

Peran Serta Sajodo *Snack* Dalam Upaya Pengentasan Pengangguran Melalui Strategi *Digital Marketing*

Hana Mifta Rofina Thenu; Calvinna Bella Gisella; Ahmad Naufal Nabawi; Dewi Rahmawati Gustini; Fakultas Hukum, Universitas Pasundan, hanamifta13@gmail.com

ABSTRACT: This scientific work was written with the aim of finding out how a Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs), in this case Sajodo Snack, plays a role in alleviating the high unemployment rate in Indonesia, especially the West Java Province Region which is the center where the MSMEs are established. Unemployment and poverty are still problems for most Indonesian people that cannot be resolved. The Central Statistics Agency (BPS) reports the unemployment rate in Indonesia in February 2022 of 8.40 million people, an increase in August 2022 to 8.42 million people, a process of production growth from time to time being an important indicator to measure the success of development a country. Economic growth is one indicator of the success of economic development. Prosperity and economic progress are determined by the level of economic growth as evidenced by changes in national production. Changes in economic production is a short-run economic analysis. Regional economic dynamics are very influential for national economic growth, while small and medium economic business activities usually support the regional economy. Thus it can be said that small and medium economic business activities are the lifeblood of the regional and national economy. Small and medium enterprises constitute approximately 99% of the business unit population and absorb more than 92% of the total workforce. This study aims to see how the role of an MSME can solve at least the problem of unemployment which is quite high in Indonesia.

KEYWORDS: Unemployment, economic growth, UMKM.

ABSTRAK: Karya ilmiah ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam hal ini Sajodo Snack turut berperan dalam mengentaskan angka pengangguran yang tinggi di Indonesia khususnya Daerah Provinsi Jawa Barat yang menjadi pusat dimana berdirinya UMKM tersebut. Pengangguran dan kemiskinan masih menjadi masalah bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang tidak dapat diselesaikan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan angka pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2022 sebesar 8,40 juta orang mengalami kenaikan pada bulan Agustus 2022 menjadi 8,42 juta orang suatu proses pertumbuhan produksi dari waktu ke waktu menjadi salah satu indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan ekonomi. Kemakmuran dan Kemajuan ekonomi ditentukan oleh tingkat pertumbuhan ekonomi yang dibuktikan dengan perubahan produksi nasional. Perubahan produksi ekonomi adalah analisis ekonomi jangka pendek.

Dinamika perekonomian daerah sangat berpengaruh bagi pertumbuhan ekonomi nasional, sedangkan Kegiatan usaha ekonomi kecil dan menengah biasanya menopang perekonomian daerah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha ekonomi kecil dan menengah merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Jumlah usaha kecil dan menengah merupakan sekitar 99% dari populasi unit usaha dan menyerap tenaga kerja lebih dari 92% dari total tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana peranan suatu UMKM dapat memecahkan sedikitnya masalah pengangguran yang angkanya cukup tinggi di Indonesia.

KATA KUNCI: Pengangguran, Pertumbuhan Ekonomi, UMKM.

I. PENDAHULUAN

Pengangguran dan kemiskinan masih menjadi masalah Sebagian besar bangsa Indonesia yang tidak dapat diselesaikan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan angka pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2022 sebesar 8,40 juta orang mengalami kenaikan pada bulan Agustus 2022 menjadi 8,42 juta. BPS juga mencatat penduduk usia kerja berjumlah 206,69 juta orang pun mengalami kenaikan sebesar 2,71 juta orang, sehingga menjadi 209,4 juta orang. Berdasarkan data tersebut angkatan kerja bertambah 3,57 juta orang, jika dijumlahkan total angkatan kerja adalah 143,72 juta orang, dan yang bukan angkatan kerja berkurang 0,86 juta orang menjadi sebanyak 65,70 juta orang (Cantika Adinda Putri, n.d.).



Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa angka pengangguran dan usia kerja di Indonesia terus bertambah namun, lapangan pekerjaan semakin berkurang.

