

INOVASI DAN PENGEMBANGAN UMKM EMPING MELINJO PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DAN ALAT PRODUKSI

Encep Saefullah^{1*}, Arta Rusidarma Putra¹, Tabroni¹

¹⁾ Manajemen, Universitas Bina Bangsa

Article history

Received : 24 Februari 2021

Revised : 12 Maret 2021

Accepted : 16 April 2021

*Corresponding author

Encep Saefullah

Email :

encepsaefullah82@gmail.com

Abstrak

Pandemi COVID-19 sampai sekarang masih berlangsung, mewabahnya virus ini tidak hanya menghantam bidang kesehatan serta pelayanan publik, bahkan yang lebih parahnya lagi sangat berpotensi melumpuhkan berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Fenomena ini juga sangat berdampak dan dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Kemuning Kecamatan Waringin Kurung Kabupaten Serang yang jenis usahanya sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan. Mitra dalam program pengabdian ini adalah Pemerintah Desa Kemuning Kecamatan Waringin kurung Kabupaten Serang dan pelaku UMKM. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dalam hal pengelolaan manajemen UMKM, inovasi dan pengembangan yang berkaitan dengan optimalisasi media pemasaran produk yang bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran atau penjualan yang akan berdampak pada perekonomian masyarakat secara umum dan sentuhan teknologi dalam proses produksinya. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM mengenai pengelolaan manajemen UMKM meningkat, penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) dan aplikasi chat (*Whatsaap*) sebagai media pemasaran juga meningkat, keterampilan dalam penggunaan alat produksi pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) yang semakin baik dan inovasi-inovasi produk yang berupa varian rasa dan kemasan semakin beragam. Dengan menggunakan pendekatan yang positif berupa pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif UMKM emping melinjo diharapkan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

Kata Kunci: Covid-19, Pemasaran, Produksi, UMKM

Abstract

The pandemic of COVID-19 is still occurring to the day. The spread-out of the virus not only crashes the health sector and public service but has also been paralyzing so many others, including Small and Medium Enterprises (SME). No exemption, this outbreak has dramatically impacted the local Small and Medium Businesses in Kemuning Village, Waringinkurung Subdistrict, District of Serang, who depend on their income from trading goods. Partners of this service program include the Local Government of Kemuning Village Waringinkurung Subdistrict, District of Serang, and SME business owners. This partnership program aims to give more comprehensive knowledge, and a deeper understanding of business management practiced specifically by SME business owners. Encouraging innovation and development by optimizing various sources of media to grab more market and push more selling. The goal is to contribute actively to general economic capability and apply more advanced technology used in production. As a result of the implementation of this activity, the knowledge and understanding of MSME players regarding the management of MSME management have increased, the use of social media (*Instagram* and *Facebook*) and chat applications (*Whatsaap*) as a marketing medium has also increased, skills in using chips production tools that use rotating energy (crank) are getting better, and product innovations in the form of flavors and packaging are increasingly diverse. By using a positive approach in the form of a participatory, reflective, and innovative approach, SME chips melinjo can compete with other types of businesses

Keywords: Covid-19 Pandemic, Marketing, Production, SME

Copyright © 2021 Encep Saefullah, Arta Rusidarma Putra, Tabroni

PENDAHULUAN

Dalam hal situasi pandemi Covid-19 yang terjadi sejak kurang lebih satu tahun yang lalu yang berakibat lesunya perekonomian nasional secara umum (Bahtiar & Saragih, 2020; Firdaus Thaha, 2020), banyak perusahaan dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, hal ini pula yang dirasakan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Pakpahan, 2020).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) punya peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dan sebagai pilar pembangunan ekonomi bangsa (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019), tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju. UMKM di Indonesia sangat diharapkan dapat terus berperan optimal dalam penyerapan tenaga kerja untuk menanggulangi angka pengangguran (Suseno, Yusuf, Hidayat, & Surani, 2021).

Menurut (Rudjito, 2003) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan kekuatan ekonomi di Indonesia.

