

## **Pengembangan Kewirausahaan Desa Melalui Pendampingan Digitalisasi dan Pemasaran Produk UMKM**

### **Village Entrepreneurship Development through Assistance in Digitalization and Marketing of MSME Products**

Muhammad Daffa Ardiansyah<sup>1a</sup>, R. Ali Pangestu<sup>1</sup>, Lise Purnamasari<sup>1</sup>

<sup>1a</sup>Universitas Djuanda; Jalan Tol Ciawi No 1 Ciawi Bogor, Indonesia, e-mail: ardiansyah029@gmail.com

(Diterima: 17-02-2025; Ditelaah: 10-03-2025; Disetujui: 30-04-2025)

#### **Abstrak**

*Pengembangan kewirausahaan di desa tidak hanya terletak pada aspek ekonomi, tetapi juga dalam membangun karakter masyarakat yang produktif dan mandiri. perkembangan teknologi membuka peluang besar dalam pengembangan usaha, termasuk dalam hal promosi dan pemasaran. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk peningkatan kapasitas UMKM melalui integrasi teknologi digital dan pemasaran online. Metode pelaksanaan dalam kegiatan Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD) di Desa Bojongkulur menggunakan pendekatan secara kelompok dan door to door atau individu. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan edukatif sangat dibutuhkan dalam pengembangan kewirausahaan lokal. Mulai dari pendampingan langsung kepada pelaku usaha telur ayam, maggot crispy, hingga warung kopi, seluruh intervensi difokuskan pada pemecahan masalah nyata seperti promosi usaha, desain identitas produk, dan perbaikan media pemasaran.*

**Kata kunci:** Kewirausahaan, UMKM, Pemasaran, Pengembangan, Kesejahteraan

#### **Abstract**

*Entrepreneurship development in villages lies not only in the economic aspect, but also in building the character of a productive and independent society. technological developments open up great opportunities in business development, including in terms of promotion and marketing. The service activity aims to increase the capacity of MSMEs through the integration of digital technology and online marketing. The implementation method in the Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD) activity in Bojongkulur Village uses a group and door to door or individual approach. The results of the activity show that a collaborative and educative approach is needed in the development of local entrepreneurship. Starting from direct assistance to chicken egg businesses, crispy maggot, to coffee shops, all interventions are focused on solving real problems such as business promotion, product identity design, and marketing media improvement.*

**Keywords:** Entrepreneurship, UMKM, Marketing, Development, Welfare

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bentuk produk, jasa, atau proses produksi yang lebih efisien dan efektif, serta mencakup keterampilan dalam mengelola risiko dan merancang strategi bisnis yang tepat (Hamid, 2018). Secara sederhana, kewirausahaan dapat dimaknai sebagai upaya menciptakan dan mengembangkan usaha yang inovatif, berkelanjutan, serta memiliki nilai tambah ekonomi dan sosial. Peran kewirausahaan sangat signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Sayangnya, potensi kewirausahaan di Indonesia, terutama di desa-desa, belum berkembang secara optimal. Padahal, dengan semangat dan kreativitas yang tinggi, masyarakat pedesaan memiliki peluang besar untuk menciptakan usaha yang mampu meningkatkan taraf hidup mereka (Rohimah & Kurnia, 2021).

Kewirausahaan melibatkan sejumlah kemampuan penting, antara lain: 1) mengidentifikasi peluang bisnis; 2) mengembangkan dan menyesuaikan ide bisnis; 3) mengelola dan memitigasi risiko; 4) merancang dan menerapkan strategi bisnis; 5) mengelola sumber daya secara efektif; dan 6) membangun jaringan serta menjalin kerja sama yang produktif. Dengan berwirausaha, seseorang dapat meningkatkan kemampuan inovasi, kreativitas, dan kemandirian. Selain itu, kewirausahaan juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat (Ahmadi, 2012; Handoko, 2015). Berwirausaha memungkinkan individu untuk memperoleh penghasilan secara mandiri, mengurangi ketergantungan terhadap pihak lain, serta menciptakan peluang kerja bagi orang lain (Alauf et al., 2024).

