

Bimbingan Teknis Aplikasi Bela Pengadaan bagi Usaha Mikro dan Kecil (*Procurement Defense Application Technical Guidance for Micro and Small Enterprises*)

Rachma Aprilia^{1*}, Satria Adhitama², Nur Aisyah Kustiani³

Politeknik Keuangan Negara STAN, Banten^{1,2,3}

rachmaaprilia@pknstan.ac.id^{1*}, satria.bc@pknstan.ac.id², nur.aisyah@pknstan.ac.id³



Riwayat Artikel

Diterima pada 09 Desember 2022

Direvisi pada 22 Desember 2022

Disetujui pada 23 Desember 2022

Abstract

Purpose: This activity aims to increase the literacy and competency of MSEs to become government goods and service providers through electronic systems, especially the Procurement Defense Application.

Research Methodology: The form of activity is outreach and onboarding assistance which is held offline for 25 selected MSEs in the South Tangerang area.

Results: The results of this activity show an increase in MSEs' knowledge of government procurement of goods and services.

Conclusions: Socialization activities related to the potential for procurement of goods and services can increase the understanding of UMK so that it is hoped that it will encourage UMK's interest in participating in government procurement.

Limitations: There are still technical problems in onboarding assistance and some UMK products are not in accordance with the needs of government work units.

Contribution: This activity supports efforts to accelerate the use of UMK products in the procurement of government goods and services as mandated by Presidential Decree No. 2 of 2022.

Keywords: MSMEs, Procurement of Government Goods and Services, Defense of Procurement

How to Cite: Aprilia, R., Adhitama, S., Kustiani, N.A. (20xx). Bimbingan Teknis Aplikasi Bela Pengadaan bagi Usaha Mikro dan Kecil. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 11(2), 65-72.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM antara lain berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 61%, penyerapan tenaga kerja sebesar 97%, dan berkontribusi terhadap nilai ekspor sebanyak 14,7% di tahun 2018 (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Namun demikian, Bappenas (2020) juga mengungkapkan bahwa sebagian besar yakni 98% dari total UMK merupakan usaha mikro dan komposisi tersebut tidak berubah selama kurun waktu dua dekade. Kondisi UMKM yang sebagian besar usaha mikro dan juga *self employed* membuatnya rentan terhadap berbagai guncangan perekonomian, termasuk pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak akhir tahun 2019. Dampak pandemi Covid-19 di Indonesia mulai terjadi pada bulan Maret tahun 2020. Pembatasan sosial yang dilakukan pemerintah mengakibatkan mobilitas masyarakat berkurang drastis sehingga berdampak pada penurunan pendapatan dan konsumsi. Berdasarkan survei Bappenas (2020), mayoritas UMKM mengalami penurunan pesanan dan kesulitan bahan baku dikarenakan peningkatan harga dan kendala distribusi. Penurunan pendapatan yang diderita UMKM antara 40-80% yang kemudian juga berimbas pada pengurangan jumlah tenaga kerja (Bappenas, 2020).

Pentingnya peran UMKM tersebut mendorong pemerintah untuk melakukan peningkatan pertumbuhan ekonomi sektor UMKM sehingga dapat mendukung peningkatan perekonomian Indonesia pada akhirnya. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah antara lain dengan adanya Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk UMK dan Koperasi dalam rangka Gerakan Bangga Buatan Indonesia dalam Pelaksanaan Pengadaan

Barang/Jasa Pemerintah. Peraturan tersebut menginstruksikan kepada seluruh pimpinan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah untuk mendukung pencapaian target alokasi 40% dari APBN dan APBD untuk belanja produk UMK serta mempermudah persyaratan penggunaan produk UMK dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Dilansir dari laman republika.com, Presiden telah menetapkan target untuk belanja produk UMK dari anggaran negara setara Rp400 triliun melalui pengadaan pemerintah (Intan, 2022).