Program inovasi dan pengembangan UMKM dari beberapa faktor sangat dibutuhkan (Hardilawati, 2020), selain untuk keberlangsungan usaha sekaligus dalam rangka pengembangan usaha tersebut, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini penggunaan media pemasaran produk (Zanuar Rifai & Meiliana, 2020) yang salah satu tujuannya adalah memaksimalkan pemasaran dari produk yang dibuat. Selain hambatan dalam mengakses modal, salah satu hambatan yang melingkupi UMKM adalah dalam hal strategi pemasaran khususnya komunikasi pemasaran dan kemampuan menggunakan teknologi (Elsandra & Yulianto, 2013; Ayunin et al., 2021).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Jauhari, 2010). Dengan adanya internet dan *Information and Communication Technology* (ICT) proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Jauhari, 2010). Program ini juga sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional (Sarfiyah et al., 2019), mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian (Sarfiyah et al., 2019) di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat (Anggraeni, Hardjanto, 2013). Selain itu, pengembangan UMKM juga perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pengembangan UMKM melalui inovasi dan pendekatan pemberdayaan usaha, perlu memperhatikan aspek sosial dan budaya di masing-masing daerah, mengingat UMKM pada umumnya tumbuh dari masyarakat secara langsung. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dalam hal pengelolaan manajemennya (Idah & Pinilih, 2020).

Di Desa Kemuning Kecamatan Waringin Kurung banyak terdapat UMKM yang cukup potensial, salah satunya adalah UMKM Emping Melinjo. Emping Melinjo adalah makanan yang berbahan dasar dari tangkil. Jika dilihat dari sisi kuantitas, tangkil yang ada di Desa Kemuning cukup banyak, hal ini yang mendorong UMKM

Emping melinjo memiliki potensi usaha yang menjanjikan, minimal untuk membantu perekonomian masyarakat Desa Kemuning.

Persoalan yang terjadi terutama dalam hal produksi, pengelolaan manajemen dan pemasarannya. Saat ini para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kemuning dalam proses produksinya masih bersifat sederhana, hal ini bisa dilihat dari proses produksi yang digunakan masih menggunakan alat-alat tradisional yaitu alat pemipih emping yakni palu dengan menggunakan alas batu. Tentu saja hal ini membuat kurang maksimalnya pemipih melinjo yang menggunakan tenaga manusia sebagai tenaga pemipihnya, bentuknya tidak sempurna dan banyak yang rusak. Selain proses produksi, hal lain yang masih sederhana adalah dalam hal pengelolaan manajemen administrasi pembukuan dan pemasarannya. Dalam pemasaran produknya para pelaku UMKM masih menggunakan tipe pemasaran konvensional atau biasa disebut "door to door" dan dalam proses administrasi pembukuan bisa dibilang belum sama sekali dilakukan.

Solusi yang ditawarkan berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan beberapa solusi. Solusi yang diberikan berupa pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap. Pelatihan dilakukan dengan pemberian materi dan inovasi-inovasi baik dari sisi pemasaran ataupun produksinya yang dilanjutkan tanya jawab dan praktik langsung serta pembahasan hasil praktik sebagai evaluasi. Selain itu, pelatihan dilakukan secara gratis atau tidak dipungut biaya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peserta lebih tertarik dan antusias dalam mengikuti pelatihan yang diadakan. Pelatihan diberikan oleh para pengabdian yang berkompeten dengan bidang yang berkaitan dengan persoalan mitra.

Tujuan dari kegiatan ini adalah bagaimana pelaku UMKM memiliki pengetahuan, pemahaman dan keterampilan tentang pengelolaan manajemen UMKM yang baik dan benar, mampu berinovasi dan mengembangkan penggunaan teknologi dalam hal media pemasaran produk untuk optimalisasi pemasarannya dan penggunaan teknologi dalam proses produksinya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis atau bertahap. Adapun tahapannya sebagai berikut :

- a. Persiapan, pada tahap persiapan ini tim melakukan koordinasi kesemua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggung jawab dari kegiatan pelaksanaan dilapangan.
- b. Pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini tim melakukan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pemberian materi, pendampingan praktek pembuatan media pemasaran, penyerahan alat pemipihan emping melinjo yang di buat dan di kreasikan oleh tim dan praktek penggunaannya. Pada tahapan ini tim pengabdian menggunakan metode konseptual dan partisipatif yakni dengan cara menggerakkan dan melibatkan anggota mitra di dalam setiap kegiatan yang berlangsung baik kegiatan pelatihan, penyuluhan dan kegiatan-kegiatan lainnya, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.
- c. Evaluasi, tahapan ini menggunakan metode reflektif, yaitu metoda yang bertujuan untuk mengevaluasi program bersama mitra, untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya akan dapat diperbaiki, monitoring keberlanjutan program, dengan melakukan pendampingan pada masyarakat untuk memastikan keberlanjutan dan keberlangsungan program. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi kegiatan seperti: pengamatan, kuisisioner dan wawancara/diskusi

HASIL PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di mulai dari bulan Juli dan berakhir bulan September 2020 di Desa Kemuning Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang Provinsi Banten dan dilaksanakan oleh Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa.

