

Optimalisasi Program Pengembangan UMKM di Buleleng: *Coaching Clinic* Dan Inkubator Bisnis

Made Ayodhia Sari Widhi Nurjaya*¹, M. Taufiq², Anisa Fitria Utami³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

e-mail: ayodhiasarii@gmail.com¹, taufiqtb4@gmail.com², anisa.fitria.ep@upnjatim.ac.id³

Abstrak

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Buleleng menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pembiayaan, kurangnya pengetahuan manajerial, serta kesulitan dalam pemasaran produk. Program Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis diselenggarakan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan tujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM lokal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan interaktif, pendampingan praktis, dan sesi diskusi bersama narasumber dari berbagai bidang, termasuk pemasaran digital dan lembaga keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan peserta terkait pemasaran digital (rata-rata peningkatan skor pre-test dan post-test sebesar 37%), serta peningkatan kemampuan dalam membuat materi promosi. Dampak dari kegiatan ini tidak hanya terlihat pada peningkatan keterampilan, tetapi juga pada terbentuknya jejaring antara pelaku UMKM dan pemangku kepentingan, yang membuka peluang kolaborasi di masa depan. Program ini terbukti efektif dan dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM di wilayah lain.

Kata kunci: *Coaching Clinic, Daya Saing, Inkubator Bisnis, Kapasitas UMKM, Pemasaran Digital*

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Buleleng Regency face several challenges, including limited access to financing, insufficient managerial knowledge, and difficulties in product marketing. The Coaching Clinic and Business Incubator program was implemented to address these issues, aiming to enhance the capacity and competitiveness of local MSMEs. The methods used in this program included interactive training, hands-on mentoring, and discussion sessions with experts in areas such as digital marketing and financial institutions. Evaluation results showed a significant improvement in participants' knowledge of digital marketing (with an average pre-test to post-test score increase of 37%) and their ability to develop promotional materials. The impact of this program extended beyond skill enhancement, as it also fostered networking among MSME actors and stakeholders, creating opportunities for future collaboration. This program has proven to be effective and replicable for MSME development in other regions.

Keywords: *Business Incubator, Coaching Clinic, Competitiveness, Digital Marketing, MSME Capacity*

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran sentral dalam perekonomian nasional, khususnya di wilayah pedesaan seperti Kabupaten Buleleng. Namun, potensi besar tersebut masih terhambat oleh berbagai kendala klasik, antara lain kurangnya pengetahuan manajerial, literasi keuangan yang rendah, keterbatasan akses pasar, dan minimnya inovasi dalam pengemasan serta promosi produk. Akibatnya, banyak UMKM di Kabupaten Buleleng belum mampu berkembang secara optimal, ditandai dengan rendahnya omzet dan terbatasnya jangkauan konsumen.

Penelitian Yunas dkk. (2022) mengungkapkan bahwa pelatihan berbasis kompetensi digital dan inovatif dapat meningkatkan daya saing UMKM. Namun, kebanyakan program pendampingan masih bersifat sektoral dan kurang terintegrasi secara multidisipliner. Di sisi lain, Harris (2020) dan Smith et al. (2019) menunjukkan bahwa pelatihan terstruktur dan inkubator bisnis berbasis kolaborasi lintas sektor dapat mempercepat pertumbuhan UMKM. Sayangnya, pendekatan seperti ini masih jarang diterapkan secara komprehensif di daerah pedesaan.

Pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut melalui pelaksanaan program *Coaching Clinic* dan Inkubator Bisnis di Kabupaten Buleleng. Program ini dirancang secara holistik dengan pendekatan multidisipliner, yang mencakup

pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan, promosi digital, pengemasan produk, dan pengenalan gastronomi lokal sebagai strategi pemasaran berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini dilaksanakan melalui kolaborasi aktif dengan mitra pengabdian, yaitu Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Buleleng serta kelompok UMKM binaan setempat. Peran mitra tidak hanya sebagai fasilitator dan penyedia data lapangan, tetapi juga sebagai penghubung antara pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lainnya.

