JURNAL ABDIMAS INDEPENDEN
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram
https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/independen/index

Edukasi Kelayakan Bisnis Untuk UMKM

Iman Waskito[1], M. Ali Fikri[2], Rahmi Sri Ramadhani[3], Intan Rakhmawati[4], Isnawati[4]

[1,2,3,4]Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
[5]Prodi D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

[1]waskitoiman@unram.ac.id
[2]alisampala@unram.ac.id
[3]Rahmisriramadhani@unram.ac.id
[4]intanrakhmawati@unram.ac.id
[5]isnawati.isna@unram.ac.id

Article Info
Received: 15 April 2026
Revised: 03 Juni 2026
Accepted: 05 Juni 2026

***Corresponding Author:**
Iman Waskito,
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;
Email:
waskitoiman@unram.ac.id

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Pertumbuhan potensi wisata alam di Dusun Orong Gerisak, Desa Tetebatu, Lombok Timur mendorong munculnya kelompok UMKM pendukung, salah satunya produsen abon ikan. Namun, pelaku UMKM setempat menghadapi kendala struktural, yaitu kesulitan menentukan harga jual produk yang tepat sehingga produk mereka tidak kompetitif, stagnan, bahkan mengalami kerugian. Kegiatan pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Membangun Desa ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai studi kelayakan bisnis dan analisis penentuan harga jual kepada para pelaku UMKM. Metode yang digunakan adalah pemaparan materi secara komprehensif yang dilanjutkan dengan diskusi mendalam (*focus group discussion*) berbasis kasus riil di lapangan. Cakupan materi meliputi enam aspek studi kelayakan bisnis, yaitu aspek legalitas, lingkungan, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan SDM, serta aspek keuangan. Kegiatan edukasi berjalan dengan lancar dan direspon secara antusias oleh para peserta. Melalui diskusi interaktif, para pelaku UMKM berhasil mengidentifikasi akar permasalahan usaha mereka, khususnya pada aspek keuangan seperti strategi menghadapi kompetitor dengan harga lebih murah, perhitungan margin, serta analisis kelayakan investasi. Edukasi kelayakan bisnis ini berhasil meningkatkan pemahaman kritis pelaku UMKM Orong Gerisak dalam mengelola usaha mereka. Sebagai rencana tindak lanjut, diperlukan pelatihan tata kelola keuangan yang sistematis dan praktis agar pelaku UMKM mampu melakukan evaluasi bisnis secara mandiri melalui analisis laporan keuangan.
Kata Kunci: Kelayakan Bisnis, UMKM, Harga Jual, Orong Gerisak, MBKM.
Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) serve as the backbone of the Indonesian economy. The growing ecotourism potential in Orong Gerisak Hamlet, Tetebatu Village, East Lombok, has driven the emergence of local MSMEs, including fish floss producers. However, these local entrepreneurs face structural constraints, specifically difficulties in determining competitive product pricing, which leads to business stagnation and financial losses. This community service activity, integrated with the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Village Building program, aims to provide education on business feasibility studies and precise pricing strategies for MSMEs. The method deployed involved comprehensive material presentations followed by an in-depth, interactive focus group discussion based on real-world field cases. The educational framework covered six aspects of business feasibility studies: legality, environmental, market and marketing, technical and technological, management and human resources, and financial aspects. The educational program was successfully implemented and received an enthusiastic response from the participants. Through interactive discussions, MSME players were able to identify the root causes of their business challenges, particularly regarding financial aspects such as handling low-cost competitors, margin calculations, and investment feasibility analysis.* ***Conclusion:*** *This business feasibility education effectively enhanced the critical understanding of Orong Gerisak MSME actors in managing their businesses. As a follow-up plan, systematic and practical financial management training is required to empower MSME actors to independently evaluate their business growth through financial statement analysis.*
Keywords: *Business Feasibility, MSMEs, Selling Price, Orong Gerisak, MBKM.*