Pengangguran dapat menimbulkan berbagai masalah, selain itu pengangguran terdidik dapat berdampak pada pemerintah dan masyarakat, antara lain;

1. Meningkatnya angka kemiskinan;
2. Biaya sosial yang ditanggung oleh negara;
3. Pengangguran merupakan beban mental dan psikologis;
4. Pengangguran dapat mengurangi keterampilan karena tidak digunakan dan tidak terlatih selama menganggur;

5. Pengangguran menyebabkan ketidakstabilan dan ketidakamanan sosial dan politik; dan
6. Peningkatan jumlah pengangguran terdidik dapat menimbulkan akibat antara lain;
 - a. terciptanya masalah sosial akibat pengangguran,
 - b. pemborosan sumber daya Pendidikan,
 - c. melemahnya respek dan kepercayaan masyarakat terhadap Pendidikan.

Tidak lain bahwa tingkat pengangguran yang tinggi sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Djony Setiawan, 2013).

Pertumbuhan produksi dari waktu ke waktu menjadi salah satu indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara. Menurut dasar teori pertumbuhan ekonomi neoklasik oleh Solow dan Swan (1956), peran pemerintah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dalam bentuk pengeluaran atau pajak (Kneller et al., 1999). Pertumbuhan ekonomi semata-mata dipengaruhi oleh modal, kualitas tenaga kerja dan teknologi, yang bersifat eksogen. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan ekonomi. Kemakmuran dan kemajuan ekonomi ditentukan oleh besarnya pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan oleh perubahan produksi nasional. Perubahan produksi ekonomi adalah analisis ekonomi jangka pendek (Ahmad Ma'ruf & Latri Wihastuti, n.d.).

Dinamika perekonomian daerah sangat berpengaruh bagi pertumbuhan ekonomi nasional, sedangkan Kegiatan usaha ekonomi kecil dan menengah biasanya menopang perekonomian daerah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha ekonomi kecil dan menengah merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Jumlah usaha kecil dan menengah merupakan sekitar 99% dari populasi unit usaha dan menyerap tenaga kerja lebih dari 92% dari total tenaga kerja. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang menjadi harapan di tengah Krisis ekonomi. Saat ini,

sekitar 99% dari mayoritas pengusaha adalah UKM, yang terus tumbuh secara signifikan dan berkembang menjadi kehidupan bisnis yang mendukung stabilitas perekonomian negara. UKM menjadi lebih fleksibel dan tetap optimis di tengah krisis. Selama krisis global, pelaku UMKM masih bergerak.

Peningkatan UMKM dan transaksi perdagangan *online* mengalami kenaikan pesat. Per tahun 2022, kemajuan UMKM di Kota Bandung bertambah hingga 180.000 usaha baru. Sedangkan aktivitas transaksi perdagangan *online* meningkat hingga 150 persen (Ray, 2022).

Banyak permasalahan yang masih menghambat perkembangan UKM di Indonesia, diantaranya UKM yang lemah dalam hal permodalan dan manajemen (pengelolaan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia). Permasalahan yang muncul dari pengembang dan pengelola UMKM, misalnya solusi yang diberikan tidak sesuai dengan tujuan, tidak ada monitoring dan program yang tumpang tindih antar lembaga.

UMKM membutuhkan strategi dan inovasi sistem produksi dan pemasaran untuk mendukung kesejahteraan ekonomi UMKM. Sejak februari 2005, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah Menyusun program politik untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran melalui pemberdayaan usaha kecil dan menengah, oleh karena itu kebijakan program tersebut pada 2005 sebagai Tahun Keuangan Mikro Indonesia (TKMI) (Prasetyo, 2008).

Pernyataan mengenai rumusan kebijakan program aksi yang ditujukan untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran melalui pemberdayaan UMKM memerlukan literasi terkait *progresivitas* pelaksanaan karena pada kenyataannya terdapat berbagai permasalahan internal dan eksternal dalam pelaksanaan kegiatan UMKM. Masalah internal adalah keterampilan, kemampuan, bahkan tingkat inovasi yang rendah, sedangkan masalah eksternal operasional UMKM adalah kurangnya dukungan permodalan dari pemerintah dan lembaga terkait serta kurangnya pengetahuan dalam pemasaran produk, karena ketersediaan pengetahuan mempengaruhi potensi daya saing global (Marpaung et.al, 2018).

Dalam mengelola perusahaan atau UKM, pengusaha harus berinovasi dalam produksi dan menerapkan strategi pemasarannya seiring dengan persaingan yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang pesat. Anak muda lahir dan tumbuh dengan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Saat ini mereka bergantung pada media sosial (Pratiwi, 2017).

