

MENGGERAKKAN EKONOMI SIDOARJO: SINERGI SUPPLY CHAIN ANTARA MAHASISWA DAN UMKM

Mohammad Asifur Rohman, Muhammad Yusron Maulana El-Yunusi,
Ikhwanuddin, Judiono, Mila Hariani, Ernawati, Yeni Vitrianingsih

Universitas Sunan Giri, Surabaya

ABSTRAK

Pembangunan ekonomi masyarakat saat ini dapat dikembangkan melalui beberapa sektor salah satunya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Inovasi UMKM yang ada di masyarakat sudah beragam mengikuti pertumbuhan ekonomi di masyarakat salah satunya bersinergi dengan *supply chain*. Pengabdian ini bertujuan untuk membangun ekonomi UMKM masyarakat Sidoarjo melalui bersinergi dengan *supply chain* oleh mahasiswa Universitas Sunan Giri. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan PAR (Participatory Action Research). Hasil pengabdian membuktikan bahwa perekonomian UMKM masyarakat Sidoarjo mengalami perkembangan pasca bersinergi dengan *supply chain*. Perekonomian masyarakat Sidoarjo terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian ini dan masyarakat mendapatkan wawasan baru terkait pentingnya peran *supply chain* bagi UMKM. Penulis merekomendasikan kepada Masyarakat di Sidoarjo agar memperluas jaringan mitra *supply chain* untuk lebih mengembangkan perekonomian mereka dan saling bekerja sama antar UMKM satu sama lain.

Kata Kunci: *supply chain*, ekonomi, UMKM

ABSTRACT

The economic development of today's society can be developed through several sectors, one of which is MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises). MSME innovations in the community have varied following economic growth in the community, one of which is synergizing with the supply chain. This service aims to build the MSME economy of the Sidoarjo community through synergizing with the supply chain by Sunan Giri University students. The research method applied uses PAR (Participatory Action Research). The results of the service prove that the economy of Sidoarjo community MSMEs has developed after synergizing with the supply chain. The economy of the Sidoarjo community was helped by this service activity and the community gained new insights regarding the importance of the role of the supply chain for MSMEs. The author recommends that the community in Sidoarjo expand the network of supply chain partners to further develop their economy and work together between MSMEs with each other.

Keywords: *supply chain, economy, MSMEs*

PENDAHULUAN

Sidoarjo dapat dikatakan daerah yang terkenal dengan industri kreatifnya, sektor kosmetik menjadi salah satu sektor yang menarik minat baik dari para pelaku online shop maupun para agen produk (Setiyani *et al.*, 2022). Sinergi antara mahasiswa dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi salah satu pilar utama membangun ekonomi lokal (Nurjaman, 2022). Dalam era digital yang semakin berkembang pesat dewasa ini, kolaborasi yang efektif antara mahasiswa sebagai generasi muda yang inovatif dan UMKM sebagai pilar ekonomi lokal dapat menjadi pendorong utama untuk mengembangkan industri kosmetik maupun barang atau jasa lainnya (Tanjung *et al.*, 2024). Mahasiswa dengan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan visibilitas produk. Sementara itu, UMKM dengan pengalamannya dalam produksi dan pengetahuan tentang pasar lokal, dapat memberikan wawasan berharga bagi mahasiswa dalam memahami dinamika bisnis yang sebenarnya (Darmawan *et al.*, 2023). Sinergi ini tidak hanya membantu dalam menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal. Keterlibatan mahasiswa dalam berbagai proyek pengembangan UMKM, seperti pelatihan pemasaran digital, manajemen keuangan, dan inovasi produk, memberikan manfaat ganda baik bagi pelaku usaha maupun mahasiswa itu sendiri. Melalui kolaborasi ini, potensi industri kreatif di Sidoarjo, khususnya sektor kosmetik, dapat dimaksimalkan, menciptakan dampak positif yang luas bagi perekonomian lokal.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi sinergi pada rantai pasok antara mahasiswa dan UMKM di Sidoarjo dengan fokus khusus pada sektor kosmetik. Para pelaku online shop dan agen kosmetik memiliki peran yang signifikan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat ekosistem bisnis lokal di era digital ini (Syukron *et al.*, 2022). Kegiatan ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sinergi *supply chain* antara mahasiswa dan UMKM pada sektor kosmetik di Sidoarjo. Menurut Zhu *et al.* (2018), kerja sama yang kuat antara pelaku ekonomi lokal, terutama segi inovasi dan akses pasar, dapat menjadi kunci sukses membangun ekonomi yang berkelanjutan. Pemahaman mendalam tentang dinamika hubungan antara mahasiswa, pelaku online shop, agen, dan UMKM dari segi *supply chain* akan memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi kolaboratif yang efektif (Batubara & Aisyah, 2022).

