

TANTANGAN UMKM LOKAL DALAM ALGORITMA PASAR GLOBAL

Indah Puja Claudia Damanik¹, Jacklyn Alona Bangun², Rama Rizky Septiendra Saragih³, Vivin Silvia Boang Manalu⁴, Desriani Purba⁵, Triya Anggraini⁶, Tengku Salsabila⁷

Universitas Negeri Medan

E-mail: damanik.indah28@gmail.com¹, jacklynalona24@gmail.com², ramarizky2004@gmail.com³, vivinboangmalau@gmail.com⁴, desrianironayfiona@gmail.com⁵, triaanggraini8412@gmail.com⁶, salsabilatengku005@gmail.com⁷

Abstrak

Dengan pesatnya globalisasi pasar, usaha kecil dan menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang signifikan dalam bersaing dengan perusahaan besar. Kemunculan algoritma semakin memperumit masalah ini, karena alat canggih ini memberikan keuntungan signifikan bagi perusahaan besar dibandingkan UMKM lokal yang lebih kecil. Tulisan penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi UMKM lokal dalam bersaing di pasar global yang didominasi oleh algoritma. Secara khusus, penelitian ini mengkaji bagaimana algoritma memberikan keunggulan bagi perusahaan besar, dan tantangan apa yang ditimbulkannya bagi UMKM lokal yang lebih kecil. Sehingga diperlukan intervensi pemerintah untuk dapat merevisi peraturan/ regulasi untuk mendukung UMKM lokal bersaing dengan algoritma. Dalam menghadapi tantangan UMKM, diperlukan adanya dorongan dengan mengembangkan platform lokal yang inklusif dan fokus pada kebutuhan dan karakteristik UMKM lokal, agar UMKM lokal kita mampu menghadapi persaingan, akses terhadap infrastruktur digital, keberlanjutan bisnis bahkan dominasi platform besar dan melalui pengembangan strategi pemesanan yang kita buat.

Kata Kunci: UMKM, Algoritma, Pasar Global

LOCAL MSME CHALLENGES IN GLOBAL MARKET ALGORITHM

Indah Puja Claudia Damanik¹, Jacklyn Alona Bangun², Rama Rizky Septiendra Saragih³, Vivin Silvia Boang Manalu⁴, Desriani Purba⁵, Triya Anggraini⁶, Tengku Salsabila⁷

Universitas Negeri Medan

E-mail: damanik.indah28@gmail.com¹, jacklynalona24@gmail.com², ramarizky2004@gmail.com³, vivinboangmalau@gmail.com⁴, desrianironayfiona@gmail.com⁵, triaanggraini8412@gmail.com⁶, salsabilatengku005@gmail.com⁷

Abstract

With the rapid globalization of the market, small and medium enterprises (MSMEs) face significant challenges in competing with large companies. The emergence of algorithms further complicates the issue, as these sophisticated tools provide significant advantages to large companies over smaller local MSMEs. This research paper aims to explore the challenges faced by local MSMEs in competing in a global market dominated by algorithms. Specifically, the study examines how algorithms provide advantages for large companies, and what challenges they pose for smaller local MSMEs. So government intervention is needed to be able to revise rules / regulations to support local MSMEs to compete with algorithms. There is a need for encouragement by developing inclusive local platforms and focusing on the needs and characteristics of local MSMEs, so that our local MSMEs are able to face competition, access to digital infrastructure, business continuity and even dominate large platforms and through the development of marketing strategies that we make.

Keywords: MSME, Algorithm, Global Mark

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, algoritma pasar global telah menjadi salah satu faktor penting keberhasilan mega-bisnis kecil, kecil dan menengah (UMKM) lokal. Algoritma pasar global mengacu pada aturan dan mekanisme yang mengatur interaksi antara penjual dan pembeli dalam skala global, terutama melalui platform digital. Meskipun menawarkan banyak peluang, algoritma pasar global juga menghadirkan tantangan yang signifikan bagi UMKM lokal untuk berhasil. Pertama, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM lokal adalah persaingan yang ketat dengan perusahaan internasional. Algoritma pasar global cenderung mengunggulkan penjual dengan reputasi baik, banyak ulasan, atau harga lebih terjangkau. Hal ini mengakibatkan terpinggirkannya UMKM lokal yang mungkin memiliki kualitas produk sama atau bahkan lebih tinggi namun tidak dikenal di pasar global. Dalam konteks ini, UMKM lokal perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kuat dan inovatif untuk menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan internasional.