Sebagaimana disampaikan dalam jurnal pengabdian oleh Lestari et al. (2021), kolaborasi antara akademisi dan mitra lokal mampu meningkatkan efektivitas program pemberdayaan, terutama jika kegiatan disesuaikan dengan kebutuhan riil pelaku usaha. Hal ini memperkuat urgensi pendekatan terpadu dalam pendampingan UMKM yang berbasis pada konteks lokal. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Kabupaten Buleleng melalui program *Coaching Clinic* dan Inkubator Bisnis yang terstruktur dan kolaboratif. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan:

- (1) meningkatkan kompetensi manajerial pelaku UMKM,
- (2) memperkuat literasi keuangan dan digital,
- (3) mendorong inovasi dalam pengemasan dan promosi produk, serta
- (4) membangun jejaring UMKM dengan pemangku kepentingan strategis.

Dengan pendekatan ini, diharapkan program dapat memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan pelaku UMKM, dan jangka panjang berupa tumbuhnya ekosistem usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan di Kabupaten Buleleng.

2. MASALAH

UMKM di Kabupaten Buleleng menghadapi berbagai masalah yang signifikan, sehingga memerlukan kegiatan *Coaching Clinic* dan Inkubator Bisnis untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses pembiayaan, di mana banyak pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan akibat persyaratan yang ketat. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen bisnis dan pemasaran menghambat mereka dalam mengelola usaha secara efisien. Keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi modern juga menjadi kendala, yang berdampak pada rendahnya inovasi dan efisiensi operasional. Proses perizinan yang rumit dan regulasi yang sering berubah menambah beban bagi pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng, sementara fluktuasi permintaan dan perubahan tren pasar menciptakan ketidakpastian yang menyulitkan perencanaan bisnis. Dengan adanya *Coaching Clinic* dan Inkubator Bisnis, pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan ini, sehingga mereka dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar.



Gambar 1 Kondisi UMKM Kabupaten Buleleng

3. METODE

1) Waktu dan Lokasi

Kegiatan Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis dilaksanakan selama tiga bulan, dari Januari hingga Maret 2025. Lokasi utama kegiatan berada di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, dengan pelaksanaan dilakukan secara hybrid: kombinasi sesi daring melalui Zoom dan sesi luring di kantor Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Buleleng.

2) Mitra dan Peserta

Program ini melibatkan mitra strategis, yaitu:

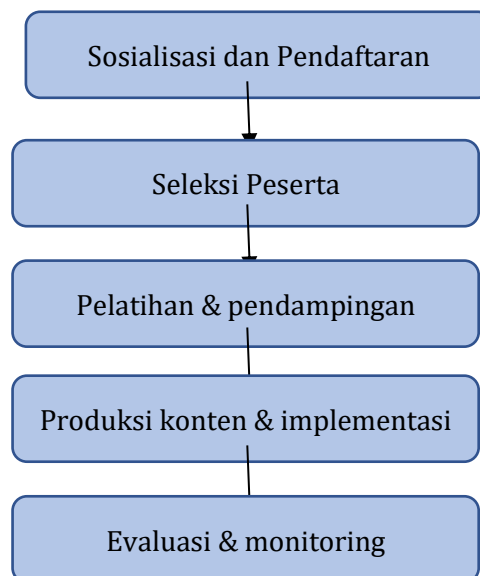
- Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Buleleng
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Regional Bali
- Praktisi bisnis lokal (ABD Foodmart)
- Akademisi dari Universitas Panji Sakti dan Universitas Udayana

Peserta program adalah pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. Dari total 60 pendaftar, terpilih 25 peserta berdasarkan kriteria seleksi, yaitu:

- Legalitas usaha (minimal memiliki izin usaha mikro)
- Produk sudah berjalan minimal 1 tahun
- Memiliki kebutuhan dalam digital marketing, keuangan, dan pengemasan
- Komitmen untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan

3) Tahapan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam lima tahap, sebagaimana dijelaskan dalam flowchart berikut:



Deskripsi tahapan:

- **Sosialisasi & Pendaftaran:**
Diseminasi informasi dilakukan melalui media sosial, website resmi, dan jaringan UMKM.
- **Seleksi Peserta:**
Calon peserta disaring menggunakan formulir dan wawancara singkat.
- **Pelatihan & Pendampingan**
Materi mencakup promosi digital (Canva), literasi keuangan (OJK), pengemasan dan informasi gizi (akademisi), serta strategi bisnis (praktisi).
- **Produksi Konten & Implementasi:**
Peserta membuat materi promosi digital mandiri dan menerapkannya dalam usahanya.

- Evaluasi & Monitoring:
Penilaian capaian dilakukan melalui instrumen evaluasi.

4) Evaluasi Kegiatan

Evaluasi keberhasilan program dilakukan dengan metode kuantitatif dan kualitatif, mencakup:

- Kuesioner Pre-Test & Post-Test:
Digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman pada topik literasi keuangan, promosi digital, dan pengemasan produk.
- Wawancara Semi-Terstruktur:
Dilakukan terhadap 5 peserta terpilih untuk menggali dampak program secara mendalam.
- Observasi Partisipatif:
Tim pengabdian mencatat keaktifan, kedisiplinan, dan respons peserta selama sesi.
Indikator keberhasilan meliputi:
 - Peningkatan skor post-test minimal 30% dibanding pre-test
 - 80% peserta mampu menghasilkan konten promosi mandiri
 - Terdapat perubahan dalam strategi pemasaran dan pengelolaan usaha
 - Terbangunnya jejaring kolaboratif antara peserta dan mitra

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis yang dilakukan melalui webinar menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap peserta UMKM di Kabupaten Buleleng. Dari 25 mitra yang terpilih, sebagian besar peserta melaporkan pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital dan desain grafis setelah mengikuti pelatihan pembuatan poster dan video menggunakan aplikasi Canva. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan promosi materi yang lebih menarik dan profesional. Ini pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Ini sesuai dengan tren pemasaran modern yang semakin menekankan penggunaan visual sebagai alat komunikasi yang efektif.

Selain itu, materi yang dipresentasikan tentang pentingnya OJK untuk mendukung UMKM di Kabupaten Buleleng membuka perspektif baru bagi para peserta. Banyak pengusaha (UMKM) sebelumnya tidak akrab dengan aturan dan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, informasi ini sangat berguna untuk membantu mereka menjalankan aktivitas mereka dengan lebih efisien dan mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran OJK, para peserta merasa lebih mampu untuk membuat keputusan terkait kegiatan keuangan dan operasional mereka. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang regulasi dapat berkontribusi pada kelangsungan UMKM di Kabupaten Buleleng.

Materi pemasaran produk yang dikirim oleh pemilik ABD Foodmart juga memiliki pengaruh yang signifikan. Para peserta mendapatkan wawasan tentang kemasan yang penting, fungsional, dan menarik secara estetis, yang dapat meningkatkan nilai jual mereka. Sebuah bahan kemasan yang tepat tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Sejumlah peserta melaporkan bahwa penjualan produk mereka meningkat setelah mengikuti klinik pembinaan. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dengan benar dapat benar-benar membantu meningkatkan kinerja UMKM di Buleleng.

Secara keseluruhan, langkah-langkah dari Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis telah berhasil dan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Buleleng. Para peserta tidak hanya memperoleh keterampilan praktis dan pengetahuan yang relevan, tetapi juga membangun hubungan yang dapat membantu mereka mempromosikan kegiatan mereka di masa depan. Hasil evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan pasar, dan mereka memiliki lebih banyak kepercayaan diri dalam mengelola inisiatif mereka. Dengan demikian, program ini tidak hanya mencapai tujuannya yang awal, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam

mempromosikan ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM di Buleleng. Dari kegiatan Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis telah selesai selanjutnya, dilaksanakan kegiatan BUE (Buleleng UMKM Expo). Dimana para UMKM Kabupaten Buleleng mendirikan sebuah stand yang dibuka secara umum agar Masyarakat bisa mengetahui dan para UMKM di Buleleng bisa mengembangkan bisnisnya melalui UMKM Expo.