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia sangat pesat dan menjadi tulang punggung ekonomi, menyumbang >60% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja, didorong oleh digitalisasi yang masif (27 juta pelaku UMKM sudah *online*), serta pertumbuhan kredit yang positif, meski menghadapi tantangan global (Yolanda, 2024). Kemudian UMKM di Indonesia telah memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian, berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, pendukung produk lokal, dan kontributor signifikan terhadap PDB (Hapsari et al, 2024) . UMKM di Indonesia didalamnya termasuk BUM Desa yang juga mengalami pertumbuhan pesat. Menurut Kementrian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) melalui sistem informasi desa menunjukan hingga pada November 2018 jumlah BUMDesa di Indonesia mencapai 41.000 unit tersebar di 74.957 desa meningkat menjadi 53.047 BUM Desa pada pertengahan Maret 2023 (Kemendes PDTT 2023). Pemerintah terus mendorong transformasi digital dan integrasi UMKM ke pasar global melalui *e-commerce* dan *Global Value Chain* (GVC) untuk meningkatkan kontribusi ekspor dan daya saingnya. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan unit usaha, menjadikan UMKM sebagai sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia. Menurut data Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia sampai 31 Desember 2024. Namun, jumlah ini belum mencakup UMKM dari sektor usaha pertanian dan perikanan (KADIN, 2025).

Pertumbuhan UMKM juga bisa dilihat di Desa Orong Gerisak terletak di Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur. Wilayah yang memiliki alam yang subur dan sejuk didukung keberadaan air terjun, sehingga memiliki potensi wisata alam. Keberadaan kelompok UMKM menjadi penopang potensi wisata dengan menyediakan kuliner atau buah tangan khas setempat, salah satunya berupa abon ikan. Namun perjalanan bisnis UMKM tersebut menghadapi kendala. Salah satu kendalanya adalah kesulitan menentukan harga jual produk. Kendala ini diketahui tim pengabdian berawal dari perbincangan ringan antara Ketua Kelompok UMKM Orong Gersak bapak Humaidi dengan mahasiswa magang membangun desa. Bapak Humaidi berkisah bahwa selama ini anggota kelompok UMKM kesulitan mengembangkan usahanya karena harga jual produk mereka yang berupa abon ikan tidak mampu kompetitif di pasar. Padahal dari harga jual yang ditetapkan tersebut mereka hanya mengambil margin maksimal dua puluh persen, namun tetap tidak mampu bersaing di pasar. Sehingga bisnis mereka *stagnant*, hanya mampu balik modal bahkan tidak jarang merugi.

Setelah mempelajari keluhan dan kendala yang dihadapi kelompok UMKM, tim pengabdian akan memberikan edukasi tidak hanya mengenai penentuan harga jual, namun juga tentang hal-hal yang melatarbelakangi terbentuknya harga jual. Edukasi itu terkait dengan menilai kelayakan sebuah bisnis, yang didalamnya juga akan membahas penentuan harga jual yang tepat. Menilai kelayakan bisnis merupakan suatu yang mendasar sebelum memulai bisnis. Sebuah bisnis yang akan dimulai harus memiliki celah kompetitif, sehingga pertumbuhannya dapat diharapkan. Edukasi kelayakan bisnis akan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, and Threats) dan dilengkapi perhitungan *Break Even Point* dan *Payback Period* (Kotler & Kevin, 2016).

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang mengevaluasi kondisi dengan menilai *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Penerapannya dimulai dengan menganalisis strengths dan weaknesses yang merupakan faktor internal di masa sekarang (present), kemudian dilanjutkan dengan

opportunities dan threats yang merupakan faktor eksternal, baik saat ini maupun di masa mendatang. Menurut Maharani (Maharani et al, 2024) *strength* (kekuatan) dalam analisis SWOT berarti keunggulan perusahaan dapat berupa sumber daya manusia, maupun sumber daya alamnya. Kekuatan (strength) dihubungkan dengan pesaing perusahaan dan keputusan pasar (Ngurah, 2018). Adapun kelemahan (*weakness*) adalah unsur-unsur internal yang dapat menghambat berjalannya organisasi. Terlebih bila tidak diatasi lebih lanjut untuk menganalisis kelemahan tersebut. Dengan demikian, analisis kelemahan adalah aspek yang penting agar kekurangan organisasi dan solusinya dapat terpetakan dengan baik (Qonita, 2023). Peluang (*opportunity*)adalah kesempatan yang ada di hadapan perusahaan untuk mencapai tujuan. Peluang bisa berdampak positif apabila cepat diambil dan dilaksanakan. Peluang tidak datang dua kali, maka perusahaan harus meyakini betul kesempatan yang hadir harus segera di eksekusi (Fistasya et al, 2021). Kemudian yang terakhir ancaman *(threats),* merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan atau tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing-pesaing baru, pertumbuhan pasar yang tersendat-sendat, kekuatan tawar-menawar (*bargaining power*) dari para pemasok atau pemakai utama, perubahan teknologi, serta peraturan-peraturan yang baru dapat merupakan ancaman terhadap keberhasilan perusahaan (Sari, 2020). Analisis SWOT dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda yang akan meningkatkan keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Kemudian kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari kegiatan MBKM karena merupakan tindak lanjut atas temuan permasalahan dari kegiatan magang membangun desa yang dilakukan mahasiswa. Dan sekaligus mendukung IKU dalam hal melatih mahasiswa untuk mampu berpikir kritis, memetakan permasalahan dan memberikan solusi yang tepat.