Pada kegiatan pengabdian ini penulis akan mengeksplorasi berbagai aspek sinergi supply chain, termasuk tetapi tidak terbatas pada pertukaran pengetahuan dan keterampilan antara mahasiswa dan UMKM, strategi pemasaran bersama, integrasi teknologi rantai pasok, serta kendala dan peluang kerjasama antara kedua belah pihak (Darmawan, 2022). *Supply chain* disebut pula dengan rantai pasokan yang berasal dari produsen sampai pada konsumen (Tawaka & Harihayati, 2018). Sederhananya melalui *supply chain* konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan tata kelola manajemen yang baik (Furqon, 2014). Seluruh elemen produsen atau pemasok hingga kepada para pengecer hingga sampai pada tangan konsumen harus diberdayakan

(Ernawati *et al.*, 2022; Ridwan & Gaffar, 2022). Pendekatan PAR (Participatory Action Research) yang digunakan pada pengabdian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM untuk memperkuat ekonomi lokal, khususnya sektor kosmetik di Sidoarjo.

Sinergi supply chain antara mahasiswa dan UMKM yang diperkuat diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang inklusif dan berkelanjutan, di mana inovasi terus-menerus dihasilkan dan kesempatan ekonomi tersedia untuk semua pihak terlibat. Pengabdian ini juga bertujuan agar penulis dapat berkontribusi untuk meningkatkan pembangunan ekonomi UMKM masyarakat di Sidoarjo dengan *supply chain*.

METODE

Penelitian pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode PAR (Participatory Action Research). Penulis terlibat langsung untuk membantu peningkatan ekonomi UMKM masyarakat di Sidoarjo pada sektor industri kosmetik. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi UMKM masyarakat Sidoarjo melalui penerapan *supply chain*. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Hari Sabtu – Minggu tanggal 9 dan 10 Maret 2024 mulai pukul 09.00 WIB – 09.30 WIB bertempat rumah pemasok UMKM milik salah satu warga di Sidoarjo.

Mekanisme pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari: Pertama, khalayak sasaran penulis berupaya membangun ekonomi melalui sinergi *supply chain* antara mahasiswa dan UMKM di Sidoarjo, khususnya pada sektor kosmetik, penting untuk memahami mekanisme pelaksanaan yang berkaitan dengan khalayak sasaran. Khalayak sasaran pengabdian ini terdiri dari para pelaku online shop dan agen yang berperan pada rantai pasok kosmetik. Mekanisme pelaksanaan ini mencakup langkah-langkah konkret yang akan diambil untuk melibatkan khalayak sasaran pada sinergi *supply chain* yang diusulkan. Kedua; menjalin mitra *supply chain* dengan memulai pelaksanaan sinergi *supply chain*, akan dilakukan pembentukan kemitraan antara mahasiswa dan UMKM. Kemitraan ini akan didasarkan pada prinsip saling menguntungkan dan pembagian peran yang jelas antara kedua belah pihak. Konteks pelaku online shop dan agen, akan dilakukan implementasi rencana pemasaran online yang terintegrasi. Hal ini melibatkan penggunaan berbagai platform digital, seperti media sosial dan *marketplace*, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk kosmetik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sinergi *supply chain* antara mahasiswa dan UMKM di Sidoarjo telah memberikan kontribusi yang signifikan untuk memperkuat ekosistem bisnis lokal, terutama pada sektor kosmetik. Pengabdian telah dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Sunan Giri, penulis bersama pemilik UMKM bersama-sama mengelola aktivitas distribusi dan pemasaran mulai dari produsen melalui perantara para pengecer hingga sampai pada konsumen.