Tim Dosen terdiri dari 3 (tiga) orang dan sekaligus menjadi narasumber (pemateri) pada kegiatan pengabdian ini yang pembagian tugasnya sebagai berikut :

1. Encep Saefullah, S.H., M.M dan H. Tabroni, S.T., M.M menjadi narasumber inovasi, pemberdayaan dan pengelolaan manajemen UMKM. Materi dalam penyuluhan ini berkaitan dengan inovasi-inovasi produk yang bisa dikembangkan dalam bentuk varian rasa dan kemasan, strategi pengembangan media sosial dan chat dalam pemasarannya dan pengetahuan tentang pengelolaan manajemen pembukuan UMKM yang baik.
2. Arta Rusidarma Putra, S.T., M.M menjadi narasumber penerapan teknologi tepat guna dalam proses produksi. Materi dalam pelatihan ini mengenai penggunaan alat produksi pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) dengan praktek langsung.

Pelaksanaan kegiatan ini dibantu oleh 3 (tiga) orang mahasiswa (Mufidah, Mitha Rosanti dan Wulan Rizki Amelia) dalam penyiapan sarana dan prasarana, penyebaran undangan dan dokumentasi.



(a)



(b)

Gambar 1. Alat Pemipih Emping Tradisional (a) Bersama Kepala Desa Kemuning dalam Kunjungan ke Kantor Desa (b)

Pada tahapan ini tim pengabdi melakukan kunjungan dan koordinasi ke Pemerintah Desa Kemuning (Gambar 1b) dan melakukan survey lokasi ke tempat pelaku UMKM emping melinjo yang tersebar di Desa Kemuning Kecamatan Waringin Kurung (gambar 2). Dari hasil kegiatan ini tim pengabdi bisa mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra untuk selanjutnya menentukan solusi yang ditawarkan dan 294 langkah kegiatan yang akan dilaksanakan di lapangan.



Gambar 2. Survey Lokasi UMKM (a) dan (b)

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut :

1. Penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan manajemen UMKM, inovasi-inovasi produk usaha yang dihasilkan dalam bentuk varian rasa, kemasan dan bentuknya, pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan *digital marketing* baik dengan menggunakan aplikasi chat seperti WhatsApp, atau media sosial seperti Instagram atau Facebook (gambar 3).
2. Pembuatan alat pemipih emping dengan menggunakan sentuhan teknologi untuk mempermudah proses produksi yaitu alat pemipih emping yang dibuat menggunakan energi putar (engkol) yang kemudian putaran tersebut diteruskan ke gearbox. Hal ini bertujuan agar melinjo yang masuk ke meja cetakan dapat terpipih oleh pipa pemipih dengan bentuk yang sempurna (gambar 4).



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Penyuluhan UMKM dan Teknologi Tepat Guna (a) dan (b)



Gambar 4. Alat Pemipih Emping Melinjo (a) Hasil Produk (b)

Hasil analisis dari kegiatan yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa:

1. Motivasi mitra (para pelaku UMKM) sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme, jumlah peserta yang hadir dan banyaknya pertanyaan peserta kepada narasumber pada saat penyuluhan dan pelatihan berlangsung.
2. Pengetahuan peserta mengenai pengelolaan manajemen UMKM meningkat, hal ini bisa dilihat dari sudah adanya manajemen pembukuan dan pencatatan dari aktivitas usaha dalam bentuk pemasukan dan pengeluaran.
3. Praktek pendampingan pembuatan media sosial untuk memaksimalkan pemasaran produk (Instagram dan Facebook), pembuatan variasi rasa emping menjadi emping rasa manis, pedas, asin dan gurih, variasi kemasan, dan praktek alat pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol).

