sekaligus membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Salah satu jenis usaha yang mendominasi sektor UMKM di Kota Surabaya adalah toko kelontong. Toko kelontong adalah usaha ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, minuman, dan barang-barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Di Kota Surabaya, yang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia, toko kelontong memegang peranan penting dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Perkembangan dalam menjalankan usaha mikro toko kelontong perlu untuk ditingkatkan khususnya di Kota Surabaya. Berbagai permasalahan yang terjadi dalam menjalankan usaha toko kelontong menjadi hal yang dapat menghambat perkembangan usaha. Misalnya, keterbatasan modal sering menjadi kendala utama bagi pemilik toko kelontong untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis dan pemasaran modern juga membuat banyak toko kelontong sulit bersaing dengan ritel modern dan supermarket besar. Banyak pemilik toko kelontong yang menjalankan usahanya secara tradisional, tanpa strategi pemasaran yang efektif atau sistem manajemen yang efisien. Akibatnya, mereka sering kali kesulitan dalam mengatur stok barang, menentukan harga yang kompetitif, dan menarik pelanggan baru.

Di era digital seperti sekarang, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat sangat penting. Ritel modern dan supermarket besar biasanya memiliki tim khusus yang menangani pemasaran, termasuk kampanye promosi, diskon, dan program loyalitas pelanggan yang menarik. Mereka juga menggunakan teknologi canggih untuk manajemen inventaris, analisis data penjualan, dan pelayanan pelanggan yang lebih baik. Tanpa pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan strategi-strategi ini, toko kelontong sulit untuk menarik perhatian pelanggan yang semakin cenderung memilih berbelanja di tempat yang menawarkan pengalaman belanja yang lebih modern dan nyaman. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemilik toko kelontong dalam hal manajemen bisnis dan pemasaran.

Salah satu cara untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemilik toko kelontong yaitu dengan adanya program pendampingan. Pada umumnya pendampingan merupakan upaya untuk mengembangkan masyarakat dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh setiap individu demi meningkatkan kualitas hidup. Pendampingan juga berarti memberikan dukungan dari pihak lain yang secara sukarela mendampingi individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan mereka dan menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi. Melalui program pendampingan, semua lapisan masyarakat dapat mengembangkan serta mengasah keterampilan, bakat, dan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mendorong terciptanya ide-ide kreatif. Hal ini bertujuan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas, sehingga dapat mencapai kehidupan yang lebih sejahtera.

Maka dari itu setelah mengetahui pentingnya pendampingan dan peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, melalui program dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Diktiristek) yaitu Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB), mahasiswa dapat berkontribusi langsung dalam program pendampingan peningkatan UMKM naik kelas dengan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Kegiatan pendampingan yang dilakukan sebagai upaya dalam penegmbnagan dan pemberdayaan pada sektor UMKM khususnya toko kelontong yang ada di Kecamatan Semampir Kota Surabaya. Kegiatan – Kegiatan yang akan dilakukan pengembangan dan pemberdayaan UMKM toko ini akan berfokus pada branding toko tersebut sehingga omzet penjualan dapat mengalami peningkatan.

### METODE

Proses pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM toko kelontong Kecamatan Semampir Kota Surabaya dalam meningkatkan omzet penjualan dilaksanakan melalui beberapa kegiatan, sebagai berikut :

1. Tahap Survey dan Pendataan Toko Kelontong

Kegiatan survey toko kelontong dilakukan pada Kecamatan Semampir yang terdapat 4 kelurahan yaitu Kelurahan Ampel, Kelurahan Ujung, Kelurahan Wonokusumo, dan Kelurahan Pegrian. Dalam kegiatan survey ini dilakukan pendataan terhadap toko kelontong menggunakan form monitoring yaitu mengenai profil pelaku usaha yang mencakup nama pelaku usaha, NIK, alamat, dan no telepon; profil usaha yang mencakup nama toko kelontong, titik koordinat, jumlah pegawai, NIB, omzet, dan 22 tempat kulakan; serta aplikasi peken yang mencakup kendala dan pengetahuan dasar pada aplikasi e-peken. Data awal terdapat 46 toko kelontong yang ada di Kecamatan Semampir. Kemudian setelah saya melakukan survey dan pendataan total toko kelontong yang masih aktif dan bersedia untuk dilakukan pendampingan yaitu 31 toko kelontong. Hal ini dikarenakan ada beberapa toko kelontong memang sudah tidak beroperasi lagi, pemilik toko kelontong pindah alamat, dan tidak bersedia didampingi.