Kegiatan Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis yang dilaksanakan pada Januari–Maret 2025 menghasilkan dampak positif terhadap perkembangan kapasitas pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. Sebanyak 25 peserta UMKM yang telah lolos seleksi berdasarkan kriteria tertentu (lihat Tabel 1) mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang bertujuan meningkatkan kapasitas pemasaran digital, literasi keuangan, dan strategi pengemasan produk.

Perubahan konkret yang terjadi pada peserta ditunjukkan dari beberapa indikator utama. Berdasarkan hasil evaluasi kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan, terdapat peningkatan signifikan dalam tiga aspek utama. Lihat Tabel 1 untuk ilustrasi peningkatan skor sebelum dan sesudah pelatihan.

Tabel 1. Peningkatan skor sebelum dan sesudah pelatihan

Aspek		Sebelum kegiatan	Sesudah kegiatan
Pemahaman digital	pemasaran	46% peserta paham	88% peserta paham
Kemampuan poster	mendesain	24% mampu	84% mampu
Literasi keuangan dasar (OJK)		32% paham	76% paham
Kepercayaan diri berbisnis		40% tinggi	80% tinggi
peningkatan		+45%	+45%



Gambar 2. Kegiatan Buleleng UMKM Expo

Lihat Tabel 2 untuk daftar 25 mitra UMKM peserta program.

Tabel 2. daftar 25 mitra UMKM peserta
program coaching clinic dan inkubator bisnis tahun 2024

No.	Nama	Alamat Usaha	No.HP	Nama Usaha
1.	Komang Ayu Dian Pertiwi	Banyuning Lestari, A. 19, Singaraja	087767200314	Dapur Papa El
2.	Liman Dewi	Jl, Ahmad Yani No.184 A	082230261800	Tara Cake
3.	I Putu Pandu Setiawan, S.Si	Banjar Dinas Purwa, Desa Pengastulan	081936502842	Buleleng Desert
4.	Sri Purwaningsih	Jl. Wibisana 67-68	081916549527	Sinar Abadi/Pia Cinta
5.	Ni Luh Sri Enim	BTN Banyuning Indah Blok C 30	0817556427	Paon Bu Enim
6.	Dwi Mulyati	Pemaron	082145014424	Rumah Roti
7.	Luh Wiriadi	Banjar Dinas Pasar Desa Anturan	081513387123	Luh Buleleng
8.	Luh Yuni Riastayani	Jl. Kartika, No. 19, Lovina	081915670879	Toko Wira Jaya
9.	Ni Wayan Sukarni	Lingkungan Sangket	089687914423	UD. Mekar Jaya
10.	Ni Nyoman Budiani	Desa Wanagiri	081339706068	KWT Sari Amerta Sari
11.	Putu Vivi Novia Hardiyanti	Banjar Dinas Desa, Desa Pedawa	083838311441	Jampy
12.	Putu Ary Dharmayanti	Pasar Gempol Banjar Jawa, Jl. Bayusuta	087885919184	Balibell Jam
13.	Ni Kadek Wesmini	Jl. A. Yani Barat 179 A	087762848909	Yulia Bakery
14.	Komang Ayu Vidia Meriani	Banjar Dinas Banjar Anyar, Desa Sambangan	083117707241	Keripik Bu Nengah
15.	Luh Aryani	Desa Sudaji	087864694928	KWT Wanasari Sudaji