Laporan *We Are Social* mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia tumbuh sebesar 12,35% tahun lalu pada Januari 2022. Lebih spesifik lagi, jumlah pengguna aktif media sosial akan bertambah menjadi 191 juta orang pada awal tahun 2022, sedangkan sebelumnya berjumlah 170 juta pengguna tahun 2021 (Mely, 2022).

Berdasarkan fakta-fakta dan argumentasi yang telah diuraikan maka kami akan meneliti bagaimana peran serta Sajodo Snacks sebagai UMKM dalam Upaya Pengentasan Pengangguran melalui Strategi Digital Marketing.

Merujuk pada UUD 1945 pasal 27 ayat 2 dan UUD No 20 tahun 2003 pasal 13, ayat (1) bahwa : Setiap warga negara Indonesia mempunyai hak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Jalur pendidikan yang dimaksud merupakan pendidikan formal, non-formal, dan informal yang diharapkan saling melengkapi dan memperkaya, mengenai 15 Jenis pendidikan mencakup pendidikan umum, kejuruan, akademik, profesi, vokasi, keagamaan dan khusus.

Pelatihan kejuruan dapat membantu mengurangi pengangguran dengan melatih pemuda dan orang dewasa serta melatih kembali keterampilan dan kemampuan teknis (Thompson, 1973, p .89-116).

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan ekonomi. Kemakmuran dan kemajuan ekonomi ditentukan oleh besarnya pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan oleh

perubahan produksi nasional. Perubahan produksi ekonomi adalah analisis ekonomi jangka pendek (Ahmad Ma'ruf & Latri Wihastuti, n.d.).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang menjadi harapan di tengah Krisis ekonomi. Saat ini, sekitar 99% dari mayoritas pengusaha adalah UKM, yang terus tumbuh secara signifikan dan berkembang menjadi kehidupan bisnis yang mendukung stabilitas perekonomian negara. UKM menjadi lebih fleksibel dan tetap optimis di tengah krisis. Selama krisis global, pelaku UMKM masih bergerak.

Selama *Digital marketing* merupakan media online yang memiliki potensi terbesar sebagai sarana pengembangan pemasaran, sebagai peluang untuk mengembangkan bisnis ke tingkat yang lebih tinggi lagi (Femi et al., 2018). *Digital marketing* disebut sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan konsumen dan merupakan bentuk perubahan sistem pemasaran tradisional sehingga pihak-pihak yang terlibat mengakui keberadaan produk atau layanan yang diperlukan. Hal ini didukung oleh tingginya pengguna internet di Indonesia (Pradiani, 2017).

II. METODE

Tulisan ini disusun dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, karena kami melakukan penelitian dengan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya sehingga kami dapat menyusun dan menulis hasil dari data-data yang kami kumpulkan sehingga menghasilkan sebuah tulisan ilmiah. Teknik yang kami gunakan antara lain; studi kasus (*case studies*), studi dokumen/teks (*document studies*), dan studi sejarah (*historical research*) (Susanto, 2015). Dalam hal ini beberapa data yang kami jadikan rujukan adalah Jurnal, Undang-Undang, dan UMKM Sajodo Snack.

III. HASIL

Sejak muncul 2 tahun lalu, nama Sajodo Snack berkali-kali menjadi trendik topik di salah satu media sosial, *Instagram*. Dipasarkan pertama kali oleh Farida Khaerunnisa dan Gilang Gumilar, dipasarkan secara gerliya. Saat itu, pemasaran dengan manfaat *microblogging* atau pembuatan pesan atau *post* singkat di *web* atau *platform* media sosial dalam hal ini di media sosial Instagram sangat efektif. Dalam 7 bulan pertama sejak Agustus 2020 sampai Maret 2021, pendapatan penjualan keripik Sajodo Snack meningkat sampai puluhan juta rupiah.

Farida Khaerunnisa dan Gilang Gumilar memutuskan membuka peluang bagi orang-orang yang ingin menjual kembali produk Sajodo Snack. Hingga saat ini ada lebih dari 50 *reseller* Sajodo Snack tanpa toko, hanya bermodal unggahan Instagram dan kendaraan. Sajodo Snack dikenal dengan rasa pedas dan rasanya yang khas, angka penjualan dan cara pemasaran yang *viral* pada saat itu, hingga kini Sajodo Snack tetap menjadi pilihan makanan ringan bagi pecinta makanan pedas.

