https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

OPTIMALISASI PENJUALAN UMKM DUKUH DERMO MELALUI PELATIHAN OPEN PRE-ORDER BERBASIS PEMASARAN DIGITAL

Budi Setyanta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Yogyakarta
Email: budi@janabadra.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan melalui penerapan sistem open pre-order, yaitu pemesanan dibuka dalam periode tertentu dan pemenuhan dilakukan berdasarkan pesanan yang sudah terkumpul. Kegiatan dilaksanakan di Dusun Dermo, Kalurahan Merdikorejo, Kapanewon Tempel, Sleman, wilayah penghasil salak dan cabai yang kerap menghadapi permintaan musiman serta risiko produk tidak terserap. Program dijalankan melalui pelatihan partisipatif berbasis praktik. Kegiatan diawali dengan koordinasi dan pemetaan singkat kondisi usaha peserta, termasuk produk, kapasitas, dan kebiasaan pemasaran. Materi dan perangkat kerja kemudian disiapkan secara ringkas agar mudah diterapkan. Pelatihan dilaksanakan melalui penguatan konsep open pre-order, praktik menyusun penawaran (varian, harga, kuota, dan periode pemesanan), pembuatan kampanye promosi sederhana, penyusunan SOP transaksi, serta simulasi alur pemesanan sampai pemenuhan. Program dilanjutkan dengan pendampingan singkat untuk uji coba satu siklus open pre-order. Hasil kegiatan menunjukkan peserta mampu menyusun rancangan open pre-order yang operasional, menghasilkan paket promosi yang siap pakai, serta membangun SOP dan format rekap yang membuat transaksi lebih tertata. Pendekatan ini membantu peserta mengurangi ketidakpastian permintaan dan memperbaiki perencanaan produksi secara lebih realistis.

Kata kunci: *UMKM, Pre-Order, Pelatihan Partisipatif, Pemasaran Digital*

PENDAHULUAN

UMKM memegang peran krusial dalam struktur perekonomian Indonesia karena kontribusinya terhadap PDB nasional berada di sekitar 61% (Junaidi, 2024). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM—terutama pada aspek pemasaran—berpotensi menghasilkan dampak ekonomi yang nyata bagi rumah tangga dan penguatan ekonomi komunitas (BRIN, 2025).

Walaupun peluang pasar semakin terbuka, transformasi pemasaran UMKM masih menghadapi hambatan yang berulang, terutama keterbatasan literasi digital dan rendahnya adopsi teknologi (Lisnawati, 2023). Kesenjangan ini sering berkaitan dengan faktor pendukung lain seperti kesiapan infrastruktur, akses modal untuk penguatan proses bisnis, hingga legalitas dan tata kelola usaha yang belum merata (BRIN, 2025).

Pada saat yang sama, kondisi lingkungan eksternal menunjukkan kesiapan pasar yang semakin mendukung pemasaran digital karena jumlah pengguna internet Indonesia pada 2025 mencapai 229.428.417 jiwa dengan penetrasi 80,66%, dan Pulau Jawa menjadi wilayah dengan penetrasi tertinggi (Haryanto, 2025). Situasi tersebut menandakan bahwa kanal digital, yang termasuk media sosial dan aplikasi pesan, semakin relevan untuk promosi dan transaksi, tetapi

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

efektivitasnya tetap bergantung pada kemampuan UMKM dalam mengelola strategi pemasaran secara terarah (Lisnawati, 2023).

Dalam konteks Kabupaten Sleman, penguatan UMKM menjadi agenda yang realistis dan berdampak luas karena terdapat basis data/pemetaan UMKM daerah yang menggambarkan besarnya ekosistem pelaku usaha (Pemkab Sleman, n.d.). Pemerintah daerah juga mendorong program UMKM naik kelas melalui pendampingan yang menekankan penguatan kapasitas kelembagaan dan sumber daya manusia usaha (Kurniawan, 2024). Dengan demikian, intervensi yang aplikatif, berbiaya relatif rendah, serta mudah direplikasi, khususnya pada aspek pemasaran sehingga menjadi relevan untuk menjawab kebutuhan pengembangan UMKM di Sleman (Pemkab Sleman, n.d.).