16.	Rizky Ramadhan	Jl. Ngurah Rai Singaraja	0895365282024	Biunana
17.	Hartatik Sukma Dewi ADS	Jl. Abimanyu No 18X	088219051197	Delicious Wonton
18.	Mamik Mulyawati	Jl. Ki Barak Panji Sakti No. 90 D	081338448388	Kedai Panji
19.	Luh Putu Wilandari	Jl. Pantai Penimbangan Gg, Balbo Blok D No.4B Singaraja	087861029944	Camilan dan Kuliner
20.	Ch. Indryastuti Prihandini	Perum Grand Lovina, Blok F-7	085100912256	Manna'Z
21.	Made Eva Sudayana	Banjar Dinas Desa, Desa Bebetin	081239204714	Buah Segar
22.	Prilla Aryana	Panji Sukasada, Buleleng Regency	089648219148	Dapoer Panji
23.	I Made Miasa	Banjar Dinas Belulang, Desa Sepang, Kec. Busungbiu	087862372972	Eka Manik Amerta
24.	Putu Trisna Widayatri	Jl. Srikandi, Gang Kelapa, Sambangan	083117708858	Kue Mamak- Ku
25.	Ni Luh Putu Sukapuriani	Banjar Paketan Desa Paket Agung	081246099830	KWT Paket Agung

Dari tabel diatas menyatakan bahwa ada 25 mitra yang lolos seleksi dalam mengikuti kegiatan Coching Clinic dan berkesempatan mendirikan sebuah stand di kegiatan Buleleng UMKM Expo (BUE) yang dilaksanakan digedung UPTD PLUT agar UMKM di Kabupaten Buleleng yang lolos bisa terlihat perkembangannya setelah mengikuti kegiatan.

- **Peningkatan Kualitas Promosi dan Produk**

Setelah pelatihan Canva, sebagian besar peserta mampu merancang materi promosi digital seperti poster dan video promosi yang lebih profesional. Materi visual ini telah diunggah ke media sosial bisnis mereka, dan menurut hasil wawancara, 68% peserta mencatat peningkatan interaksi dan penjualan online dalam waktu dua minggu pasca pelatihan. Ini memperkuat temuan Prasetya (2021) yang menyatakan bahwa pelatihan konten digital meningkatkan daya tarik produk UMKM di era digital.

- **Peningkatan Pemahaman Keuangan dan Regulasi**

Materi dari OJK Bali membantu peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan, akses pembiayaan, dan legalitas usaha. Banyak peserta yang awalnya tidak memahami fungsi OJK kini mengetahui prosedur untuk mengakses pembiayaan mikro dan pengelolaan utang. Hal ini

sejalan dengan studi oleh Sukmanasa (2020), yang menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi kunci keberlanjutan usaha mikro.

- Refleksi dari Peserta

Beberapa peserta menyampaikan pengalaman positif mereka dalam sesi wawancara. Misalnya, Komang Ayu Dian Pertiwi, pemilik Dapur Papa El, menyampaikan bahwa ia merasa lebih percaya diri memasarkan produknya secara online. Ia juga mencatat peningkatan omzet hingga 30% setelah menggunakan desain promosi yang dibuat sendiri dengan Canva.

- Peningkatan Branding dan Kemasan Produk

Guido Hendratjahjono dari ABD Foodmart memberikan panduan praktis tentang pengemasan dan branding, yang diterapkan langsung oleh peserta. Misalnya, Putu Ary Dharmaayanti mengubah kemasan produknya setelah pelatihan dan mencatat peningkatan daya tarik konsumen. Hasil ini memperlihatkan bahwa pemahaman akan fungsi kemasan bukan hanya sebagai pelindung produk, melainkan juga sebagai alat pemasaran visual yang penting.

- Puncak Kegiatan: Buleleng UMKM Expo (BUE)

Sebagai tindak lanjut, peserta program diberi kesempatan untuk membuka stand pada Buleleng UMKM Expo (BUE) yang diselenggarakan di Gedung UPTD PLUT. Expo ini menjadi ajang nyata penerapan hasil pembinaan sekaligus media promosi langsung kepada masyarakat. Kegiatan ini memperkuat jaringan antar pelaku UMKM dan menjadi alat ukur perkembangan usaha mereka pasca pelatihan.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan Coaching Clinic dan Inkubator Bisnis bagi 25 UMKM terpilih di Kabupaten Buleleng menunjukkan hasil yang positif. Para mitra mengalami peningkatan signifikan dalam aspek pemasaran digital, kemampuan desain promosi, literasi keuangan, dan kepercayaan diri dalam berbisnis. Pelatihan praktis seperti penggunaan Canva dan materi dari narasumber profesional mendorong peserta untuk mengembangkan materi promosi yang lebih menarik dan efisien, sekaligus memahami aspek legal dan keuangan secara lebih baik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak langsung pada peningkatan keterampilan dan kesiapan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar.