**MONITORING TOKO KELONTONG  
KEGIATAN PEMBIKSIAN DAN PENGELOLAAN  
SARANA DISTRIBUSI PERDAGANGAN  
TAHUN 2024**

**A. Profil Pelaku Usaha**  
 N.I.C. : \_\_\_\_\_  
 Nama Pelaku Usaha : \_\_\_\_\_  
 Alamat (Lengkap RT, RW) : \_\_\_\_\_  
 Kelurahan : \_\_\_\_\_  
 Kecamatan : \_\_\_\_\_

**B. Profil Usaha**  
 Foto tampak depan toko kelontong di upload dalam drive  
 Foto Koordinat Toko kelontong : \_\_\_\_\_  
 Nama Toko Kelontong : \_\_\_\_\_  
 Jumlah Pegawai : \_\_\_\_\_  
 Pegawai Keluarga Hukin : \_\_\_\_\_  
 No. N.I.B : \_\_\_\_\_  
 Omzet (Offline) 3 bulan terakhir : \_\_\_\_\_  
 Tempat kulakan setiap bulan  
 (Name toko dan alamat) : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**C. Aplikasi Peken**  
 Kendala pengetahuan dasar pada  
 aplikasi e-Peken : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Tanggal : \_\_\_\_\_  
 Petugas : \_\_\_\_\_  
 Pemilik Toko Kelontong : \_\_\_\_\_

Gambar 1 Form Monitoring Toko Kelontong



**Gambar 2** Kegiatan Survey dan Pendataan Toko Kelontong

2. Analisis Data Toko Kelontong

Setelah memperoleh data hasil dari survey, kemudian saya melakukan analisis toko kelontong berdasarkan grade. Terdapat 3 grade toko kelontong dengan beberapa kriteria yaitu Grade 1 : Omset < 1juta, Pemasaran belum maksimal, Tidak ada pembukuan, Belum ada pemasaran, Belum ada NIB Online , Tidak ada layout Toko kelontong. Grade 2 : Omset > 1-3 juta, Sudah ada pemasaran online, Sudah ada NIB, Memiliki pembukuan sederhana. Grade 3 : Omset ≥ 3 juta, Sudah ada pemasaran online, Sudah ada pembukuan, Sudah ada NIB. Dari hasil analisis toko kelontong berdasarkan grade, dapat diketahui terdapat 12 toko kelontong grade 1, 13 toko kelontong grade 2, dan 7 toko kelontong grade 3. Selain itu, data yang dianalisis yaitu seperti toko kelontong yang masih belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), belum adanya pemasaran secara online, dan belum memiliki pembukuan sederhana. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan serta peluang perbaikan bagi setiap toko kelontong, sehingga program pendampingan dapat dirancang secara spesifik dan efektif sesuai dengan kebutuhan individu masing-masing toko kelontong.

Kelurahan	Tokel Aktif	Tokel Tidak Aktif	Kelurahan	Grade		
				1	2	3
Ampel	8	6	Ampel	3	5	0
Pegirian	10	1	Pegirian	2	4	4
Sidotopo	4	3	Sidotopo	2	2	0
Ujung	4	2	Ujung	1	1	2
Wonokusumo	5	3	Wonokusumo	3	1	1
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>15</b>	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>7</b>
				<b>31</b>		

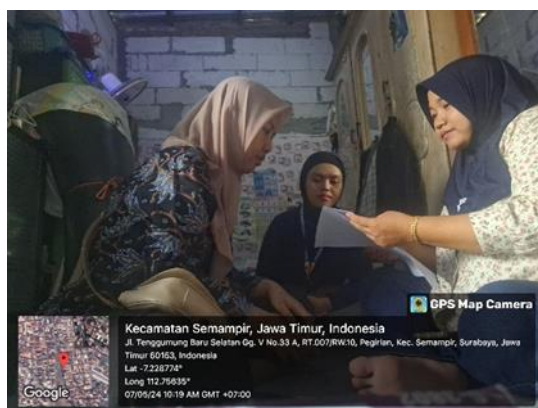
Kelurahan	DBHCT	Peken	Kelurahan	NIB					
				Sebelum			Setelah		
				Punya	Tidak	Proses	Punya	Tidak	Proses
Ampel	2	6	Ampel	4	4	0	8	0	0
Pegirian	6	4	Pegirian	8	0	2	8	0	2
Sidotopo	2	2	Sidotopo	2	2	0	4	0	0
Ujung	0	4	Ujung	2	0	2	2	0	2
Wonokusumo	3	2	Wonokusumo	2	2	1	4	0	1
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
		<b>31</b>		<b>31</b>			<b>31</b>		