Dalam rangka meningkatkan penggunaan produk dalam negeri dan mempermudah akses UMK dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) meluncurkan Aplikasi Toko Daring. Toko daring merupakan *platform* yang digunakan untuk melakukan *e-purchasing* (pembelian secara elektronik). Sebagaimana Perpres Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang dan Jasa, pengadaan pemerintah dapat dilakukan dengan berbagai mekanisme, antara lain mekanisme *e-purchasing*. Toko Daring yang dikelola LKPP terdiri atas *e-katalog* dan Bela Pengadaan (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, 2022). *E-katalog* merupakan katalog elektronik yang penyedia di dalamnya telah dikurasi oleh LKPP. Sedangkan Bela Pengadaan merupakan inovasi LKPP yang terbaru. Bela Pengadaan adalah kependekan dari pembelian langsung pengadaan. Melalui aplikasi ini, pejabat pembuat komitmen maupun stafnya dapat melakukan pengadaan dengan cara pembelian langsung produk-produk UMK. Dalam pengelolaannya, LKPP menggandeng mitra Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). Mitra PPMSE dapat berupa *marketplace* yang mendaftar ke LKPP. Sebelumnya pembelian langsung seringkali dilakukan secara manual melalui uang persediaan sehingga tidak tercatat secara rinci penggunaannya atas produk UMK. Dengan Bela Pengadaan, transaksi dapat tercatat secara elektronik sehingga dapat terpantau pencapaian target alokasi 40% secara nasional. Bagi UMK, kesempatan menjadi penyedia pemerintah menjadi semakin mudah hanya dengan mendaftar melalui berbagai *marketplace* yang menjadi mitra PPMSE. Program ini juga sekaligus mendukung program UMK *Go Digital* yang digagas oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Selain Bela Pengadaan juga terdapat Digipay yakni *marketplace* yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan (Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2021). Meski pendaftarannya masih terbatas pada penyedia yang direkomendasikan satuan kerja pemerintah, Digipay merupakan salah satu alternatif *platform* yang dapat digunakan dalam *e-purchasing*.

Digitalisasi UMKM yang tengah berjalan saat ini terutama didorong oleh perubahan perilaku konsumen. Konsumen saat ini semakin terbiasa melakukan pengambilan keputusan termasuk transaksi pembelian secara digital atau elektronik sehingga upaya digitalisasi UMKM tidak dapat dihindari (Deloitte Access Economics, 2015). Kondisi pandemi semakin menambah urgensi digitalisasi bagi UMKM (Rahmawati et al., 2021; Sundah et al., 2021). Oleh karena itu, UMKM membutuhkan pengetahuan dan keterampilan terkait pemasaran digital (Budiarty et al., 2022). Dengan pemasaran secara digital, UMK dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzetnya (Suryanto et al., 2022). Terdapat beberapa sarana yang dapat digunakan UMKM untuk melakukan pemasaran digital antara lain melalui media sosial, seperti: Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok serta *marketplace* seperti: Tokopedia, Shopee, Bukalapak. Ekasari et al. (2021) menyebutkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh UMKM adalah Whatsapp dikarenakan kemudahan pengoperasiannya, namun di sisi lain, Whatsapp kurang dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Whatsapp lebih efektif digunakan oleh UMKM yang target pasarnya dibatasi oleh regional, seperti usaha catering (Hirmantono et al., 2021). Jika UMKM ingin naik kelas, maka peningkatan produksi harus diimbangi dengan pemasaran yang luas sehingga dapat meningkatkan omzet (Suryanto et al., 2022).

Namun UMKM masih mengalami kendala digitalisasi antara lain kendala sumber daya manusia terkait pengetahuan dan keterampilan literasi digital (Idah & Pinilih, 2020), kendala ketersediaan jaringan (Wijoyo et al., 2020), dan kecenderungan konsumen yang masih memilih pembelian secara langsung untuk beberapa jenis barang (Burger et al., 2015). Penelitian oleh Normanyo et al. (2016) juga menyebutkan kendala terbesar yang dihadapi oleh UMKM adalah kendala modal dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, komunitas, industri dan akademisi dalam

mengatasi berbagai kendala UMKM terkait digitalisasi (Rahmawati et al., 2021). Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu perwujudan kolaborasi antara pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif selaku mitra pengmas, PKN STAN selaku akademisi serta komunitas UMKM Tangerang Selatan. Dengan mempertimbangkan besarnya potensi pengadaan pemerintah bagi UMK serta adanya berbagai kendala terkait pemasaran digital, maka kegiatan ini diharapkan dapat memberikan sosialisasi tentang pengadaan barang dan jasa pemerintah serta pendampingan *onboarding* di salah satu *marketplace* mitra Bela Pengadaan dalam rangka mempersiapkan UMK menjadi penyedia pemerintah melalui sistem elektronik.