Berawal dari membeli keripik singkong yang sudah jadi, lalu diganti dengan kemasan yang ia buat sendiri hingga perlahan belajar membuat keripik sendiri. Sajodo Snack kini memiliki ragam produk yang berbeda-beda, tidak hanya keripik yang dijadikan produk utama. Sajodo Snack kini meluncurkan berbagai macam kerupuk pedas produksi sendiri, dikemas dan dibuat menarik agar dapat banyak perhatian dari pecinta makanan pedas (Tri Suhartini, 2022).

Mengenai pemasaran produk Sajodo Snack sendiri mengacu pada istilah *business people following people*, menjadi salah satu strategi pemasaran yang dinilai efektif adalah dari mulut ke mulut. Yang tentu saja, tidak di sia-siakan oleh Farida Khaerunnisa dan Gilang Gumilar. Selain cara tersebut, pemasaran Sajodo Snack pada tahap awal dilakukan dengan bantuan sosial media *Shopee*. Informasi penjualan produk dipublikasikan secara resmi di akun *Instagram* perusahaan. Mitra saluran perusahaan bertindak sebagai ujung tombak pemasaran penjualan langsung. Distributor Sajodo Snack membangun hubungan dengan konsumen dan membangun komunitas yang berupaya melakukan promosi dan pendistribusian produk Sajodo Snack secara

eksklusif. Informasi mengenai Sajodo Snack dapat diakses dengan sangat mudah melalui akun resmi perusahaan (TribunNews TV, 2022).

Dengan inovasi rasa, kemasan dan lainnya, keripik berbahan dasar singkong ini kini semakin dikenal di kalangan penggemar makanan ringan di Indonesia, termasuk beberapa negara seperti di Taiwan, Malaysia, dan Amerika Serikat. Prihatin dengan nilai produknya, Firda Kaherunnisa dan Gilang Gumilar merasa terpanggil untuk meningkatkan *awareness* terhadap jajanan yang mayoritas dibuat di Kabupaten Ciamis ini.

Tujuh bulan sejak perusahaan didirikan, mereka dinilai berhasil menghubungkan jaringan bisnisnya. Dengan bantuan puluhan *merchant* yang beroperasi di hampir seluruh kota besar Tanah Air, order terus diterima melalui *marketplace* dan aplikasi *Whatsapp*. Konsumen dan pengecer memesan setidaknya ada kurang lebih 2.000 kemasan perhari. Membangun sebuah brand yang pada akhirnya berujung pada kepercayaan konsumen biasanya membutuhkan waktu yang lama. Namun produk yang dihasilkan mendapat respon dengan baik di pasar. Hanya 10 atau lusinan yang terjual selama tiga bulan pertama, tetapi sekarang menjadi 4.000 per hari.

Jumlah permintaan yang diterima belum terpenuhi, alias banyak daftar antrian. Saat ini, konsumsi bahan baku per hari adalah 5 kwintal per hari. Perusahaan yang dibangun keduanya tumbuh dari kebosanan Firda menjalani kuliah *daring*. Dia juga saat ini berkompetisi dalam tantangan *Startup Astra* dan sudah masuk seratus besar.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan peran Sajodo Snack dalam mengentaskan pengangguran cukup besar. Dilihat dari produksi perhaari mencapai 5 kwintal, dan saat ini Sajodo Snack sudah memiliki pabrik sendiri, sesuai data pada tahun 2021 mencapai 45 orang pegawai. Seiring berjalannya waktu dengan peminat yang kian membludak dapat dipastikan bahwa pegawai produksi, admin sosial media, keuangan terus bertambah. Disamping pegawai Sajodo Snack sendiri, banyak juga *reseller* atau orang – orang yang menjual kembali produk Sajodo Snack (TribunNews TV, 2022).