METODE KEGIATAN

Edukasi ini dilaksanakan dengan metode paparan materi dan dilanjutkan dengan diskusi mendalam terkait penilaian kelayakan suatu bisnis yang dipandu oleh seorang moderator. Sasaran pesertanya adalah pelaku UMKM di dusun Orong Gerisak, desa Tete Batu. Paparan materi meliputi aspek-aspek studi kelayakan bisnis, yang terdiri dari;

1. Aspek Legalitas
2. Aspek Lingkungan
3. Aspek Pasar dan Pemasaran
4. Aspek Teknis dan Teknologi
5. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia
6. Aspek Keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi ini dilaksanakan di Aula Sekretariat Orong Gerisak, desa Tetebatu, kecamatan Sikur, kabupaten Lombok Timur bersamaan dengan kegiatan MBKM Membangun Desa oleh mahasiswa dari Universitas Mataram. Sasaran pesertanya adalah pelaku UMKM di dusun Orong Gerisak. Seluruh materi telah disampaikan dan diserap maksimal oleh peserta dengan antusias. Pendalaman materi diberikan dalam bentuk diskusi interaktif, yang merujuk pada kasus-kasus riil di lapangan. Misal terkait kasus bisnis peternakan ayam yang digugat warga setempat, karena cacat aspel legalitas dan lingkungannya. Namun

justeru peserta lebih intens diskusi tentang aspek keuangan yang menjadi problem nyata mereka. Yaitu, misalnya; bagaimana menentukan harga jual yang tepat; bagaimana jika ada kompetitor dengan harga yang lebih murah; harga sudah kompetitif namun mengalami kerugian; dan lain-lain.

Cakupan materi tentang studi kelayakan bisnis meliputi 6 (enam) aspek. Pertama, aspek Legalitas (Hukum). Aspek Legalitas adalah pintu gerbang utama sebelum bisnis dimulai. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa secara hukum, bisnis yang dijalankan sah, memiliki izin resmi, dan tidak akan dibubarkan oleh pihak berwajib di kemudian hari. Komponen utama aspek ini meliputi bentuk badan usaha, misalnya berupa UD (Usaha Dagang), CV, PT, Perorangan, atau Koperasi/BUMDes. Perizinan Dasar & Khusus, misalnya Nomor Induk Berusaha (NIB), NPWP Badan, Surat Izin Tempat Usaha (SITU), serta izin khusus komoditas (seperti sertifikasi HALAL, BPOM, atau PIRT untuk produk abon ikan). Dan keabsahan dokumen, misalnya, keaslian sertifikat tanah tempat usaha atau perjanjian sewa-menyewa. Aspek hukum dikatakan layak jika semua dokumen hukum terpenuhi dan tidak melanggar regulasi pemerintah setempat. (Maryadi et al., 2023)

Kedua, aspek Lingkungan. Aspek ini menganalisis dampak keberadaan bisnis terhadap lingkungan alam sekitar (ekologi) serta dampak sosial-ekonomi terhadap masyarakat lokal. Bisnis yang baik tidak boleh merugikan lingkungan demi mengejar keuntungan semata. Komponen utama aspek ini meliputi Analisa Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL/UKL-UPL). Analisa mengenai limbah yang dihasilkan (misalnya limbah air sisa pencucian ikan pada produksi abon) dan bagaimana sistem pengolahannya agar tidak mencemari lingkungan. Dampak Sosial-Ekonomi, apakah bisnis ini menyerap tenaga kerja lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat desa, atau justru memicu konflik sosial (misalnya bau menyengat atau kebisingan). Aspek lingkungan dinyatakan layak jika mampu meminimalkan dampak negatif lingkungan ke ambang batas aman dan memberikan dampak sosial-ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar.(Munir et al., 2019)