Pada level strategi, model pemasaran berbasis *open pre-order* memiliki dasar teoritis yang kuat karena mekanisme *pre-order* memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi permintaan lebih awal untuk mendukung perencanaan produksi dan persediaan, sekaligus membuka ruang pengelolaan harga serta waktu penjualan (Li et al., 2013). Namun, strategi *pre-order* perlu ditopang tata kelola yang jelas—misalnya komitmen harga, ketentuan pembayaran, serta jadwal produksi/pengiriman—karena perilaku konsumen yang menunda pembelian dapat memengaruhi efektivitas strategi tersebut (Choy, 2024).

Kegiatan sosialisasi di Dusun Dermo, Kalurahan Merdikorejo, Kapanewon Tempel, Sleman menjadi semakin kontekstual karena wilayah Sleman dikenal sebagai kawasan sentra salak, termasuk Tempel sebagai salah satu wilayah produksi (Pemkab Sleman, n.d.).

Dalam praktiknya, komoditas salak juga menghadapi persoalan pemasaran dan fluktuasi harga saat panen raya, sehingga diperlukan pendekatan pemasaran yang membantu membangun kepastian permintaan sejak awal (Pramono, 2025). Selain itu, Sleman merupakan salah satu sentra produksi cabai dan Tempel termasuk wilayah sentra, sehingga penguatan strategi pemasaran komoditas/produk olahan turunannya menjadi relevan bagi keberlanjutan usaha skala mikro di tingkat lokal (Pranyoto, 2023).

Berdasarkan rangkaian kondisi tersebut, sosialisasi Optimalisasi Pemasaran UMKM melalui Sistem Open Pre-Order: Peluang & Strategi untuk Meningkatkan Penjualan layak dilakukan karena menjembatani peluang pasar digital dengan kebutuhan peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara praktis (Haryanto, 2025).

Di saat yang sama, pendekatan *open pre-order* memberikan kerangka operasional yang membantu UMKM mengurangi ketidakpastian permintaan, memperbaiki perencanaan produksi, serta meningkatkan peluang penjualan yang lebih stabil, khususnya pada konteks komoditas lokal seperti salak dan cabai (Pramono, 2025; Pranyoto, 2023).

METODE

Metode pelaksanaan program ini disusun sebagai pelatihan partisipatif yang berorientasi pada praktik di Dusun Dermo, Kalurahan Merdikorejo, Kapanewon Tempel, Sleman. Pendekatan partisipatif dipilih karena peserta merupakan pembelajar dewasa yang lebih efektif ketika materi terkait langsung dengan masalah kerja harian (CDC, 2024). Pelatihan diarahkan agar UMKM mampu mengoptimalkan pemasaran melalui sistem *open pre-order*. Sistem ini dipahami sebagai mekanisme penjualan yang membuka pemesanan dalam periode tertentu, lalu produksi dan pemenuhan dilakukan berdasarkan pesanan yang sudah terkumpul

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

(Li et al., 2013). Kerangka ini relevan bagi UMKM karena dapat menekan ketidakpastian permintaan dan membantu keputusan produksi menjadi lebih terukur.

Program juga diposisikan sebagai penguatan kapasitas ekonomi masyarakat, mengingat UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB nasional sehingga perbaikan pada sisi pemasaran berpotensi berdampak luas (Junaidi, 2024). Tahap awal dimulai dari koordinasi kelembagaan di tingkat lokal. Koordinasi dilakukan dengan perangkat dusun dan kalurahan, serta perwakilan kelompok usaha. Tujuannya untuk memastikan dukungan sosial dan administratif. Tujuannya juga untuk menyepakati jadwal dan tempat pelatihan. Mekanisme ini penting agar pelatihan tidak berjalan sebagai kegiatan yang terpisah dari ritme sosial setempat. Pada tahap yang sama, tim melakukan pemetaan singkat kondisi UMKM peserta. Pemetaan bersifat cepat namun terarah. Data yang dihimpun meliputi jenis produk, kapasitas produksi, cara penjualan, serta kanal promosi yang biasa dipakai. Pemetaan juga menelusuri hambatan yang paling sering muncul. Hambatan tersebut sering terkait rendahnya adopsi teknologi dan literasi digital, sehingga promosi digital belum optimal dan transaksi belum tertata (Lisnawati, 2023). Temuan pemetaan kemudian digunakan untuk menentukan fokus materi. Temuan itu juga membantu membagi peserta dalam kelompok kecil berdasarkan kemiripan produk dan pola usaha.