Gambar 1. Pengemasan Produk sebelum dipasarkan kepada Konsumen

Pada gambar 1 kegiatan distribusi dan pemasaran dilaksanakan dengan sinergi antara mahasiswa dan UMKM telah membuka akses yang lebih luas bagi produk kosmetik lokal Sidoarjo ke pasar online. Mahasiswa yang mahir strategi pemasaran digital sebagai pendukung, produk-produk tersebut dapat dengan mudah diakses oleh konsumen di berbagai daerah. Keberadaan agen sebagai perantara juga memperluas jangkauan distribusi produk kosmetik tersebut.



Gambar 2. Penyortiran Produk Kosmetik kepada para Konsumen

Dokumentasi pada gambar 2, kerja sama antara mahasiswa dan UMKM juga telah berhasil memperluas jaringan pasar bagi produk kosmetik lokal. Dengan memanfaatkan jejaring mahasiswa di berbagai kampus dan jejaring online shop yang dimiliki oleh para agen, produk-produk kosmetik dari UMKM Sidoarjo dapat dijangkau oleh konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional.



Gambar 3. Produk Kosmetik milik salah satu UMKM di Sidoarjo

Dampak sinergi *supply chain* antara mahasiswa dan UMKM terhadap ekonomi Sidoarjo, khususnya pada sektor kosmetik, terbukti sangat positif. Peningkatan penjualan dan pendapatan UMKM menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, mahasiswa juga mendapatkan manfaat dari pengalaman praktik yang berharga serta peluang untuk mengembangkan keterampilan dan jaringan yang relevan dengan dunia kerja.

Perekonomian salah satu kunci untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa karenanya diperlukan adanya inovasi-inovasi untuk selalu meningkat (Suwandi *et al.*, 2024). Kegiatan pengabdian ini berkaitan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM masyarakat Sidoarjo khususnya pada bidang sektor kosmetik. Penulis bersama pemilik usaha UMKM menerapkan *supply chain* dengan para mahasiswa untuk memperluas jaringan mitra UMKM di Sidoarjo. *Supply chain* sendiri salah satu upaya yang mampu dilaksanakan oleh para pengusaha UMKM dengan memperluas mitra kerja sama pengecer atau distribusi produk UMKM mereka sehingga sampai dengan efektif dan efisien kepada konsumen sesuai dengan target penjualan produsen atau pemasok (Ellram *et al.*, 2004). Pengabdian ini berlangsung pada salah satu usaha yang bergerak di bidang industri kosmetik di Sidoarjo.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan mahasiswa Universitas Sunan Giri menjadi salah satu solusi untuk membantu masyarakat Sidoarjo mengembangkan perekonomian UMKM mereka melalui *supply chain* yang terkelola dengan baik sehingga mampu memberikan dampak positif pada penghasilan UMKM masyarakat di Sidoarjo. Pelaksanaan pengabdian ini memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pengetahuan masyarakat terkait *supply chain*. Masyarakat mampu memahami betul pentingnya peran *supply chain*, mereka yang akan memengaruhi proses pendistribusian barang mereka kepada setiap pelanggan.

Dampak yang sangat nampak adalah perluasan mitra kerja sama *supply chain* oleh UMKM di Sidoarjo dengan mitra kerja lainnya untuk saling bekerja sama menguntungkan satu sama lain dan meningkatkan keefektifan berproduksi hingga mendistribusikan produk mereka kepada setiap konsumen. Kerja sama yang lebih luas ini memberikan berbagai keuntungan, baik bagi UMKM itu sendiri maupun bagi mitra kerja mereka. Dengan memperluas jaringan kerja sama, UMKM di Sidoarjo dapat mengakses berbagai sumber daya

yang sebelumnya mungkin tidak tersedia bagi mereka. Hal ini mencakup bahan baku yang lebih berkualitas, teknologi produksi yang lebih maju, serta pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Perluasan kerja sama mitra ini diimbangi dengan peningkatan kualitas dan kuantitas *supply chain* untuk menambah swadaya dan mampu mendistribusikan produk sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan. Dengan memperbaiki dan memperluas rantai pasokan mereka, UMKM dapat memastikan bahwa produk mereka selalu tersedia tepat waktu dan dalam kondisi yang baik di pasar. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat reputasi UMKM di mata konsumen. Selain itu, rantai pasokan yang efisien memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya produksi dan distribusi, sehingga meningkatkan profitabilitas mereka.