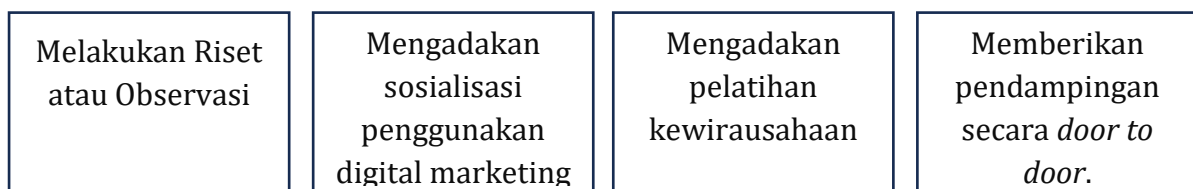
Pentingnya pengembangan kewirausahaan di desa tidak hanya terletak pada aspek ekonomi, tetapi juga dalam membangun karakter masyarakat yang produktif dan mandiri. Oleh karena itu, langkah awal yang penting adalah meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat desa dalam mengidentifikasi peluang usaha serta mengembangkan potensi lokal menjadi bisnis yang bernilai (Suharto, 2009). Di era digital seperti saat ini, perkembangan teknologi membuka peluang besar dalam pengembangan usaha, termasuk dalam hal promosi dan pemasaran. Digital marketing menjadi salah satu strategi penting yang mencakup berbagai aspek, seperti memasarkan produk secara online, meningkatkan layanan pelanggan, menciptakan permintaan dari calon pembeli, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Munawar et al., 2024). Media sosial pun menjadi sarana yang sangat efektif dalam membangun citra dan visibilitas usaha (Wijayanti et al., 2022).

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengembangan kewirausahaan di Desa Bojongkulur memiliki tujuan untuk mendorong pertumbuhan dan modernisasi sektor usaha lokal. Harapannya, para pelaku usaha di Bojongkulur dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga mampu bersaing dengan wirausahawan lainnya, baik di tingkat lokal maupun nasional.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD) di Desa Bojongkulur menggunakan pendekatan secara kelompok dan *door to door* atau individu. Dalam kegiatan ini, kolaborator akan selalu terlibat sampai akhir kegiatan; melakukan riset atau observasi ke kantor desa untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di Bojongkulur, serta Pemilihan UMKM yang akan menjadi target pengembangan; Pendekatan secara kelompok, yaitu mengadakan pelatihan pengembangan usaha dan pelatihan kewirausahaan; dan pendekatan *door to door* dengan mengunjungi beberapa UMKM ke tempat usahanya untuk mengetahui apa yang menjadi keluhan untuk dikembangkan atau memberi solusi untuk kedepannya.

Ada 4 tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatannya yaitu: 1) melakukan riset atau observasi, 2) mengadakan sosialisasi penggunaan digital marketing, 3) mengadakan pelatihan kewirausahaan, dan 4) memberikan pendampingan secara *door to door*. Berikut tahapan pelaksanaan kegiatannya.



Gambar 1. Bagan Alur Pelaksanaan Kegiatan

Pertama, melakukan riset atau observasi ke kantor desa Bojongkulur untuk mengetahui Jumlah UMKM yang ada di Bojongkulur, serta pemilihan yang akan menjadi target untuk kegiatan pengembangan ini. Kedua, mengadakan sosialisasi penggunaan *digital marketing* atau pelatihan membuat akun *shopeefood*, *grabfood* dan lain-lain. Ketiga, mengadakan pelatihan kewirausahaan seperti membuat ide produk yang bisa dijadikan sebagai produk asli dari Bojongkulur. Keempat, memberikan pendampingan secara *door to door* untuk membantu keluhan UMKM agar bisa berkembang dalam berwirausaha, serta bisa berdampak untuk peningkatan penjualannya.

## HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD) dilakukan di beberapa tempat, seperti di Aula Kantor Desa Bojongkulur, Kecamatan Gunungputri, Kabupaten Bogor. Pada tahap pertama, tim melakukan riset ke kantor desa untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di Bojongkulur, serta melakukan pemilihan yang akan menjadi target. Diskusi atau riset data UMKM Bojongkulur di bantu oleh Bapak staf pelayanan Desa Bojongkulur, sekaligus memberitahukan ide program yang dibuat, dan akan dilaksanakan untuk pengembangan UMKM yang ada di bojongkulur. Beberapa UMKM yang dipilih dalam meliputi UMKM Kue Basah, UMKM Telur, UMKM Maggot, UMKM Warung Kopi, dan UMKM Sambel Cumi.