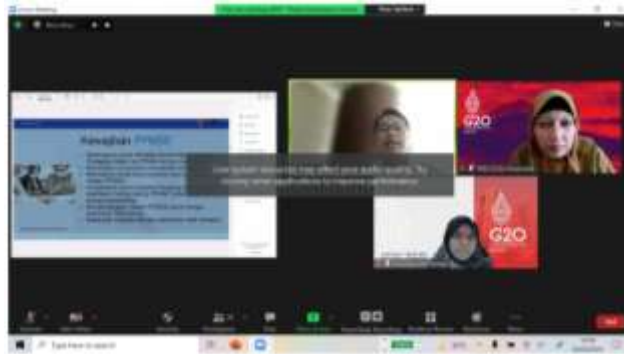
2. Metodologi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan Kerjasama PKN STAN selaku tim pengabdian kepada masyarakat dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai mitra pengabdian masyarakat. Kegiatan ini dirancang sebagai proyek pilot sosialisasi dan pendampingan UMK dalam bidang pengadaan barang dan jasa. Kemenparekraf berperan sebagai penyedia sumber dana dan melakukan kurasi/pemilihan UMK yang akan menjadi peserta. Sedangkan tim pengmas PKN STAN berperan sebagai penyelenggara kegiatan sosialisasi dan pendampingan UMKM sebagai wujud salah satu dharma perguruan tinggi yakni pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini menggunakan bentuk kegiatan bimbingan teknis (bimtek). Hal ini dilakukan karena peserta UMK selain belum mengetahui mengenai potensi pasar pengadaan barang/jasa pemerintah dan persyaratan menjadi penyedia pemerintah, juga masih mengalami kendala terkait proses digitalisasi sehingga perlu pendampingan secara langsung atau luar jaringan. Kegiatan bimbingan teknis dibagi menjadi dua sesi yakni sesi paparan dan sesi praktik. Sesi paparan akan diisi dengan materi tentang sosialisasi potensi peran UMK sebagai penyedia dan syarat yang harus dipenuhi sebagai penyedia serta pengenalan tentang Bela Pengadaan dan Digipay. Sedangkan sesi praktik merupakan pendampingan *onboarding* UMK di aplikasi Grab sebagai *marketplace* mitra Bela Pengadaan. Pada akhir sesi praktik, akan dilakukan simulasi pembelian langsung oleh satker pemerintah kepada peserta UMK terpilih melalui aplikasi Bela Pengadaan.

Peserta bimbingan teknis merupakan pelaku UMK di wilayah Tangerang Selatan. Pemilihan wilayah Tangerang Selatan dikarenakan kegiatan pengabdian masyarakat PKN STAN diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi UMK di sekitar wilayah kampus. Pengumuman kegiatan disebarkan melalui komunitas UMKM. UMK yang mendaftar kemudian dilakukan proses kurasi oleh Kemenparekraf selaku mitra untuk dapat lolos sebagai peserta. Selama kegiatan bimtek, peserta disediakan meja untuk bazaar yang dihadiri oleh pegawai dan mahasiswa di lingkungan PKN STAN. Keluaran yang diharapkan dari kegiatan bimtek adalah meningkatnya pengetahuan dan literasi pelaku UMK terhadap potensi pengadaan pemerintah, persyaratan menjadi penyedia dan adanya aplikasi Bela Pengadaan. Peningkatan pengetahuan peserta akan diukur dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*. Sedangkan untuk pendampingan *onboarding* akan diukur dengan berhasil atau tidaknya peserta bimtek melakukan *onboarding* di *marketplace* yang ditentukan serta keberhasilan simulasi belanja.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan. Pada tahap ini, tim pengmas melakukan koordinasi dengan mitra yakni Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terkait tujuan dan target dari kegiatan. Dalam rangka peningkatan kompetensi tim pengabdian masyarakat atas peraturan baru dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, maka tim pengmas menyelenggarakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan narasumber Direktur Pengembangan Sistem Elektronik dari LKPP, Bapak Patria Susantosa. Penyelenggaraan FGD dilakukan secara daring dengan diikuti oleh tim pengmas dan para dosen PKN STAN pada tanggal 26 April 2022.