Konteks wilayah menjadi bagian penting dari desain metode. Tempel dikenal sebagai salah satu wilayah produksi salak di Sleman (Pemkab Sleman, n.d.). Kondisi komoditas tersebut membuat UMKM rentan pada gejolak harga dan tekanan pemasaran saat panen. Hal itu dapat mengurangi posisi tawar produsen. Situasi seperti ini menguatkan kebutuhan strategi penjualan yang membangun kepastian permintaan lebih awal (Pramono, 2025). Selain itu, Sleman juga merupakan sentra cabai dan terdapat aliran distribusi cabai dari Sleman ke wilayah lain (Media Center Sembada, 2023). Karakter cabai yang mudah rusak dan fluktuatif memperkuat urgensi pengelolaan waktu penjualan, ritme pemenuhan, serta komunikasi pesanan yang rapi. Karena itu, pelatihan tidak hanya menekankan promosi, tetapi juga tata kelola transaksi dan operasional.

Setelah pemetaan selesai, tim menyiapkan perangkat pelatihan yang bersifat ringkas dan aplikatif. Materi disusun dalam modul pendek. Modul memuat konsep *open pre-order* dan alasan strategisnya untuk UMKM (Li et al., 2013). Modul juga memuat cara merancang penawaran, cara menyusun konten, dan cara menata alur pesanan. Perangkat kerja ikut disiapkan agar peserta bisa langsung praktik. Perangkat ini berupa template kalender PO, format katalog produk, format rekap pesanan, serta rancangan SOP pelayanan. Perangkat dibuat seragam agar mudah dipandu dalam kelas. Pilihan ini juga mengikuti prinsip pelatihan orang dewasa yang menekankan kejelasan tugas dan relevansi alat kerja (CDC, 2024). Pada tahap ini, tim dapat menyiapkan pre-test singkat. Pre-test digunakan untuk memetakan pengetahuan awal peserta. Instrumen dibuat sederhana agar tidak membebani peserta.

Pelaksanaan pelatihan disusun dalam alur yang bergerak dari pemahaman menuju tindakan. Struktur ini mengikuti prinsip pembelajaran berbasis pengalaman. Prinsipnya ialah peserta mencoba, merefleksi, merumuskan konsep, lalu menguji kembali melalui praktik (Kolb, 1984). Sesi pertama diarahkan untuk membangun pemahaman bersama tentang *open pre-order*. Peserta diajak membedakan penjualan stok siap dengan penjualan berbasis pesanan. Peserta membahas kapan *open pre-order* lebih sesuai.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Peserta juga membahas risiko yang mungkin muncul. Pada sesi ini, fasilitator menekankan fungsi kunci pre-order, yaitu memberi informasi permintaan di muka. Informasi tersebut membantu produksi lebih tepat dan mengurangi sisa stok (Li et al., 2013).

Materi juga menekankan pentingnya aturan main. Aturan main diperlukan karena perilaku konsumen dapat bersifat strategis, misalnya menunggu waktu tertentu sebelum membeli. Karena itu, periode PO, ketentuan pembayaran, dan batas perubahan pesanan perlu dirumuskan sejak awal Setelah konsep dipahami, peserta masuk ke praktik merancang penawaran. Praktik ini menuntun peserta menyusun produk PO yang operasional. Peserta menentukan varian, ukuran, dan harga. Peserta menetapkan kuota bila diperlukan. Peserta menetapkan jadwal buka dan tutup PO. Peserta juga menetapkan jadwal produksi dan pemenuhan. Rangkaian keputusan ini dibuat sederhana. Namun tetap logis. Peserta didorong memilih paket yang realistis dengan kapasitasnya. Peserta juga didorong menghubungkan penawaran dengan konteks lokal. Pada komoditas salak, misalnya, penawaran bisa berbentuk paket sortir premium atau paket campuran untuk pasar keluarga (Pemkab Sleman, n.d.). Pada cabai, penawaran bisa dibentuk sebagai paket kiloan dengan jadwal kirim yang jelas (Media Center Sembada, 2023). Fokusnya ialah membangun kejelasan bagi pembeli. Fokusnya juga membangun kepastian bagi produsen.