Refleksi dari pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan berbasis praktik sangat efektif dalam memberdayakan UMKM. Untuk menjaga keberlanjutan program, disarankan agar pelatihan dilanjutkan melalui pendampingan rutin, penguatan jaringan antar pelaku usaha, serta integrasi program dengan kebijakan daerah. Pembentukan komunitas alumni UMKM binaan dan akses berkelanjutan terhadap pelatihan serta informasi pasar juga menjadi langkah strategis untuk memastikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Abdullah and F. Hilman, "Enhancing small business marketing through digital innovation," *J. Bus. Stud.*, vol. 12, no. 4, pp. 203–219, 2021.
- [2] N. Azizah, D. T. S. Ardam, M. H. B. Prasetya, and K. Sanata, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran UMKM pada Masa PPKM di Kelurahan Pucanganom, Sidoarjo, Jawa Timur," in *Prosiding Seminar Nasional Administrasi Bisnis (SINABIS)*, 2021, p. 134.
- [3] BPS Kabupaten Buleleng, *Statistik UMKM Kabupaten Buleleng*, Buleleng: BPS, 2020.
- [4] J. Davis and L. Smith, "Business incubators and their role in supporting SMEs: A review," *Int. J. Bus. Dev.*, vol. 8, no. 3, pp. 87–102, 2019.
- [5] R. Fadhila and T. Suharyanto, "Digital marketing strategies for MSMEs in Indonesia: A case study," *J. Econ. Bus.*, vol. 25, no. 2, pp. 189–200, 2020.

- [6] I. Ghozali, *Structural Equation Modeling: Concepts and Applications*, Semarang: Universitas Diponegoro Press, 2016.
- [7] R. Harris, "Building resilient SMEs through digital literacy training," *Small Bus. J.*, vol. 15, no. 1, pp. 45–62, 2020.
- [8] Kementerian Koperasi dan UKM, *Perkembangan UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang*, Jakarta: Kemenkop UKM, 2021.
- [9] Y. Lee and S. Carter, "The importance of financial literacy for SMEs," *J. Financial Stud.*, vol. 9, no. 5, pp. 120–135, 2017.
- [10] OECD, *Enhancing SME Competitiveness: The Role of Innovation and Finance*, Paris: OECD Publishing, 2018.
- [11] Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi Keuangan untuk Pengembangan UMKM*, Jakarta: OJK, 2021.
- [12] H. Purwanto, "Strategi pengemasan produk yang efektif untuk UMKM di era digital," *J. Pemasaran Indones.*, vol. 15, no. 3, pp. 310–324, 2022.
- [13] A. Smith, M. Johnson, and T. Brown, "Collaborative business models for SME growth: A global perspective," *Int. Bus. Rev.*, vol. 12, no. 6, pp. 560–578, 2019.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [15] E. Sukmanasa, L. Novita, and A. Maesya, "Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Media Pembelajaran Powtoon pada Guru-Guru di Lingkungan Gugus I Bogor Tengah Kota Bogor," *J. PkM (Pengabdian kpd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 3, pp. 231–241, 2020.
- [16] C. Teddlie and A. Tashakkori, *Foundations of Mixed Methods Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009.
- [17] UNESCO, *Promoting Entrepreneurship in Developing Economies*, Paris: UNESCO Press, 2020.
- [18] N. S. Yunas, A. I. Hakim, and A. N. Alisa, "Penguatan Kapasitas Perempuan dan Generasi Muda Dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa Melalui Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang," *Surya Abdimas*, vol. 6, no. 3, pp. 471–480, 2022.