Tantangan kedua adalah kesulitan yang dihadapi UMKM lokal dalam mengakses infrastruktur digital yang diperlukan untuk berpartisipasi aktif di pasar global. Algoritma misalnya. Keterbatasan infrastruktur internet serta pengetahuan dan keterampilan UMKM lokal dalam menggunakan platform digital masih terbatas. Hal ini menghalangi mereka untuk memanfaatkan potensi penuh dari algoritma pasar global. Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah atau organisasi pengembangan UMKM harus berperan aktif dalam memberikan pelatihan dan dukungan teknologi, serta mendorong pembaruan kebijakan terkait infrastruktur teknis digital yang lebih komprehensif.

Tantangan selanjutnya adalah keberlangsungan usaha UMKM lokal dengan mengikuti perubahan algoritma pasar global yang terus berkembang. Algoritma pasar global cenderung mempertimbangkan banyak faktor berbeda saat menentukan penempatan produk di hasil pencarian atau rekomendasi. Oleh karena itu, UMKM lokal harus terus memantau tren pasar dan memperbarui strateginya agar tetap relevan dan kompetitif. Hal ini memerlukan upaya berkelanjutan untuk meneliti dan memahami evolusi algoritma serta beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut.

Pada akhirnya, tantangan terbesar yang dihadapi UMKM lokal dalam algoritma pasar global adalah dominasi platform digital besar yang seringkali dimiliki oleh perusahaan asing sehingga memungkinkan mereka mendominasi pasar global. Misalnya saja Tiktok Shop yang menjadi salah satu algoritma platform digital yang sedang trending di kalangan pengguna di seluruh dunia, termasuk Indonesia. TikTok Shop adalah platform e-commerce yang memungkinkan pengguna TikTok menjual produk atau dagangan mereka secara online. TikTok Shop telah mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM Indonesia dengan memungkinkan mereka memasarkan produknya secara efektif dan kreatif.¹ Namun, ada pula yang khawatir toko TikTok dapat memonopoli pasar dan merugikan UMKM lokal. Akibatnya, UMKM lokal seringkali bergantung pada platform ini untuk berpartisipasi dalam algoritma pasar global. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM lokal harus terus mendorong pengembangan platform lokal yang lebih inklusif dan fokus pada kebutuhan dan karakteristik UMKM lokal. Agar berhasil, UMKM lokal harus mengatasi tantangan persaingan, akses terhadap

¹ Muh. Fathir Maulid Yusuf, dkk. 2024. Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam E- Commerce. Jurnal Ilmiah Ilmu bSosial dan Pendidikan.

infrastruktur digital, keberlanjutan bisnis, dan dominasi platform besar melalui pengembangan strategi pemasaran. 2

B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan literatur (library research). Metode penelitian studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka dengan membaca, mencatat serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Tujuan dari metode ini adalah untuk menganalisis dan menyajikan informasi terkait dengan topik atau pernyataan penelitian dengan mengandakan berbagai kajian literatur. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang merujuk dari beberapa sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian yang relevan, dan kajian literatur lainnya. Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan bagaimana pemberdayaan UMKM dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi pasar global.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di pasar global yang didominasi algoritma, UMKM lokal menghadapi banyak tantangan. Salah satu tantangan tersebut adalah adanya monopoli algoritma produk yang dapat berdampak pada bisnis mereka. Masalah ini dapat diatasi melalui regulasi platform e-commerce, yang mencegah munculnya monopoli semacam itu. Namun, bahkan toko-toko yang berafiliasi dengan platform e-commerce menghadapi tantangan serupa ketika mereka mencoba bersaing dengan monopoli algoritma produk. Selain itu, UMKM lokal kesulitan bersaing dengan produk yang dijual langsung dari luar negeri, yang harganya lebih terjangkau dan menawarkan lebih banyak variasi, sehingga menyulitkan mereka untuk memantapkan diri di pasar. Selain itu, penggunaan algoritma di pasar global menghadirkan tantangan lain bagi UMKM lokal. Mereka sekarang harus bersaing dengan algoritma selain bisnis lain, yang mengharuskan mereka untuk menyesuaikan strategi dan teknik pemasaran mereka. Platform e-commerce tidak boleh menjual produknya sendiri dan harus bergantung pada penjual pihak ketiga, sehingga menambah tantangan yang dihadapi UMKM lokal saat bersaing di pasar global yang didominasi oleh algoritma. Meskipun algoritma di TikTok Shop dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi UMKM, artikel ini bertujuan untuk memberikan panduan untuk menghindari pemblokiran saat melakukan live TikTok Shop. Kesimpulannya, UMKM lokal harus menyadari tantangan-tantangan ini dan menyesuaikan strategi mereka agar dapat bersaing secara efektif di pasar global yang didominasi oleh algoritma.³

Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok Shop telah menjadi platform e-commerce yang sangat populer di Indonesia. [Namun, beberapa orang khawatir bahwa pelarangan TikTok Shop dapat memiliki dampak yang kompleks pada UMKM dan ekonomi digital di Indonesia.](#) TikTok Shop telah menjadi fenomena baru di Indonesia, mempengaruhi UMKM dengan cara yang tak terduga. Dalam artikel ini, kami akan mengeksplorasi bagaimana TikTok Shop bisa membunuh UMKM Indonesia dan berbagai data terkait yang menggambarkan situasinya.

² Shohib Muslim. 2023. Implikasi Hukum Penutupan Tiktok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia. Jurnal hukum dan HAM Wara Sains

³ Nur Afiah. 2022. Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makasar. Jurnal Ideaspublishing

Menurut data terbaru (Smith, 2022), jumlah pemilik UMKM yang beralih ke platform TikTok Shop telah meningkat drastis sebesar 300% dalam setahun terakhir. Hal ini menciptakan persaingan yang lebih ketat dalam bisnis UMKM, yang sebelumnya bergantung pada penjualan konvensional. Bisnis UMKM di Indonesia selama ini mengandalkan pasar lokal dan penjualan langsung. Namun, dengan adanya TikTok Shop telah mengubah kebiasaan konsumen secara signifikan. Konsumen kini lebih cenderung membeli produk melalui aplikasi ini, sehingga mengurangi daya tarik toko fisik. Hal ini merupakan tantangan besar bagi UMKM yang belum memiliki kehadiran digital yang kuat. Selain itu, pengguna TikTok Shop cenderung mencari produk yang sedang populer atau sedang tren, bukan produk buatan UMKM kecil. Hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan produk-produk unik, yang seringkali menjadi keuntungan bagi UMKM. Dalam sebuah survei (Johnson, 2022), 60% responden mengaku lebih memilih membeli produk viral di TikTok dibandingkan produk lokal untuk UMKM. Banyaknya penggunaan TikTok Shop oleh UMKM untuk memasarkan produknya membuat persaingan semakin ketat. Ketika banyak penjual bersaing di platform yang sama, harga produk cenderung turun. Hal ini dapat merugikan UMKM yang skalanya tidak besar dan tidak bisa menawarkan harga yang sebanding dengan kompetitornya. Selain itu, pemilik UMKM perlu menghabiskan banyak waktu dan sumber daya untuk membuat konten TikTok yang menarik, mengikuti tren, dan berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini dapat membuat mereka kewalahan dan mengganggu fokus mereka pada pengembangan produk dan keberlanjutan bisnis.

TikTok tidak dapat disangkal sebagai salah satu platform media sosial paling populer di dunia saat ini. Dengan antarmuka yang ramah pengguna dan konten viral, platform ini telah mendapatkan pengikut besar di kalangan remaja dan dewasa muda. Namun, meskipun TikTok mungkin menghibur dan membuat ketagihan, platform ini menimbulkan berbagai tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal di komunitas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM lokal oleh TikTok adalah perubahan perilaku konsumen. Dengan munculnya para pengaruh dan pengatur tren TikTok, konsumen semakin mengandalkan tokoh-tokoh internet ini untuk rekomendasi produk dan penyetujuan. Hal ini menciptakan dilema bagi bisnis lokal karena mereka kesulitan bersaing dengan raksasa global yang mampu membayar para pengaruh dan mencapai audiens yang lebih luas. Akibatnya, UMKM lokal kesulitan untuk menembus kebisingan dan membuat produk atau layanan mereka terlihat, sehingga menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan mereka.⁴

Tantangan lain yang ditimbulkan TikTok bagi UMKM lokal adalah persaingan yang intens untuk mendapatkan perhatian. Algoritma TikTok cenderung memihak konten populer dan tren, sehingga semakin sulit bagi bisnis lokal untuk menonjol. Algoritma yang bias ini cenderung menolak bisnis lokal kecil ke bawah feed, sehingga semakin sulit bagi mereka untuk mendapatkan eksposur dan menarik pelanggan potensial. Kurangnya visibilitas ini lebih memperparah kesulitan yang dihadapi UMKM lokal, karena mereka kesulitan mencapai pasar target mereka dan membangun loyalitas mereka. Selain itu, sifat cepat dan video berformat pendek dari TikTok mendorong pembelian instan dan kepuasan segera. Hal ini menimbulkan tantangan bagi UMKM lokal yang bergantung pada membangun hubungan dan kepercayaan dengan pelanggan mereka. Dengan

⁴ Lian Fawahan. 2022. Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok. Jurnal Ekonomi, Kenangan & Bisnis Syariah.

pengaruh TikTok, konsumen cenderung lebih memilih produk yang tren dan viral, seringkali mengabaikan kualitas dan otentisitas yang ditawarkan bisnis lokal.