Sesi berikutnya memusatkan perhatian pada implementasi pemasaran digital yang realistis untuk UMKM desa. Relevansinya didukung oleh tingkat penetrasi internet yang telah melampaui 80% pada 2025 (Wafa, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi dan komunikasi pesanan melalui gawai semakin masuk akal.



Gambar Pelaksanaan Pelatihan Optimalisasi Penjualan

Pelatihan kemudian memprioritaskan kanal yang paling dekat dengan keseharian peserta. WhatsApp Business menjadi pilihan utama karena mudah diakses dan cocok untuk transaksi berbasis percakapan. Pada bagian praktik, peserta diarahkan membuat katalog produk agar informasi harga dan varian tampil rapi. Peserta juga diajarkan menggunakan label untuk menandai status pelanggan dan status pesanan. Penggunaan label membantu ketertiban pengelolaan order. Selain WhatsApp, peserta dapat memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan. Namun fokus tetap pada kanal yang bisa dijalankan konsisten.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Pelatihan konten disusun secara sederhana agar dapat dilakukan oleh UMKM dengan sumber daya terbatas. Peserta membuat poster satu halaman. Peserta menyusun caption pendek. Peserta menulis ajakan tindakan yang jelas. Peserta menyertakan periode PO dan batas kuota bila ada. Peserta juga menyiapkan format order yang seragam. Format ini memudahkan rekap. Format ini juga meminimalkan salah paham. Pada akhir sesi ini, setiap peserta ditargetkan menghasilkan satu paket kampanye yang siap tayang. Paket minimal terdiri dari materi visual, *caption*, dan jadwal unggah. Paket juga mencakup format pemesanan dan nomor kontak. Luaran ini sengaja dibuat konkret. Tujuannya agar pelatihan tidak berhenti pada wacana (Kolb, 1984).

Setelah aspek promosi, pelatihan bergeser ke tata kelola transaksi dan operasi. Peserta menyusun SOP singkat yang memandu alur kerja. SOP memuat alur menerima pesanan. SOP memuat alur konfirmasi pembayaran. SOP memuat alur rekap dan penjadwalan produksi. SOP juga memuat skema pengiriman atau pengambilan. SOP dipandang sebagai alat pengendalian risiko. Hal ini penting untuk komoditas segar yang sensitif waktu dan kualitas (Media Center Sembada, 2023). Pada bagian ini, peserta juga membahas standar mutu dasar. Standar mutu mencakup sortasi, kebersihan, dan kemasan. Pembahasan disesuaikan dengan karakter salak dan cabai (Pemkab Sleman, n.d.). Setelah SOP tersusun, peserta melakukan simulasi transaksi. Simulasi mempraktikkan alur dari promosi hingga pemenuhan.

Simulasi membantu peserta melihat titik rawan. Simulasi juga membantu memperbaiki SOP sebelum dijalankan di lapangan. Tahap pascapelatihan dilakukan melalui pendampingan singkat agar terjadi transfer praktik. Pendampingan berlangsung sekitar dua hingga empat minggu. Fokusnya ialah menjalankan satu siklus *open pre-order* perdana. Minggu awal digunakan untuk finalisasi kanal dan konten. Minggu berikutnya digunakan untuk membuka PO. Minggu berikutnya dipakai untuk evaluasi dan perbaikan. Pendampingan dapat dilakukan melalui klinik singkat atau grup WhatsApp. Pola ini dipilih karena hemat biaya dan sesuai ritme UMKM. Pendampingan juga memudahkan pemantauan data sederhana, seperti jumlah pesanan, pembatalan, dan ketepatan jadwal.