Kerja sama yang kuat dengan mitra dalam *supply chain* juga membantu UMKM dalam mengatasi berbagai tantangan yang mungkin timbul selama proses produksi dan distribusi. Misalnya, jika terjadi gangguan dalam pasokan bahan baku, mitra kerja yang solid dapat membantu menemukan solusi alternatif dengan cepat. Ini penting dalam menjaga kelancaran operasional dan menghindari keterlambatan produksi yang dapat merugikan UMKM. Selain itu, kolaborasi dengan mitra kerja juga membuka peluang bagi UMKM untuk belajar dan mengadopsi praktik terbaik dari industri. Mitra kerja yang lebih berpengalaman dapat berbagi wawasan tentang manajemen rantai pasokan, strategi pemasaran, dan inovasi produk. Dengan demikian, UMKM dapat terus meningkatkan kapabilitas mereka dan tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

Perluasan jaringan kerja sama juga memungkinkan UMKM di Sidoarjo untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui mitra kerja yang memiliki akses ke pasar yang lebih luas, UMKM dapat menjual produk mereka ke lebih banyak konsumen, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Mardikaningsih, 2022). Ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatan mereka. Selain itu, dengan menjalin hubungan baik dengan mitra kerja, UMKM juga dapat mengurangi risiko bisnis (Sinambela *et al.*, 2022). Misalnya, dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, mitra kerja dapat menawarkan dukungan finansial atau logistik yang dapat membantu UMKM bertahan dan tetap beroperasi (Niam *et al.*, 2024). Peningkatan kualitas dan kuantitas *supply chain* juga berarti bahwa UMKM dapat lebih responsif terhadap perubahan permintaan pasar. Dengan rantai pasokan yang efisien, UMKM dapat lebih cepat menyesuaikan produksi mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ini sangat penting dalam industri yang dinamis, di mana tren dan preferensi konsumen dapat berubah dengan cepat. UMKM yang dapat merespons perubahan ini dengan cepat akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan (Hardyansah, 2023).

Selain itu, kemitraan yang kuat dalam *supply chain* juga dapat mendorong inovasi. Dengan bekerja sama secara erat dengan mitra kerja, UMKM dapat mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada. Misalnya, mitra kerja dapat memberikan masukan berharga tentang preferensi konsumen atau teknologi baru yang dapat diadopsi untuk meningkatkan kualitas produk. Inovasi ini tidak hanya membantu UMKM untuk tetap relevan di pasar tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi bisnis.

Selain itu, melalui kemitraan yang solid, UMKM juga dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif (Putra *et al.*, 2016). Mitra kerja yang memiliki pemahaman mendalam tentang pasar dapat membantu UMKM dalam merancang kampanye pemasaran yang tepat sasaran. Ini termasuk penggunaan media digital, pemasaran melalui media sosial, dan partisipasi dalam pameran atau acara bisnis. Dengan strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan menarik lebih banyak pelanggan.

Keuntungan lain dari perluasan kemitraan *supply chain* adalah peningkatan kapasitas produksi. Dengan akses ke lebih banyak sumber daya dan teknologi, UMKM dapat meningkatkan kapasitas produksi mereka untuk memenuhi permintaan yang lebih besar (Irfan *et al.*, 2022; Jannah *et al.*, 2023). Ini tidak hanya membantu UMKM untuk tumbuh tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, perluasan kemitraan *supply chain* memiliki dampak positif yang luas, baik bagi UMKM itu sendiri maupun bagi perekonomian lokal secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, perluasan mitra kerja sama *supply chain* oleh UMKM di Sidoarjo membawa banyak manfaat yang signifikan. Ini tidak hanya meningkatkan keefektifan produksi dan distribusi tetapi juga memperkuat daya saing UMKM di pasar. Dengan dukungan dan kolaborasi yang kuat dari mitra kerja, UMKM dapat terus berkembang, berinovasi, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal. Hal ini menegaskan pentingnya sinergi antara berbagai pihak dalam menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan inklusif.