**Gambar 3** Analisis Data Toko Kelontong

3. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan Toko Kelontong

Setelah melakukan analisis permasalahan atau kebutuhan masing – masing toko kelontong, selanjtnya yaitu pelaksanaan pendampingan toko kelontong. Berbagai pendampingan yang telah dilakukan yaitu pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan pembukuan sederhana, pendaftaran pin google maps agar lokasi toko kelontong mudah ditemukan, pendaftaran ecommerce, pembuatan konten pemasaran yang mencakup pembuatan desain banner, poster, logo, katalog, dan video pemasaran yang nantinya dapat diposting melalui

media sosial sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.



**Gambar 4** Pelaksanaan Pendampingan Toko Kelontong

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pendampingan UMKM toko kelontong Kecamatan Semampir Kota Surabaya yang dilakukan secara langsung untuk mengamati dan menyelesaikan masalah yang ada maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pemilik toko kelontong terbantu dengan adanya pendampingan untuk pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB). Pendaftaran NIB dilakukan secara online melalui website OSS (<https://oss.go.id/>) Terdapat 8 toko kelontong yang telah berhasil didaftarkan NIB. Dengan memiliki NIB, toko kelontong tersebut kini memiliki legalitas yang diperlukan untuk beroperasi secara resmi, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan berbagai manfaat bisnis seperti akses ke pembiayaan dan kemudahan dalam mengurus perizinan lainnya.



**Gambar 5** Penyerahan NIB

2. Pemilik toko kelontong terbantu dengan adanya pendampingan pembuatan pembukuan sederhana. Terdapat 6 toko kelontong yang telah didampingi untuk pembuatan pembukuan sederhana. Pembukuan ini memungkinkan pemilik toko kelontong untuk mencatat dan memantau pemasukan serta pengeluaran selama satu bulan dengan lebih efektif. Dengan sistem pembukuan yang jelas dan teratur, pemilik toko kelontong dapat lebih mudah mengelola keuangan mereka.

The image shows two pages of a handwritten accounting ledger. The left page is titled 'LAPORAN KELOMPOK/PERUSAHAAN KECIL' and the right page is titled 'LAPORAN KELOMPOK/PERUSAHAAN KECIL'. Both pages have columns for 'Tanggal', 'Uraian', 'Debit', and 'Kredit'. The entries are handwritten and include various transactions. At the bottom of each page, there are handwritten totals and signatures.

**Gambar 6** Pembukuan Sederhana

3. Pemilik toko kelontong terbantu dengan pembuatan konten pemasaran. Berbagai konten pemasaran yang telah dibuat untuk toko kelontong, termasuk video pemasaran, logo toko, katalog, banner, dan poster. Konten-konten ini dirancang untuk diunggah di media sosial pemilik toko kelontong sebagai media pemasaran, membantu meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan strategi pemasaran yang efektif ini, toko kelontong dapat membangun branding yang kuat dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan strategi pemasaran yang tepat, toko kelontong dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan tetap relevan di era digital ini. Ini adalah langkah penting menuju peningkatan kualitas dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan



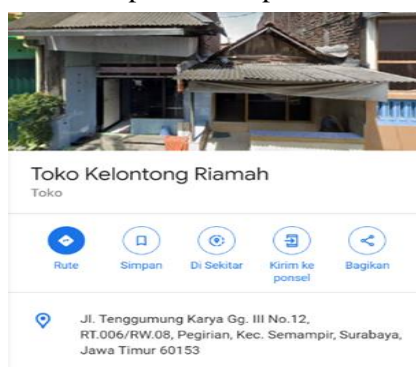
**Gambar 7** Poster Toko Kelontong

4. Pemilik toko kelontong terbantu dengan adanya pendampingan untuk mendaftar e-commerce. Terdapat 3 toko kelontong yang telah didaftarkan di platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok Shop. Selain itu, saya juga mendampingi proses unggah foto produk, memastikan bahwa setiap produk ditampilkan dengan cara yang menarik dan informatif. Upaya ini memungkinkan toko kelontong untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.