Evaluasi program disusun agar tidak hanya mengukur kepuasan peserta, tetapi juga perubahan perilaku dan hasil. Kerangka yang digunakan mengikuti model evaluasi pelatihan empat level. Model ini menilai reaksi, pembelajaran, perilaku, dan hasil (Smidt et al., 2009). Pada level pembelajaran, post-test singkat dapat dipakai untuk melihat peningkatan pemahaman. Pada level perilaku, indikatornya ialah apakah peserta benar-benar membuka PO dan menggunakan perangkat kerja. Pada level hasil, indikatornya bisa berupa nilai penjualan siklus pertama dan ketertiban rekap pesanan. Data hasil kemudian digunakan untuk menyusun rekomendasi. Rekomendasi diarahkan pada penyesuaian harga, penajaman konten, dan penyederhanaan SOP. Program juga dapat memanfaatkan ekosistem data UMKM daerah sebagai dukungan keberlanjutan, sehingga praktik yang terbentuk lebih mudah ditautkan ke pembinaan local (Pemkab Sleman, n.d.).

Pada akhirnya, metode pelaksanaan ini menempatkan pelatihan sebagai proses yang berujung pada produk kerja. Setiap peserta ditargetkan membawa pulang kampanye *open pre-order* yang siap dijalankan. Setiap peserta juga ditargetkan memiliki SOP yang ringkas dan dapat diikuti. Dengan kerangka ini, UMKM di Dusun Dermo diharapkan memiliki cara pemasaran yang lebih terarah dan lebih terukur. Harapannya, komoditas lokal seperti salak dan cabai dapat

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

dipasarkan dengan kepastian yang lebih baik. Dampak yang diinginkan ialah meningkatnya stabilitas penjualan dan membaiknya perencanaan produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan membawa perubahan nyata pada cara peserta memaknai pemasaran. Peserta mulai memahami perbedaan antara penjualan berbasis stok siap dan penjualan berbasis *open pre-order*. Peserta juga menangkap gagasan kuncinya. Permintaan dapat "dikunci" lebih dulu. Produksi tidak harus selalu mendahului penjualan. Pemahaman ini terasa relevan bagi banyak pelaku usaha. Sebelumnya mereka sering berjualan sambil menunggu pembeli datang. Pola itu kerap memicu ketidakpastian. Stok bisa tersisa. Produk segar pun berisiko turun mutu.

Hasil yang paling terlihat muncul pada luaran kerja peserta. Setiap peserta menyusun rancangan *open pre-order* yang dapat langsung dijalankan. Rancangan itu memuat pilihan produk, variasi ukuran, dan penetapan harga. Rancangan juga memuat kuota bila diperlukan. Periode buka dan tutup pemesanan dibuat jelas. Jadwal produksi dan jadwal pemenuhan turut ditentukan. Dengan rancangan ini, aktivitas usaha menjadi lebih terukur. Peserta tidak lagi memproduksi lalu berharap laku. Peserta mulai merencanakan produksi dari data pesanan.

Pada sisi promosi, peserta menghasilkan paket kampanye sederhana. Formatnya ringkas. Isinya mudah dipahami calon pembeli. Materi visual dibuat satu halaman. Teks promosi disusun singkat dan tegas. Format pemesanan dibuat seragam. Keseragaman ini membantu pencatatan. Keseragaman ini juga mengurangi miskomunikasi. Peserta jadi lebih percaya diri saat menawarkan produk. Peserta juga memiliki alur yang jelas saat menerima pesan dari pelanggan.

Aspek operasional ikut mengalami perbaikan. Peserta menyusun SOP ringkas untuk alur order hingga penyerahan barang. SOP memandu langkah-langkah kecil yang sering terlewat. SOP juga membantu menjaga konsistensi layanan. Hal ini penting ketika usaha dikelola bersama keluarga atau kelompok. Simulasi transaksi dalam pelatihan memberi pengalaman yang konkret. Peserta melihat titik rawan sejak awal. Misalnya keterlambatan konfirmasi. Misalnya perubahan pesanan yang datang mendadak. Misalnya pencatatan yang tidak rapi. Setelah simulasi, aturan sederhana lebih mudah disepakati.