IV. PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terbukti perannya dalam pertumbuhan perekonomian nasional, meskipun begitu UMKM merupakan Industri dan anggotanya yang pada umumnya adalah orang-orang masyarakat kecil dengan modal dan keterampilan manajemennya terbatas yang menyebabkan rentan pada masalah keuangan. Namun, UMKM menghadapi berbagai kendala saat menjalankan usahanya. Permasalahan terbesar pada UMKM terdapat dipermodalan. Selain itu, masalah manajemen yang tidak professional, masalah persaingan, dan tingkat inovasi yang rendah antara pengusaha UMKM.

Kendala tersebut dapat diatasi dengan harapan besarnya peran dari pemerintah. Pemerintah diharapkan dapat mengembangkan dan memperkuat Undang-Undang yang memberdayakan UMKM. Antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah diperlukan sinergi yang kuat dalam pengembangan iklim usaha yang diharapkan dapat kondusif bagi pelaku UMKM. Pada pelaksanaannya, pemerintah menjalankan beberapa program yang diatur dalam Undang-Undang.

Program tersebut diantaranya adalah; Program GKN (Gerakan Kewirausahaan Nasional), sebagai upaya menumbuhkan dan mengembangkan kewirausahaan nasional dengan melibatkan seluruh stakeholder pusat dan daerah (Kemenkop UKM, 2017). dan Program Pemberian KUR (Kredit Usaha Rakyat) dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan, yang dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan pengembangan dan pemberdayaan UMKM (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017). keduanya merupakan peran pemerintah dalam pelaksanaan pengembangan dan pemberdayaan UMKM.

Dalam struktur perekonomian nasional, peran UMKM merupakan suatu prioritas nasional dan di jadikan tujuan untuk percepatan pembangunan ekonomi ke tingkat lebih tinggi. UMKM

Nasional menjadi pilar utama dalam menopang pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi guncangan dari perekonomian dalam negeri. UMKM Nasional dapat mendukung pembangunan ekonomi dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan saat ekonomi global melemah.

Pemerintah diharapkan untuk konsisten dan gencar dalam memberdayakan UMKM ditengah globalisasi perekonomian yang terus meningkat. Diharapkan juga peran sebagai pemerintah terhadap UMKM itu sendiri melakukan bimbingan dalam penguatan Sumber Daya Manusia, Pengelolaan Marketing dan Teknologi, sehingga UMKM dapat besar diharapkan menjadi pasar global Indonesia dalam dunia Internasional.

Disamping pembahsan mengenai permasalahan dalam UMKM tidak dapat dilupakan juga manfaat UMKM yang menjadi factor besar pembangunan ekonomi, antara lain;

1. Kebebasan Finansial, keuntungan finansial yang menjadi factor penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan dan menjadi suatu daya Tarik seseorang untuk melangsungkan usaha.
2. Kemampuan mengontrol diri sendiri, dalam usaha seseorang membangun suatu UMKM diperlukan kerja keras dengan resiko yang cukup tinggi. Seiring dengan perjuangannya didapatkan banyak pengalaman yang dapat membentuk kemampuan seseorang dalam mengontrol apa yang akan mereka lakukan dalam diri wirausaha.
3. Melakukan perubahan dalam hidup serta menggali potensi diri, pelaku UMKM memiliki kesempatan yang tinggi untuk mencoba bisnis demi mengukur kemampuan diri sendiri untuk menggali potensi dirinya yang dapat menjadi kesempatan melakukan perubahan untuk kehidupan yang lebih baik.
4. Ikut menggerakkan ekonomi masyarakat, pelaku UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan, ditambah seiring berjalannya waktu dan berkembangnya suatu UMKM lapangan kerja yang dibuka semakin luas, hal ini tentunya akan

menggerakan perekonomian masyarakat sekitar, dan menjadi faktor pertumbuhan ekonomi di lingkungan.

5. Meningkatkan inovasi, dalam pengembangan produknya, strategi pemasarannya dan manajemennya UMKM dilakukan dengan inovasi untuk memudahkan pengembangan suatu UMKM. (ANINDIYA PURNAMA EFFENDI et al., 2014)

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah pengangguran dapat dikurangi dan diminimalisir dengan adanya UMKM karena di dalam UMKM ini kita dapatkan hasil yang menjanjikan. Selain itu di sisi lain dengan adanya UMKM dapat menambah pendapatan daerah, membuka peluang usaha untuk berinvestasi dan menanamkan modal dalam jangka waktu yang bisa lumayan lama. Dengan adanya UMKM, masyarakat dapat mandiri tanpa membutuhkan karyawan atau tenaga lainnya, karena UMKM memiliki keunggulan yang lebih menjanjikan.