PENUTUP

Penulis melaksanakan pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi melalui *supply chain* antara mahasiswa dan UMKM masyarakat Sidoarjo. Penulis bekerja sama dengan salah satu UMKM bidang industri kosmetik di Sidoarjo. Hasil pengabdian membuktikan bahwa perekonomian UMKM masyarakat Sidoarjo mengalami perkembangan pasca bersinergi dengan *supply chain*. Perekonomian masyarakat Sidoarjo terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian ini dan masyarakat mendapatkan wawasan baru terkait pentingnya peran *supply chain* bagi UMKM. Penulis merekomendasikan kepada Masyarakat di Sidoarjo agar memperluas jaringan mitra *supply chain* untuk lebih mengembangkan perekonomian mereka dan saling bekerja sama antar UMKM satu sama lain.

Melalui keterlibatan mahasiswa, UMKM kosmetik dapat mengakses sumber daya dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, dan manajemen operasional mereka. Sebaliknya, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis yang berharga serta peluang untuk menerapkan pengetahuan teoritis mereka dalam konteks nyata. Kolaborasi ini juga telah memperluas jangkauan pasar UMKM kosmetik, khususnya di pasar online. Mahasiswa yang memberikan dukungan segi pemasaran digital dan penggunaan platform e-commerce berdampak pada UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Selain itu, para agen kosmetik juga telah mendapatkan manfaat dari sinergi ini melalui akses yang lebih mudah ke produk berkualitas dari UMKM lokal serta dukungan dalam membangun merek dan jaringan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, M. H. & S. Aisyah. (2022). Supply Chain Management Strategy for MSMEs in Reducing Unemployment in Medan City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 405-410.
- Darmawan, D. (2022). Pengaruh Lokus Kendali, Lingkungan Sosial dan Perilaku Produktif Mahasiswa terhadap Intensi Berwirausaha. *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(2), 422-430.
- Darmawan, D. *et al.* (2023). Digitalization of Kedai Industry: Analysis of The Role of Internet Marketing Orientation and Innovation on Marketing Performance. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 21-31.
- Darmawan, D., P. N. L. Sari, S. A. Jamil, & R. Mardikaningsih. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM, *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Darmawan, D. (2024). Distribution of Six Major Factors Enhancing Organizational Effectiveness. *Journal of Distribution Science*, 22(4), 47-58.
- Ellram, L. M., W. L. Tate, & C. Billington. (2004). Understanding and Managing the Services Supply Chain. *Journal of supply chain management*, 40(3), 17-32.
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E.A. Sinambela. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5 (2), 144-153.
- Fitriani, A. (2022). *Hukum dan Kesadaran Masyarakat: Strategi Pemberdayaan UMKM di Era Digital*. Genta Publishing, Bandung.
- Furqon, C. (2014). Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi di Kabupaten Bandung. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 3(2), 109.
- Gunawan, B. (2021). PKM Usaha Mikro Penjahit Busana di Kalakan Argorejo Kecamatan Sedayu Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 789-798.
- Hardyansah, R. (2023). Assessment of the Efficiency of Government Licensing Services in Supporting the Development of Micro and Small Enterprises. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 2(2), 5-12.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-48.
- Irfan, M., M. Hariani, Y. R. Al Hakim, & D.W. Sigita. (2022). Penilaian Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Produk Dengan Pendekatan SWOT, *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 2(2), 27-40.
- Issalillah, F. & Y. Kurniawan. (2021). Modal Psikologis dan Intensi Berwirausaha: Potensi Kewirausahaan ditinjau dari Kekuatan Mental, *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 1(1), 27-38.
- Jannah, Z., M. F. Jazuli, T. S. Anjanarko, D. Darmawan, N. Masithoh, U. Chasanah, E. A. Sinambela, & E. Ernawati. (2023). Pendampingan Digital Marketing UMKM Budidaya Jamur Tiram Putih di Desa Jumptrejo, *Economic Xenization Abdi Masyarakat*, 1(2), 1-6.
- Kemarauwana, M. & D. Darmawan. (2020). Perceived Ease of Use Contribution to Behavioral Intention in Digital Payment, *Journal of Science, Technology and Society*, 1(1), 1-4.