Tahap kedua, mengadakan seminar tentang pentingnya berwirausaha yang di adakan di Aula Kantor Desa Bojongkulur dengan mengundang beberapa peserta seperti Ibu-ibu TP-PKK dan Karang Taruna Desa Bojongkulur. Dalam kegiatan ini, menjelaskan apa itu wirausaha, seberapa pentingnya berwirausaha, bagaimana cara berwirausaha yang terus berjalan, dan bagaimana mengembangkan usaha untuk meningkatkan penjualan, seberapa penting penggunaan digital marketing dan lain-lain.



Gambar 2. Seminar Pentingnya Berwirausaha

Gambar 2 menunjukkan dokumentasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi atau seminar mengenai pentingnya berwirausaha, yang ditujukan kepada para peserta dari kalangan ibu-ibu TP-PKK dan pemuda Karang Taruna Desa Bojongkulur. Wirausaha merupakan individu yang mampu berinovasi dalam mengubah peluang menjadi ide yang bernilai jual, serta memberikan nilai tambah melalui tenaga, biaya, waktu, dan keterampilan, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Berwirausaha memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat (Haqqoni, 2024). Melalui kegiatan wirausaha, seseorang tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri, tetapi juga bagi orang lain. Dengan demikian, wirausaha turut berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dan pengurangan tingkat pengangguran.

Pada tahap ketiga kegiatan ini, dilaksanakan pelatihan kewirausahaan yang difokuskan pada dua jenis produk unggulan yang berpotensi dikembangkan di Desa Bojongkulur. Pelatihan pertama adalah pembuatan sabun cuci piring, yang melibatkan para pemuda Karang Taruna Kampung Bubulak. Pelatihan kedua adalah pembuatan sambal cumi, yang diikuti oleh ibu-ibu TP-PKK Desa Bojongkulur. Pelatihan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang dirancang untuk membekali peserta dengan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir bisnis, agar mereka mampu memulai dan mengembangkan usaha secara lebih terstruktur. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai berbagai aspek kewirausahaan, antara lain: perumusan ide bisnis inovatif, pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, serta kemampuan dalam menghadapi tantangan dunia usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan berfungsi sebagai bekal penting bagi calon pelaku usaha. Tujuannya adalah agar mereka tidak hanya mengandalkan keberanian, tetapi juga memiliki strategi dan pemahaman yang mendalam untuk

mencapai keberhasilan dalam menjalankan bisnis. Pelatihan kewirausahaan sangat penting dalam membekali calon wirausaha dengan kemampuan manajerial dan teknis, termasuk dalam hal perencanaan bisnis, pemasaran, pengelolaan keuangan, serta aspek hukum yang berkaitan dengan pendirian dan operasional usaha (Chakim & Nada, 2024).



Gambar 3. Pelatihan Kewirausahaan Sabun cuci Piring



Gambar 4. Pelatihan Kewirausahaan Sambel Cumi

Gambar 3 dan 4 menunjukkan kegiatan pelatihan kewirausahaan dalam pembuatan sabun cuci piring dan sambal cumi. Kegiatan ini merupakan hasil kolaborasi antara pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu TP-PKK Desa Bojongkulur. Melalui dua pelatihan ini, diharapkan kedua produk tersebut dapat terus dikembangkan dan dipasarkan secara konsisten. Produk sabun cuci piring kini telah menjadi usaha resmi yang dijalankan oleh Karang Taruna Kampung Bubulak. Usaha ini bertujuan menambah pemasukan organisasi, sekaligus mendukung pelaksanaan berbagai kegiatan kepemudaan. Sementara itu, produk sambal cumi diteruskan oleh ibu-ibu TP-PKK sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi keluarga. Kedua produk ini diharapkan dapat menjadi oleh-oleh khas yang dibawa oleh para pengunjung Desa Bojongkulur, sekaligus memperkuat identitas desa melalui produk unggulan lokal.

Pada tahap keempat, dilakukan kegiatan pendampingan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah dipilih. Pendampingan ini dilaksanakan

secara langsung melalui kunjungan *door-to-door*, untuk membantu mencari solusi atas berbagai keluhan dan tantangan yang dihadapi para pelaku usaha. Beberapa UMKM yang mendapatkan pendampingan antara lain:

- UMKM kue basah, yang ingin meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar agar produknya lebih dikenal luas.
- UMKM telur, yang meminta bantuan pembuatan materi promosi berupa poster untuk keperluan media sosial.
- UMKM maggot crispy, yang memerlukan bantuan dalam merancang logo produk sebagai identitas usaha.
- UMKM warung kopi, yang ingin dibuatkan desain banner usaha karena banner lama sudah usang dan tidak layak pakai.

Pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM tidak menghadapi tantangan bisnis sendirian, melainkan memperoleh arahan dan bimbingan yang tepat dalam mengelola serta mengembangkan usaha. Dengan adanya pendampingan, para pelaku UMKM dapat belajar dari pengalaman praktis, meminimalisasi kesalahan, serta meningkatkan peluang sukses dalam menjalankan bisnis. Pendampingan UMKM merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha. Menurut Bank Indonesia, UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian nasional, khususnya dalam kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Meski demikian, pengembangan UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan dan lemahnya kapasitas manajerial. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Bank Indonesia terus mendorong peningkatan akses keuangan dan peningkatan kapasitas usaha melalui berbagai program pendampingan UMKM.



Gambar 5. Pendampingan UMKM Kue basah

Gambar 5 mendokumentasikan kegiatan pendampingan yang dilakukan secara *door to door* ke lokasi usaha UMKM kue basah. Dalam kegiatan ini, kami memberikan pendampingan langsung kepada pelaku usaha yang menyampaikan keluhan terkait upaya peningkatan penjualan dan pengembangan pasar agar produknya lebih dikenal luas. Sebagai solusi, kami memberikan pelatihan dan bimbingan terkait digitalisasi usaha.

Kami mengajarkan cara mendaftarkan produk usahanya ke berbagai platform *marketplace* dan layanan pesan-antar makanan, seperti ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood. Selain itu, kami juga membantu mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli di sekitar wilayahnya. Dengan langkah ini, diharapkan jangkauan pemasaran UMKM kue basah tersebut dapat semakin luas, sehingga mampu meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisi usahanya di tengah persaingan pasar.



Gambar 6. Pendampingan UMKM Telur Ayam

Gambar 6 menunjukkan kegiatan pendampingan kepada salah satu pelaku UMKM yang bergerak di bidang usaha telur ayam. Beliau merupakan seorang pengusaha telur ayam dengan jumlah ternak sekitar 150 ekor ayam petelur. Selain sebagai pelaku usaha, beliau juga aktif sebagai kader Posyandu di RW 4. Dalam kesempatan tersebut, beliau mengundang kami untuk berkunjung ke kediamannya dan menyampaikan permintaan bantuan untuk dibuatkan media promosi berupa poster usaha telur ayam miliknya. Menanggapi hal tersebut, kami membantu merancang dan membuatkan poster promosi sesuai kebutuhan beliau, sebagaimana ditampilkan pada gambar 6.



Gambar 7. Pendampingan UMKM Maggot

Gambar 6 memperlihatkan kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM yang menjalankan usaha *maggot crispy*. Beliau merupakan seorang pengusaha maggot yang

awalnya membudidayakan maggot sebagai pakan ternak, mengingat kandungan nutrisinya yang tinggi serta manfaatnya dalam membantu proses penyembuhan beberapa jenis penyakit. Kemudian, setelah melihat informasi di media sosial mengenai potensi maggot yang dapat diolah menjadi makanan, beliau mulai mengembangkan usahanya ke arah olahan pangan. Namun, berbeda dengan maggot untuk pakan yang biasa diberi makan limbah atau sampah organik, maggot yang akan dikonsumsi manusia harus diberi pakan berupa buah atau sayuran segar agar layak dikonsumsi. Dalam proses pengembangan usahanya, beliau meminta bantuan untuk dibuatkan logo produk bagi usaha *maggot crispy* miliknya. Kami pun membantu dalam merancang logo yang sesuai dengan karakteristik produk yang dikembangkan.



Gambar 8. Pendampingan UMKM Warung Kopi

Gambar 8 menampilkan kegiatan pendampingan terakhir yang dilakukan kepada pelaku UMKM warung kopi. Beliau merupakan seorang pengusaha warung kopi yang menyampaikan keluhan terkait banner usahanya yang sudah lusuh dan tidak layak pakai. Menanggapi hal tersebut, kami memberikan solusi dengan membantu mendesain banner baru untuk warung kopinya. Kami juga menyediakan dua alternatif desain sebagai pilihan yang dapat disesuaikan dengan preferensi beliau. Selain itu, kegiatan penutup dari program pendampingan ini adalah pembuatan poster edukatif yang bertema “Manfaat Digital untuk Kewirausahaan” dan “Kriteria Produk Syariah”. Poster-poster ini kami rancang sebagai media edukasi bagi masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di wilayah Bojongkulur. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pemahaman bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menunjang aktivitas kewirausahaan, serta pentingnya mengetahui karakteristik produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.