Dengan objek Penelitian Sajodo Snack suatu UMKM yang dapat dikatakan sukses dalam hal bisnis juga dapat dikatakan bahwa usaha tersebut sukses turut berperan serta dalam mengentaskan kemiskinan yang angkanya cukup tinggi di Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi *digital* yang saat ini sangat banyak diminati saat ini, sebagai tempat sasaran utama marketing penjualannya. Dibuat dengan cara menarik, memasang iklan yang sangat menggugah selera yang terus ditingkatkan juga sehingga membawa para peminat Sajodo Snack terus meningkat.

Hingga saat ini para pegawai di Sajodo Snack ini terus meningkat ditambah dengan banyaknya pula reseller yang minat untuk melakukan penjualan snack yang banyak diminati dapat mengurangi angka pengangguran yang cukup tinggi. Di harapkan banyak UMKM yang menjadikan Sajodo Snack sebagai motivasi bagi setiap orang yang ingin menjalankan bisnis. Tidak lupa juga peran pemerintah dalam melakukan peran pengawasan bagi penjual dan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi tugas akhir mata Kuliah Hukum Ekonomi sebagai salah satu syarat Lulus Mata Kuliah tersebut.

Terimakasih kepada para penulis yang telah berkontribusi cukup besar dalam penulisan, dan kami juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah Hukum Ekonomi ini Ibu Dewi Rachmawati Gustini, S.H., M.H yang telah membimbing kami selama penulisan karya ilmiah ini.

DAFTAR REFERENSI

Ahmad Ma'ruf, & Latri Wihastuti. (n.d.). PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA: Determinan dan Prospeknya. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 9.

ANINDIYA PURNAMA EFFENDI, IREN KARINA, NOPI DUWI HARIYANTI, WINDI FEBRIANI, & YUNiar TRI WULANDARI. (2014). *MAKALAH PEREKONOMIAN INDONESIA "PERKEMBANGAN UMKM."*

Cantika Adinda Putri. (n.d.). *Total Pengangguran di Indonesia Naik Jadi 8,42 Juta Orang!* CNBC Indonesia. Retrieved December 20, 2022, from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221107114840-4-385639/total-pengangguran-di-indonesia-naik-jadi-842-juta-orang>

Djony Setiawan. (2013). UPAYA MENGENTASKAN PENGANGGURAN TERDIDIK MELALUI RINTISAN DESA VOKASI BERBASIS UNGGULAN DAERAH DI KECAMATAN CIWIDEY KABUPATEN BANDUNG. *EMPOWERMENT* , 2(No. 2252-4738).

Femi at al. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas*, 1–20.

Kemenkop UKM. (2017). *KEWIRAUSAHAAN NASIONAL SELURUH STAKEHOLDER DILIBATKAN DALAM PROGRAM GKN.*

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2017). *Kredit Usaha Rakyat* . 1.

Marpaung et.al. (2018). Bagaimana Pengaruh Digital Marketing dan Capasitiy Building Terhadap Kinerja UMKM di Kota Medan. *Universitas Prima Indonesia*, 35–41.

Mely. (2022). *Hasil Survei Mengungkapkan Media Sosial Paling Digemari di Indonesia.*

Pradiani. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 46–53.

Prasetyo, P. E. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkh) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *Akmenika Upy* 2.1 , 13.

Pratiwi. (2017). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Semantik*, 11–24.

Ray. (2022). *Efek Pandemi, UMKM dan Penjualan Digital Kota Bandung Tumbuh Pesat*.
<https://www.bandung.go.id/news/read/6142/efek-pandemi-umkm-dan-penjualan-digital-kota-bandung-tumbuh-pesat>

Susanto, A. F. (2015). Penelitian hukum: transformatif-partisipatoris.

Tri Suhartini. (2022). *Jajanan Viral “Sajodo Snack”, Awalnya Dipandang Sebelah Mata Kini Kebanjiran Orderan hingga Ribuan*.

TribunNews TV. (2022). *Sejarah Sajodo Snacks - Farida Khaerunnisa*.