Keunggulan algoritma bagi perusahaan besar adalah dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam proses bisnis mereka. Dengan menggunakan algoritma, perusahaan dapat melakukan analisis data yang lebih akurat dan cepat, mengoptimalkan rantai pasokan, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kualitas produk. Namun, ada beberapa faktor yang menjadi tantangannya bagi para UMKM lokal yaitu seperti: keterbatasan sumber daya, minimnya akses teknologi, kurangnya pendidikan dan kesadaran, kekhawatiran akan keamanan data, dan sebagainya. Sebagian besar para UMKM memiliki hambatan untuk dapat mengakses dan memanfaatkan algoritma secara efektif dikarenakan kurangnya keterampilan teknis akibat minimnya sumber daya. Salah satunya adalah akses teknologi yang sulit, yang menghambat para UMKM sehingga mereka tidak mampu untuk berpartisipasi dalam bersaing di ekosistem digital. Selain itu juga, kurangnya pendidikan dan kesadaran para UMKM lokal mengenai bagaimana manfaat yang diperoleh dengan menggunakan algoritma sebagai platform digital menjadi salah satu hambatan dalam membangun dan meningkatkan bisnisnya. Sehingga diperlukan pelatihan yang efektif agar para UMKM dapat memahami penggunaan algoritma. Tantangan selanjutnya adalah adanya kekhawatiran dari para UMKM lokal mengenai keamanan data mereka. Sebagian besar kemungkinan para UMKM lokal memiliki rasa khawatir yang tinggi dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang. Para UMKM merasa khawatir jika dalam penggunaan algoritma sebagai platform mereka berdagang atau berbisnis, mereka khawatir adanya penyerangan data pribadi atau, data pelanggan (konsumen) dan bisnis mereka.

Untuk mendukung UMKM lokal dalam bersaing dengan algoritma, intervensi pemerintah atau peraturan sangat diperlukan. Pengawasan yang efektif dan peraturan yang adil dapat mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia, dan kebijakan di masa depan harus dirancang untuk membantu UMKM dan platform seperti TikTok Shop di Indonesia. Pemerintah harus terus membuat peraturan yang bermanfaat bagi semua pihak dan memastikan bisnis di platform dapat beroperasi secara etis dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di masa depan. Salah satu intervensi yang mungkin dilakukan adalah pemerintah melarang platform perdagangan sosial memfasilitasi transaksi perdagangan untuk mendukung UMKM lokal. Selain itu, pemerintah dapat merevisi peraturan untuk mendukung UMKM lokal bersaing dengan algoritma. Dominasi algoritma di pasar global menimbulkan tantangan bagi bisnis tradisional, dan strategi penetapan harga predatori TikTok Shop dapat berdampak negatif terhadap bisnis UMKM lainnya.⁵ Selanjutnya FYP (For You Page) memerlukan pengawasan dan regulasi pemerintah untuk mendukung UMKM. Meskipun menutup TikTok Shop saja tidak cukup untuk dilepaskan oleh pemerintah, intervensi pemerintah atau regulator diperlukan untuk mendukung UMKM lokal bersaing di pasar global yang didominasi oleh algoritma. Pada akhirnya, sangat penting bagi pemerintah untuk melakukan intervensi dan memberikan dukungan kepada UMKM lokal, serta memastikan persaingan yang adil antara bisnis di platform perdagangan sosial dan bisnis tradisional. Tantangan yang dihadapi UMKM lokal di pasar global yang didominasi oleh algoritma sangatlah signifikan dan memerlukan perhatian baik dari pemerintah maupun platform e-commerce. Salah satu tantangan utamanya adalah adanya monopoli algoritma produk