Ketiga, aspek Pasar dan Pemasaran. Aspek ini mengukur apakah ada konsumen yang mau dan mampu membeli produk yang kita jual, serta bagaimana cara produk tersebut bisa sampai ke tangan konsumen secara efektif. Komponen utamanya meliputi, Potensi & Permintaan Pasar, mengukur seberapa besar pasar yang ada, pertumbuhan tren (misalnya tren oleh-oleh kuliner di kawasan wisata), serta daya beli konsumen. Analisis Persaingan (Competitor Analysis), Siapa saja pesaingnya? Apa kelemahan dan kelebihan mereka? Strategi Pemasaran (Bauran Pemasaran / 4P): Product; Kualitas, kemasan, rasa unik abon ikan. Price; Penentuan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Place; Saluran distribusi (dijual di pusat oleh-oleh, e-commerce, atau titip di BUMDes). Promotion; Strategi promosi melalui media sosial, Google Maps, atau endorsement. Indikator Kelayakan aspek ini adalah jika pangsa pasar masih terbuka lebar (permintaan lebih besar dari penawaran) dan strategi pemasaran dinilai efektif mengalahkan atau mengimbangi kompetitor.(Aliefah & Nandasari, 2022)

Keempat, aspek Teknis dan Teknologi. Aspek ini berkaitan dengan proses produksi fisik dan operasional bisnis. Fokusnya adalah memastikan bisnis secara praktis bisa dijalankan dengan fasilitas yang ada. Aspek ini memiliki komponen utama meliputi; Lokasi Usaha, yaitu kedekatan lokasi dengan bahan baku (misalnya dekat dengan nelayan/pasar ikan) dan aksesibilitas konsumen (dekat area wisata). Layout (Tata Letak), yaitu pengaturan ruang produksi, mulai dari penerimaan bahan baku, ruang memasak, ruang pengemasan, hingga gudang penyimpanan agar prosesnya higienis dan efisien. Teknologi & Peralatan, mesin atau alat yang digunakan (misalnya alat pemeras minyak abon/spinner, mesin sealer kemasan) serta kapasitas produksinya. Indikator kelayakan aspek Teknis dan Teknologi adalah jika lokasi strategis, ketersediaan bahan baku terjamin, tata letak mendukung produktivitas, dan teknologi yang dipilih sesuai dengan skala usaha serta kemampuan modal.(Damayanti Simanjuntak et al., 2022)

Kelima, aspek Manajemen dan SDM. Aspek ini menilai kesiapan orang-orang yang akan menjalankan bisnis, baik pada masa pembangunan (konstruksi) maupun saat bisnis sudah beroperasi secara rutin. Komponen utamanya meliputi; Struktur Organisasi, yaitu pembagian tugas yang jelas (siapa yang bertanggung jawab atas produksi, keuangan, dan pemasaran). Kebutuhan Tenaga Kerja, yaitu berapa jumlah karyawan yang dibutuhkan dan apa saja kualifikasi keahliannya (misalnya harus memiliki sertifikasi higienis pangan). Sistem kompensasi, yaitu sistem penggajian, insentif, dan

kesejahteraan karyawan agar mereka loyal dan produktif. Indikator kelayakan aspek ini adalah jika tim manajemen memiliki kompetensi yang memadai dan struktur organisasi yang dibentuk efisien (tidak tumpang tindih fungsi kerja). (Peradaban et al., 2025)

Keenam, aspek Keuangan. Aspek ini adalah muara dari seluruh aspek sebelumnya. Di sini, semua data dari aspek pasar, teknis, dan SDM dikonversi ke dalam angka rupiah untuk melihat apakah bisnis ini menghasilkan keuntungan atau tidak. Komponen utama aspek keuangan meliputi; kebutuhan modal investasi, yaitu dana untuk sewa tempat, beli mesin, perizinan, dan modal kerja awal. Proyeksi Keuangan, yaitu estimasi Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas (Cash Flow), dan Neraca untuk beberapa tahun ke depan. Kriteria Penilaian Investasi, terdiri dari Break Even Point (BEP), yaitu titik impas di mana total pendapatan sama dengan total biaya (kapan bisnis mulai menghasilkan untung). Payback Period (PP), yaitu jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal investasi awal. Net Present Value (NPV), yaitu selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai sekarang dari arus kas keluar. (NPV harus > 0). Internal Rate of Return (IRR), yaitu tingkat pengembalian internal bisnis (harus lebih besar dari suku bunga bank/biaya modal). Indikator kelayakan aspek keuangan adalah secara finansial jika nilai NPV positif (> 0), IRR lebih tinggi dari tingkat bunga pinjaman, dan waktu pengembalian modal (Payback Period) lebih cepat daripada umur ekonomis proyek. (Khoiriyah & Rahman, 2024)