Gambar 1. Tangkapan Layar Kegiatan FGD Bersama LKPP dalam rangka Persiapan Bimtek

Selanjutnya dilakukan pembukaan pendaftaran peserta bimtek yang disebarakan melalui jaringan komunitas UMKM binaan PKN STAN pada minggu terakhir bulan Mei. Dari 50 peserta yang mendaftar, dilakukan kurasi oleh mitra pengmas meliputi kelayakan produk, kelengkapan izin dan komitmen untuk kehadiran secara luring sehingga terpilih 25 UMK dengan komposisi sebagaimana tersaji dalam diagram 1. Sebelum pelaksanaan bimbingan teknis, dilakukan pertemuan pra bimtek secara daring pada tanggal 8 Juni 2022 untuk memastikan peserta membawa dokumen persyaratan dan peralatan yang dibutuhkan seperti laptop atau telepon genggam yang memadai untuk pendampingan *onboarding*.



Diagram 1. Komposisi Peserta Bimtek Bela Pengadaan

Kegiatan bimbingan teknis dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2022 bertempat di Gedung J Kampus PKN STAN. Kegiatan dibuka oleh Direktur PKN STAN, Bapak Rahmadi Murwanto. Dalam sesi sambutan, Ibu Yuana Rochmawati selaku Direktur Pemasaran Ekonomi Kreatif memberikan apresiasi atas kegiatan bimtek sebagai pilot project bagi kegiatan serupa di masa mendatang. Ibu Lista Hurustianti selaku penggiat sektor UMKM di Tangerang Selatan dan pimpinan Gerai Lengkong juga berkenan hadir serta memberikan apresiasinya atas kegiatan yang membuka potensi baru bagi UMKM di Tangerang Selatan.



Gambar 2. Tim Pengmas dan Peserta berfoto bersama Direktur PKN STAN dan Direktur Pemasaran Kemenparekraf

Pada sesi pertama, peserta melakukan *pre-test* sebelum dimulai paparan. Selanjutnya, peserta UMK diberikan materi tentang pengadaan barang dan jasa pemerintah yang meliputi sistem pelaksanaan pengadaan, cara pembayaran dan persyaratan menjadi penyedia. Pada dasarnya UMK dapat mengikuti pengadaan barang dan jasa melalui berbagai sistem yang ada, mulai dari pembelian langsung sampai dengan sistem tender. Namun demikian, persyaratan yang harus dipenuhi untuk beberapa sistem pengadaan masih terlalu rumit untuk UMK. Dengan adanya Inpres Nomor 2 Tahun 2022, hal tersebut dipermudah dengan membuka kesempatan bagi UMK menjadi penyedia pemerintah melalui *marketplace* yang terdaftar sebagai mitra di Bela Pengadaan. Dalam sesi ini juga, terungkap kendala modal yang dirasakan pelaku UMK terkait dengan mekanisme pembayaran tunda yang diterapkan oleh pemerintah.



Gambar 3. Sesi Materi Pengadaan Barang dan Jasa

Sesi paparan kemudian dilanjutkan dengan pengenalan aplikasi Digipay milik Kementerian Keuangan dan aplikasi Bela Pengadaan (singkatan dari Pembelian Langsung Pengadaan) yang dikembangkan oleh LKPP. Pembelian langsung adalah mekanisme pengadaan pemerintah untuk nilai barang dan jasa di bawah Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah). Aplikasi ini merupakan aplikasi berbasis website yang bersifat aggregator dari berbagai *marketplace* yang tergabung sebagai mitra. Pejabat pengadaan yang dapat melakukan pembelian langsung melalui Bela Pengadaan. Meskipun aplikasi ini tidak digunakan oleh UMK, namun pengenalan tampilan dan menu yang ada di dalamnya diharapkan dapat membantu UMK mendapatkan gambaran tentang proses pengadaan serta mengidentifikasi kebutuhan pemerintah dari klasifikasi menu di Bela Pengadaan. Dari sesi ini, terungkap bahwa sebagian produk yang dijual UMK masih belum sesuai dengan kebutuhan satuan kerja pemerintah, misalnya UMK bakery masih menjual kue secara satuan dan belum menyediakan pilihan snack box.