- Khayru, R.K., R. N. K. Kabalmay, M. W. Amri & R. Mardikaningsih. (2022). The Role of Psychological Capital and Entrepreneurship Education on Student Entrepreneurial Intention, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 49-60.
- Kurniawan, Y., I. Setiawan, R. K. Khayru, & D. Darmawan, S. N. Halizah. (2021). Kajian Faktor-Faktor yang Membentuk Intensi Berwirausaha Mahasiswa, *Jurnal Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 41 – 48.
- Kurniawan, Y., A. S. Lee, R. K. Khayru, & M. Hariani. (2022). Social Media, Impact on Student Learning Behavior, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 15-21.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34-40.
- Mardikaningsih, R. *et al.* (2018). Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Promosi, Media Digital dan Kelompok Referensi terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Tokopedia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 21-30.
- Mardikaningsih, R. (2022). Reinforcement of Students' Entrepreneurial Intentions through Soft Skills and Hard Skills Empowerment, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(3), 6-14.
- Ni'am, S., M. Mujito, H. Udjari, D. Darmawan, M. C. Rizky, R. Firmanto, I. Purwanto. (2024). Supervision and Enforcement of Street Vendors, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 5(2), 7–10.
- Nuraini, R, S. N. Halizah, D. S. Arum, M. T. Hardiyanti, & M. Masrifah. (2023). Price and Brand Image: Drivers of Consumer Loyalty in the Footwear Market. *Journal of Science, Technology and Society*, 4(1), 35-46.
- Nuraini, R., B. Gardi, D. Darmawan. (2024). Application of Accounting Information Systems in Micro, Small and Medium Enterprises, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 3(1), 21-30.
- Safitri, E. (2012). Pengelolaan Usaha Jahit Pakaian di Kecamatan Kampar Timur Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Skripsi*. Riau, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Putra, A.R., S. Arifin, R. Mardikaningsih, & M Hariani. (2016). Peran Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 29-34.
- Ridwan, M. & M. R. Gaffar. (2022). Efisiensi Persediaan dan Distribusi Melalui Integrasi Supply Chain Management. *Applied Business and Administration Journal*, 1(2), 36-44.
- Setiyani, A., T. Yuliyanti, & D. Rahmadanik. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425-433.
- Sigita, D. S. & Y. R. Al Hakim. (2022). The Effect of Service Quality, Digital Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 59-72.
- Sinambela, E. A. & D. Darmawan. (2022). Advantages and Disadvantages of Using Electronic Money as a Substitute for Cash, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 56-61.
- Sinambela, E.A., R. Mardikaningsih, E. Retnowati, U. P. Lestari, J. Jahroni, A. R. Putra, M. Munir, D. Darmawan & S. Arifin. (2022). Penyuluhan dan Pelatihan Pendaftaran Surat Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). *Journal of Social Responsibility Projects*, 3(2), 120–122.

- Suwandi, S., A. Amelia, M. S. Situmorang, & S. Parlindungan. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan Memajukan Perekonomian Bangsa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 223-233.
- Syukron, S., A. Zarkasih, S. L. A. Nasution, M. R. Siregar, & R. S. Munthe. (2022). Strategi Pemasaran Produk di Era Digital Pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159-164.
- Tanjung, M., Y. S. Tambunan, & S. Veronika. (2024). Peran Generasi Muda untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah dari Sektor UMKM di Era Digital Kelurahan Binasi Tapanuli Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Disiplin Ilmu*, 2(1), 7-13.
- Tawaka, A. & T. Harihayati. (2018). Supply Chain Management di PT Multi Instrumentasi. *Disertasi*. Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- Zhu, Q., J. Sarkis, & K. Lai, (2018). Institutional-Based Antecedents and Performance Outcomes of Supply Chain Collaboration. *Supply Chain Management: An International Journal*, 23(4), 321–336.