Gambar 1. Kegiatan Edukasi Kelayakan Bisnis untuk UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan UMKM yang semakin masif harus didukung oleh semua pihak demi mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang semakin merata. Wujud dari dukungan itu adalah memberikan solusi atas kendala yang dihadapi oleh UMKM. Edukasi tentang kelayakan bisnis merupakan wujud nyata dukungan

tersebut. Dukungan berikutnya yang direncanakan adalah melatih pelaku UMKM dalam tata kelola keuangan yang sistematis dan praktis. Sehingga diharapkan mereka mampu mengevaluasi perkembangan bisnisnya melalui analisis keuangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pelaksana pengabdian sekaligus sebagai penyandang dana kegiatan, para kelompok UMKM dusun Orong Gerisak yang telah menjadi peserta aktif pada kegiatan pengabdian, dan pihak sekretariat UMKM Orong Gerisak yang menyediakan fasilitas berupa tempat dan peralatan *sound system*, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan tertib dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran d. *Lab*, *6*(01), 40–56.

Damayanti Simanjuntak, I., Khaira Sihotang, M., Marisa, M., Hafizhah, A., Ilmi Marbun, M., & Aginta, G. (2022). Aspek Teknis Dan Tekonologi Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)*, *1*(3), 227–233.

Fistasya, Adiva, Celia Rifa Az-Zahra, Mia Sumiati, Sarah Fauziah, Fandi Ahmad. 2021. Pendekatan Swot Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di Pt X. SeTIA Mengabdi Vol. 2, No.1

KADIN. 2025. https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/

Kemendes PDTT Direktorat PUED. 2023. Rekap Bumdes 2023

Khoiriyah, U. K., & Rahman, A. (2024). Analisis Aspek Keuangan Bisnis Sambal Rujak Mbak Qom Dalam Prespektif Studi Kelayakan Bisnis. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 17–24. https://doi.org/10.30651/imp.v4i1.22900

*K*otler Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, Fifteenth Edition* (Edisi ke-15). Pearson. p. 122-123

Maharani, Rizka Nidya, Muhamad Khoirun Nasihin, Agustin Azizatuz Zahro, Vicky F Sanjaya. 2024. Analisis Swot Dalam Pengelolaan Strategi Bisnis: Studi Kasus Rumah Makan Pindang Sehat Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Vol. 1 Nomor 2*

Maryadi, D., Tamalika, T., MZ, H., & Wongiawan, F. (2023). Analisa kelayakan bisnis PLTS untuk Rumah Subsidi Tipe 36 (Studi kasus di kota Palembang) Feasibility analysis of PLTS business for Subsidized House Type 36 (Case study in Palembang city). *Journal of Industrial Engineering Tridinanti*, *01*, 6–11.

Munir, M., Faizah, S., & Rifa, Y. (2019). Study Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Lingkungan Hidup. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, *3*(2), 157–171. https://doi.org/10.33507/lab.v4i01

Ngurah, Gusti A.W, I. 2018. Analisis SWOT: Kajian Perencanaan, Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha. Denpasar: UNMAS Press.

Peradaban, U., Jl, A., Pagojengan, R., Kec, K., & Kab, P. (2025). *SUMBER DAYA MANUSIA Isnaeni Universitas Peradaban Naufal Hilmy Haydar Universitas Peradaban Emi Nur Shabrina Universitas Peradaban Rindang Cahya Kemilau Universitas Peradaban Siti Badiatul Umroh*. *3*(4), 852–863.

Q onita, Aqila Zahra. 2023. Analisis SWOT: Arti dan Contoh Penggunaannya. https://telkomuniversity.ac.id/analisis-swot-arti-dan-contoh-penggunaannya/.

Sari, Dewita. 2020. Analisis Strenght Weakness Opportunity Threat(Swot) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. Pragmatis. Volume 1, Nomor 1, Maret 2020..

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 170–186. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147