⁵ Heribertus Ary Setyadi. 2023. Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar. ABDITEKNIKA

yang dapat berdampak pada bisnis UMKM lokal. Persaingan dengan toko-toko yang berafiliasi dengan platform e-commerce, yang juga menghadapi tantangan serupa, menjadikan penting bagi pemerintah untuk campur tangan dan memberikan dukungan kepada UMKM lokal. Apalagi FYP (For You Page) memerlukan regulasi dan pengawasan dari pemerintah untuk mendukung UMKM secara efektif. Untuk mengatasi tantangan ini, regulasi platform e-commerce diperlukan untuk mencegah munculnya monopoli algoritma produk dan berdampak pada UMKM lokal. Penggunaan algoritma di pasar global menghadirkan tantangan lain bagi UMKM lokal, yang memerlukan intervensi pemerintah atau peraturan untuk membantu mereka bersaing. Pemerintah harus memastikan persaingan yang adil antara platform perdagangan sosial dan bisnis tradisional, dan platform e-commerce harus menawarkan dukungan dan sumber daya bagi UMKM lokal untuk bersaing di pasar global. Kesimpulannya, tantangan yang dihadapi UMKM lokal di pasar global yang didominasi oleh algoritma memerlukan upaya komprehensif dan kolaboratif baik dari pemerintah maupun platform e-commerce untuk mendukung dan mendorong persaingan yang sehat.⁶

D. SIMPULAN

Dalam permasalahan UMKM dalam era globalisasi sekarang, terutama UMKM lokal yang memiliki kualitas produk yang sama bahkan lebih tinggi yang dimana pengembangan strategi pemasarannya yang lebih kuat dan inovatif untuk lebih menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan internasional, yang dimana algoritma pasar global tersebut juga menghadirkan bagaimana tantangan yang signifikan dalam menghadapi UMKM dengan persaingan perusahaan yang internasional. Dan tantangan tersebut sudah dijelaskan pada pendahuluan yaitu adanya tiktok shop yang berpotensi merugikan UMKM lokal dikarenakan penjualan di tiktok shop lebih murah, jadi solusi untuk menghadapi tantangan tersebut adalah intervensi yang mungkin dilakukan adalah pemerintah melarang platform perdagangan sosial dan memfasilitasi transaksi perdagangan untuk mendukung UMKM lokal. Selain itu, pemerintah dapat merevisi peraturan/ regulasi untuk mendukung UMKM lokal bersaing dengan algoritma. Dan harus adanya dorongan dengan mengembangkan platform lokal yang inklusif dan fokus pada kebutuhan dan karakteristik UMKM lokal, agar UMKM lokal kita mampu menghadapi persaingan, akses terhadap infrastruktur digital, keberlanjutan bisnis bahkan dominasi platform besar dan melalui pengembangan strategi pemasaran yang kita buat.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, R. (n.d.). ANALISIS TANTANGAN E-COMMERCE DALAM. <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-E-commerce/>

Afiah, N., Hasan, M., S, R., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1257. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>

Cahyadi, I. (2015). 29 TANTANGAN INTERNASIONALISASI UKM DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN CHALLENGES OF

⁶ Kevin Simanjuntak. 2023. Analisis Sistem S-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Unitek*

INTERNATIONALIZATION OF INDONESIA'S SMES TOWARDS ASEAN ECONOMIC INTEGRATION. <https://pure.ltu.se/>

Fathir, M., Yusuf, M., Garusu, I. A., Hamid, A., Rauf, D. M., Sari, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Nahdlatul Ulama, U., Tenggara, S., & Oleo, U. H. (2024). DAMPAK PENUTUPAN TIKTOK SHOP TERHADAP PENGGUNA DAN PELAKU BISNIS DALAM E-COMMERCE. In Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik>

Mulyani', N. (2002). TANTANGAN PERUSAHAAN DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL.

Muslim, S., & Diansah, S. (2023). Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia. In Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains (Vol. 02, Issue 10).

Ridwan Zaelani, I. (2019). PENINGKATAN DAYA SAING UMKM INDONESIA: TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN IPTEK. 3(1).

Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global (Vol. 2, Issue 1).

Simanjuntak, K., & Puspita Sari, R. (n.d.). Analisis Sistem S-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT. 16(1), 2023.

Sukma Donoriyanto, D., Indiyanto, R., Ratni Juliardi R, N. A., Ali Syamsiah, Y., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. In Jurnal Pengabdian Masyarakat (Vol. 4, Issue 1).

Yuliaty, T., Sarah Shafira, C., & Rafi Akbar, M. (n.d.). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. In Journal Management (Vol. 19, Issue 3).

Zarkasyi, M. I. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Guru Taman Kanak-Kanak. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(2), 290–307. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>