Gambar 4. Sesi Materi Pengenalan Bela Pengadaan

Pada sesi kedua dilakukan pendampingan untuk *onboarding* di aplikasi Grab yang merupakan salah satu mitra Bela Pengadaan. Dalam sesi ini, turut diundang pula tim perwakilan dari Grab untuk membantu saat pendampingan. Sesi ini diawali dengan pemutaran video langkah-langkah pendaftaran akun dan proses *onboarding* di Grab. Kemudian peserta UMK, terutama yang belum memiliki akun Grab, diminta untuk mengikuti sebagaimana petunjuk sebagaimana yang ada di video. Namun demikian, beberapa peserta masih mengalami kendala teknis sehingga hanya sebagian saja yang berhasil *onboarding*. Proses *onboarding* selanjutnya akan difollow up oleh tim Grab untuk dibantu proses *onboarding*-nya. Di sesi ini, peserta juga mendapatkan jawaban atas beberapa permasalahan, seperti adanya fitur preorder untuk pemesanan lebih awal dan dapat menerima pembayaran lebih awal meskipun satker pemerintah menerapkan pembayaran tunda.



Gambar 5. Sesi Pendampingan *Onboarding*

Di bagian akhir dari sesi pendampingan, dilakukan simulasi belanja oleh satuan kerja pemerintah yang pada waktu bersamaan juga diberikan sosialisasi tentang Bela Pengadaan. Simulasi belanja dilakukan dengan menggabungkan kelas UMK dan satker. Perwakilan satker yang merupakan staf Pejabat Pembuat Komitmen (PPK) melakukan login terlebih dahulu ke sistem pengadaan elektronik, masuk ke Bela Pengadaan dan memilih menu kebutuhan dan memilih aplikasi Grab. Kemudian perwakilan satker melakukan pembelian terhadap perwakilan dari tiga kategori UMK yakni fesyen, kriya dan kuliner. Namun, hanya dua kategori yang berhasil disimulasikan yakni kategori kuliner dari Bakso Shodiq dan kategori ATK dan Souvenir dari Jolly Craft. Dalam waktu yang tidak berselang lama, *driver* Grab berhasil mengantarkan pesanan perwakilan satker ke lokasi bimtek di PKN STAN. Pembelian melalui Bela Pengadaan semudah belanja online pada umumnya. Satker pemerintah juga mendapatkan bukti transaksi elektronik lengkap dengan pungutan pajak yang dikirim melalui email terdaftar dari staf PPK. Selanjutnya sesi kedua diakhiri dengan pelaksanaan *post-test* oleh peserta UMK dan penutupan oleh tim pengmas.



Gambar 6. Simulasi Belanja melalui Bela Pengadaan

Secara umum, kegiatan berlangsung dengan lancar. Meski demikian, masih terdapat kendala dalam hal teknis pendampingan *onboarding*. Hal ini dikarenakan alokasi waktu yang dirasa kurang untuk pendampingan dan peserta banyak yang mengalami kendala teknis, mulai dari sinyal, kendala verifikasi dokumen dan lain sebagainya. Solusi atas permasalahan ini adalah dengan melakukan pengumpulan dokumen persyaratan dan menyerahkannya kepada pihak Grab untuk difollow up lebih lanjut dan proses *onboarding* dilanjutkan secara daring. Saran bagi kegiatan serupa adalah melakukan pengumpulan dokumen persyaratan di awal dan menyerahkannya pada pihak *marketplace* sehingga proses *onboarding* dapat dilakukan sebelum pelaksanaan bimtek.



Diagram 2. Hasil Pre dan *Post-test* Peserta UMK

Terkait dengan pelaksanaan *pre-test* dan *post-test*, sebanyak 22 UMK mengisi secara lengkap. Hasil *pre-test* dan *post-test* tersaji dalam diagram 2. Perbandingan hasil kedua tes tersebut secara total menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan sebesar 5%. Hal ini dapat menjadi masukan bagi penyusunan materi sosialisasi agar tidak banyak menggunakan istilah teknis atau perundang-undangan dan menggantinya dengan istilah yang lebih mudah dipahami oleh orang awam sehingga peningkatan pengetahuan pelaku UMK dapat lebih baik.