Gambar 8 Akun Shopee Toko Kelontong

5. Pemilik toko kelontong terbantu dengan adanya pendaftaran toko di google maps. Terdapat 30 toko kelontong yang telah didaftarkan di google maps agar mudah untuk ditemukan dan menjangkau pelanggan baru. Upaya ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi untuk mendukung perkembangan toko kelontong dan meningkatkan jangkauan pelanggan. Dengan terdapatnya toko-toko ini di Google Maps, pemilik usaha dapat lebih mudah mempromosikan lokasi mereka kepada calon pembeli.



Gambar 9 Pin Google Maps Toko Kelontong

6. Dari berbagai kegiatan pendampingan yang telah dilakukan untuk toko kelontong, tujuan utama program ini adalah membantu UMKM naik kelas. Artinya, bukan hanya membuat mereka bertahan tetapi juga berkembang dan mampu bersaing lebih baik di pasar. Salah satu ukuran keberhasilan program adalah peningkatan omzet toko kelontong yang didampingi. Dengan berbagai kegiatan pendampingan toko kelontong yang telah dilakukan, yang menjadi target keberhasilan program yaitu menjadikan UMKM naik kelas, seperti halnya dengan menaikkan omzet toko kelontong. Ada 8 toko kelontong yang berhasil mengalami kenaikan omzet.

No	Nama	Toko	Grade	Omzet Januari-Maret	Omzet April	Omzet Mei
1	Noer Holis	Toko Kelontong Noer Holis	1	Rp3.000.000	Rp1.000.000	Rp1.050.000
2	Musdalifah	Toko Ifa	1	Rp600.000	Rp1.000.000	Rp1.075.000
3	I Gusti Ayu Swastiningsih	Toko Duo Ath Tha/Warkop Bu Nur	2	Rp4.500.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000
4	Umi Kalsum	Toko Fafa	2	Rp1.500.000	Rp500.000	Rp750.000
5	Muhammad Farid Ghozali	Toko Tiga Bersahabat	2	Rp3.000.000	Rp2.000.000	Rp2.012.000
6	Hj Muniroh	Toko Safari	2	Rp4.500.000	Rp1.500.000	Rp1.600.000
7	Riamah	Toko Kelontong Riamah	3	Rp9.000.000	Rp7.500.000	Rp8.000.000
8	Yuliani	Toko SazkiaToserba	3	Rp69.000.000	Rp26.000.000	Rp35.000.000

Gambar 10 Kenaikan Omzet Toko Kelontong

## KESIMPULAN

Program magang bersertifikat di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya telah memberikan pengalaman berharga dalam memberdayakan UMKM khususnya pada toko kelontong. Pendampingan yang telah dilakukan mencakup berbagai aspek penting untuk mengangkat level UMKM. Saya telah memperoleh ilmu pengetahuan baru dan mempraktikkannya langsung untuk mendampingi toko kelontong. Mulai dari menganalisis data hasil survey, mendaftarkan NIB, merancang strategi pemasaran online dengan membuat konten pemasaran, mendaftarkan di ecommerce sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membuat pembukuan sederhana untuk membantu pemilik toko dalam mengontrol arus kas dan merencanakan anggaran, hingga memonitoring perkembangan omzet toko kelontong.

Monitoring akhir dari program ini menunjukkan adanya kenaikan omzet pada beberapa toko kelontong. Kenaikan omzet ini merupakan indikator bahwa strategi pendampingan yang diterapkan berhasil dalam meningkatkan daya tarik dan efisiensi operasional toko. Peningkatan ini bukan hanya mencerminkan keberhasilan dalam meningkatkan pendapatan toko, tetapi juga menunjukkan bahwa dengan pendampingan yang tepat, UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Kesuksesan program ini adalah bukti nyata bahwa sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha dapat menciptakan perubahan yang signifikan. Program ini tidak hanya mencapai target peningkatan kualitas UMKM tetapi juga memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perekonomian lokal. Adanya peran pendampingan ini membuktikan bahwa dengan dukungan dan strategi yang tepat, UMKM dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Miftahulhair. (2018). Pendampingan Sosial Terhadap Anak Jalanan Di Rumah Perlindungan Sosial Anak (RPSA) Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1.2, 223.
- Prabowo, M. N. D., & Gamaputra, G. (2023). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Aplikasi E-Peken Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. *Inovant*, 1(1), 137-150.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat memberdayakan rakyat*. Bandung: Refika Aditama, hlm.200.
- Zahra, I. P., dkk. (2021). Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Toko Kuenak di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 167, 1-4