Gambar 9. Pembuatan Poster Edukasi

Gambar 9 memperlihatkan kegiatan pembuatan dan penempelan poster edukatif dengan dua tema utama, yaitu “Manfaat Digital untuk Kewirausahaan” dan “Kriteria Produk Syariah”. Poster-poster ini tidak ditempel secara sembarangan, melainkan dipasang di lokasi-lokasi strategis yang relevan dan diperbolehkan, seperti mading desa, mading masjid, area pasar, Perpustakaan Bojongkulur, Taman Baca Bojongkulur, dan Taman Baca Kampung Bubulak. Selain disebarluaskan melalui penempelan di tempat umum, kami juga membagikan poster secara langsung kepada masyarakat yang sebelumnya telah berinteraksi dalam rangkaian kegiatan pendampingan. Di antaranya adalah Bapak Kepala Desa, Ketua PKK Desa, Ketua Karang Taruna, para Ketua RT dan RW, kader Posyandu, serta pelaku UMKM yang telah kami kunjungi. Melalui penyebaran poster ini, kami berharap para pelaku wirausaha di wilayah Bojongkulur dapat lebih memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan, serta memiliki kesadaran akan pentingnya menjalankan usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## **KESIMPULAN**

Kewirausahaan memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Namun, perlu adanya upaya yang lebih serius dan terstruktur untuk mengembangkan kewirausahaan di Desa Bojongkulur. Kegiatan pelatihan pendampingan yang telah dilakukan kepada para pelaku UMKM di Desa Bojongkulur, khususnya di Kampung Bubulak, menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan edukatif sangat dibutuhkan dalam pengembangan kewirausahaan lokal. Mulai dari pendampingan langsung kepada pelaku usaha telur ayam, maggot crispy, hingga warung kopi, seluruh intervensi difokuskan pada pemecahan masalah nyata seperti promosi usaha, desain identitas produk, dan perbaikan media pemasaran. Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi katalisator bagi tumbuhnya semangat kewirausahaan berbasis digital dan syariah, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi lokal di Bojongkulur. Semoga seluruh upaya yang telah dilakukan membawa manfaat dan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami mengucapkan terima kasih kepada LLDIKTI Wilayah IV Jawa Barat dan Banten, Pemerintah Kota Bogor dan perangkat desa di Kelurahan Menteng atas hibah yang diberikan untuk mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam skema Perguruan Tinggi Mahasiswa Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD).

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alauf, A., Munawar, W., & Amin, M. (2024). IMPLEMENTASI KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR MUSLIM PADA PENGELOLAAN UMKM RANCAMAYA BOGOR SELATAN. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 3(1), 30-41.
- Chakim, M. L., & Nada, Z. (2024). Pendampingan UMKM dan Ekonomi Kreatif Melalui

- Strategi Pemasaran Online: Studi Kasus UMKM Kripik Usus Bagus Jaya di Desa Mlati, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 216-224.
- Hamid, E.S. (2018). *Kewirausahaan : Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Handoko, T.H. (2015). *Kewirausahaan : Teori, Proses, dan kasus*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Ahmadi, A. (2012). *Kewirausahaan: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Haqqoni, M. N., Wansit, A. P., Amalia, A., & Bisri, H. (2024). Inovasi Dan Pendampingan UMKM Dalam Pembuatan Ceumpal. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 277-284.
- Munawar, W., Alhifni, A., & Yulianingsih. (2024). Implementasi Model Reach, Act, Convert, dan Engage (RACE) dalam Pengembangan Pemasaran Kopi Lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(3), 247-254.
- Rohimah, S., & Kurnia, T. (2021). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Inovasi Produk Olahan Keripik Kulit Singkong. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11-18.
- Suharto. (2009). *Kewirausahaan : Teori, Proses, dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijayanti, S. W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., Komarudin, M., & Munawar, W. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119-125.
- <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/>