4. Kesimpulan

Pemerintah tengah berupaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMK melalui berbagai insentif dan kemudahan, salah satunya melalui Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Percepatan Penggunaan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Koperasi dengan menetapkan alokasi 40% belanja negara untuk produk UMK dan Koperasi serta mewajibkan pengadaan pemerintah sepenuhnya secara elektronik guna memantau target alokasi tersebut. Hal ini patut didukung oleh berbagai pihak termasuk PKN STAN bekerja sama dengan Kemenparekraf selaku mitra pengmas melalui kegiatan pengabdian masyarakat berupa Bimbingan Teknis Aplikasi Bela Pengadaan bagi Usaha Mikro dan Kecil di wilayah Tangerang Selatan. Selain memperoleh materi tentang potensi menjadi penyedia pemerintah, peserta UMK juga didampingi untuk *onboarding* di salah satu *marketplace* mitra Bela Pengadaan dan terlibat dalam simulasi belanja oleh satker pemerintah. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta UMK. Kendala yang terjadi selama penyelenggaraan kegiatan adalah kendala teknis dan kurangnya alokasi waktu saat pendampingan *onboarding*. Saran bagi kegiatan serupa di masa yang akan datang adalah melakukan penyederhanaan materi teknis pengadaan dengan bahasa yang mudah dipahami orang awam serta melakukan pengumpulan dokumen persyaratan sebelum penyelenggaraan bimtek sehingga proses *onboarding* dapat selesai sebelum bimtek dan materi pendampingan dapat diarahkan pada pengoperasian fitur-fitur dalam *marketplace*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, khususnya Direktorat Pemasaran Ekonomi Kreatif yang telah memberikan dukungan finansial maupun nonfinansial sehingga kegiatan ini dapat terselenggara dengan baik.

Referensi

- Bappenas. (2020). *Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 Terhadap UMKM: Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia*.
- Budiarty, I., Emalia, Z., Herlina Sitorus, N., Maimunah, E., Ekonomi Pembangunan, J., & Lampung, U. (2022). Penerapan Digitalisasi UMKM di Dusun Peninjauan Desa Bumi Agung Tegineneng Menghadapi Era "Less Contact Economy" pada Masa Setelah Covid-19. *Prosiding Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, Dan Komunitas*, 2(6), 28–39. <https://doi.org/10.35912/STABEK.V1I6.43>
- Burger, N., Chazali, C., Gaduh, A., & Rothenberg, A. (2015). *Reforming policies for small and medium-sized enterprises in Indonesia*. http://www.tnp2k.go.id/images/uploads/downloads/Reforming%20SMEs_0529_lowres_final.pdf
- Delloitte Access Economics. (2015). UKM pemicu kemajuan Indonesia. *Instrumen Pertumbuhan Nusantara*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf>
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2021). *DIGIPay & Marketplace*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi-umum/publikasi-djpb/digipay-marketplace.html>
- Ekasari, A., Siagian, V., Matusin, A. R., Nilawati, Y. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Trisakti, U., Barat, J., & Mengabdi, J. N. (2021). Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.35912/JNM.V1I1.561>
- Hirmantono, A., Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I., & Tadulako, U. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus UMKM di Kawasan Pondok Pesantren Darul 'Ulum Jombang. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 43–48. <https://doi.org/10.35912/JBPD.V1I1.452>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pegembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX*, 9(1).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Perkembangan Data Usaha UMKM dan Usaha Besar Tahun 2018-2019*. <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. (2022). *Sosialisasi Toko Daring*.
- Normanyo, S. S., Ansah, J., & Asante, D. (2016). The public procurement market as a platform for SME and national economic growth. *European Journal of Logistics, Purchasing and Supply Chain Management*, 4(4), 26–42.n
- Intan, N. (2022, June 3). *Pemerintah Target Belanja Produk Dalam Negeri senilai Rp 400 Triliun*. *Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/rcwr6y349/pemerintah-target-belanja-produk-dalam-negeri-senilai-rp-400-triliun>
- Rahmawati, D., Antoni, D., Informatika, M., Bina Darma, U., & Selatan, S. (2021). Faktor-faktor UMKM dalam Mengadopsi E-Market di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 13–31. <https://doi.org/10.35912/JBPD.V1I1.455>
- Sundah, P., Adeline, C., & Purba, H. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Langkah Mewujudkan Pemulihan dan Resiliensi Pelaku Usaha di Masa Pandemi. *Prosiding-Pkmcsr.Org*. <http://www.prosiding-pkmcsr.org/index.php/pkmcsr/article/view/1228>
- Suryanto, R., Muhammadiyah Yogyakarta, U., & Teknologi Yogyakarta, U. (2022). Kajian UMKM Naik Kelas di Kabupaten Sleman Tahun 2020. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 127–139. <https://doi.org/10.35912/JAKMAN.V3I2.1039>
- Wijoyo, H., Kahuripan, W., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Pandemi COVID-19. *Conference.Kahuripan.Ac.Id*. <https://conference.kahuripan.ac.id/index.php/SNapan/article/view/10>