Tahap Evaluasi

Evaluasi keberlangsungan kegiatan dalam meningkatkan inovasi dan pengembangan UMKM emping melinjo dari segi pemasaran dan produksi dilakukan dengan cara monitoring. Monitoring dilakukan secara online melalui WA group mengingat situasi saat ini masih pandemi Covid-19. Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu: tingkat partisipasi, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan. Adapun indikator dari status capaian kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Status Capaian Keberhasilan Kegiatan

No	Kriteria	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Tingkat Partisipasi	1. Kehadiran peserta 100 % 2. Terlaksananya pelatihan dan penyuluhan UMKM dan Penerapan Teknologi Tepat Guna	1. Tercapai (peserta yang hadir 25 orang dari 25 undangan yang disebar) 2. Tercapai (terlaksana kegiatan pelatihan dan penyuluhan UMKM dan Penerapan Teknologi Tepat Guna)
2	Tingkat Pemahaman	1. Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan manajemen UMKM yang baik dan benar 2. Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM tentang inovasi dan pengembangan UMKM	1. Tercapai (berdasarkan hasil kuesioner) 2. Tercapai (berdasarkan hasil kuesioner)
3	Tingkat Keterampilan	1. Meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam membuat varian rasa dan kemasan produk 2. Meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam memasarkan produk melalui media sosial 3. Meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam mengoperasikan alat pemipih emping melinjo	1. Tercapai (berdasarkan hasil observasi saat pelatihan) 2. Tercapai berdasarkan hasil observasi saat pelatihan) 3. Tercapai (berdasarkan hasil observasi saat pelatihan)
4	Keberlanjutan	Ada dan mampu bertahan saat pandemi serta semakin berkembang UMKM emping melinjo	Tercapai

Luaran

Luaran dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini berupa produk, artikel jurnal, media online dan buku. Adapun indikator dan status capaian luaran kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luaran dan Status Capaian

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi pada Jurnal Ber-ISSN	Publish Tahun 2021	Tercapai <i>submitted</i> pada JPM (RESWARA JURNAL Pengabdian Kepada Masyarakat), ISSN 2716-3997 (Media Online) dan ISSN 2716-4861 (Media Cetak) http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara
2	Publikasi pada Buku Ber-ISBN	Publish Tahun 2020	Tercapai <i>publish</i> pada Penerbit CV. AA. Rizky, ISBN 978-623-6506-28-8, September 2020.
3	Publikasi pada Media Online	Publish Tahun 2020	Tercapai <i>publish</i> di media online Biem.co tanggal 19 Agustus 2020 (Kegiatan pelatihan dan penyuluhan UMKM dan Teknologi Tepat Guna)
4	Produk	Ada	Tercapai (Dipasarkan melalui media sosial <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i>)

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kemuning Kecamatan Waringin Kurung Kabupaten Serang diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Tim dari Universitas Bina Bangsa yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa telah melaksanakan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kemuning dalam upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran dalam hal ini adalah pemanfaatan media sosial (Instagram dan facebook) dan aplikasi chat (Whatsapp) untuk memaksimalkan penjualannya dan variasi-variasi yang dibuat meliputi variasi rasa, kemasan dan bentuknya serta penggunaan alat pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) dalam proses produksinya untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih baik.

UMKM emping melinjo di Desa Kemuning merupakan usaha yang bisa diandalkan terutama saat pandemi Covid-19 karena ketersediaan tangkil sebagai bahan dasar emping yang ada di Desa Kemuning cukup banyak sehingga mampu menopang perekonomian masyarakat Desa Kemuning secara khusus serta memiliki peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi secara umum. Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi, pemahaman dan keterampilan masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kemuning agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain. Luaran yang dicapai berupa produk, publikasi media online dan jurnal pengabdian kepada masyarakat serta publikasi buku ber-ISBN

PUSTAKA

- Ayunin, N., Fitri, F., & Raflyani, F. (2021). Inovasi Mesin Duta Baru sebagai Pengaduk dan Pencetak Kue Kembang Waru di UMKM Kotagede Yogyakarta. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 63–73. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i1.638>
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6).
- Dwi Anggraeni, Feni, Imam Hardjanto, A. H. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6).
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Usaha Kecil, Menengah berbasis Industri Kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Firdaus Thaha, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1).
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1).
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0). <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Rudjito. (2003). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis. *Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional*.

- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Suseno, B. D., Yusuf, F. A., Hidayat, S., & Surani, D. (2021). Implementing the Resource Sharing Innovation Model to Sustainably Address the High Unemployment Rate. *KnE Social Sciences*.
<https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8855>
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4).
<https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>

Format Sitasi: Saefullah, E., Putra, A.R & Tabroni. 2021. Inovasi dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Optimalisasi Media Pemasaran dan Alat Produksi. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 2(2): 291-299. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1111>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))