Pembahasan menunjukkan bahwa pelatihan efektif ketika peserta memegang alat kerja yang praktis. Kalender PO, format rekap, dan template pesan mempercepat penerapan. Pendampingan pascapelatihan juga memperkuat hasil. Peserta terdorong mencoba satu siklus PO perdana. Hasil awal lalu dievaluasi bersama. Perbaikan dilakukan pada konten, jadwal, dan SOP. Dalam konteks Dusun Dermo yang dikenal sebagai penghasil salak dan cabai, pendekatan ini terasa tepat. Permintaan dapat disusun lebih pasti. Risiko penumpukan barang dapat ditekan. Tekanan harga saat panen pun dapat dihadapi dengan strategi yang lebih terencana. Pada akhirnya, pelatihan tidak hanya menambah pengetahuan. Pelatihan membentuk cara kerja yang lebih rapi dan lebih siap dijalankan.

.

SIMPULAN

Program pelatihan optimalisasi pemasaran UMKM melalui sistem *open pre-order* di Dusun Dermo menunjukkan bahwa strategi sederhana dapat memberi dampak nyata ketika dipahami dan dipraktikkan dengan benar.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Pelatihan membantu pelaku usaha melihat pemasaran bukan sekadar promosi, tetapi rangkaian kerja yang perlu dirancang dari awal. Peserta menjadi lebih mampu mengatur periode pemesanan, menetapkan penawaran yang jelas, serta menyiapkan alur produksi dan pemenuhan yang sesuai kapasitas.

Hasil utama program tampak pada terbentuknya perangkat kerja yang siap pakai. Peserta memiliki rancangan *open pre-order*, paket kampanye singkat, format pemesanan yang seragam, dan SOP pelayanan yang ringkas. Perangkat ini membuat transaksi lebih tertata. Risiko salah komunikasi berkurang. Perencanaan produksi pun lebih terkendali karena berbasis pesanan.

Dalam konteks wilayah penghasil salak dan cabai, pendekatan *open pre-order* menjadi relevan karena membantu mengurangi ketidakpastian saat panen dan menekan risiko produk tersisa. Pendampingan pascapelatihan memperkuat keberlanjutan karena peserta terdorong mencoba satu siklus PO, lalu memperbaiki langkah berdasarkan pengalaman. Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan bahwa penguatan UMKM dapat dimulai dari intervensi praktis, terukur, dan sesuai konteks lokal, sehingga peluang peningkatan penjualan dan stabilitas usaha menjadi lebih realistis untuk dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

BRIN. (2025). BRIN Soroti Rendahnya Adopsi Teknologi Digital oleh UMKM Indonesia. https://www.brin.go.id/news/124058/brin-soroti-rendahnya-adopsi-teknologi-digital-oleh-umkm-indonesia

CDC. (2024). STRATEGIC USE OF CONSULTANTS. Centers for Disease Control and Prevention. https://www.cdc.gov/training-development/media/pdfs/2024/04/adult-learning-principles.pdf

Choy, M. (2024). The Effect of Payment Delay on Consumer Purchase Intention. Administrative Sciences, 14(226). https://doi.org/https://doi.org/ 10.3390/admsci14090226

Haryanto, A. T. (2025). Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia 2025 Tembus 229 Juta Jiwa. DetikInet. https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa

Junaidi, M. (2024). UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT. Direktorat Jenderal Perbendaharaan. KPPN Curup. https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html

Kolb, D. A. (1984). Experiential Learning : Experience As The Source Of Learning And Experiential learning : experience as the source of learning and development. Prentice-Hall.

Kurniawan, D. (2024). Dukung UMKM Sleman Naik Kelas, Ini Program yang Dijalankan Pemkab. Harian Jogja. https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2024/08/10/512/1184224/dukung-umkm-sleman-naik-kelas-ini-program-yang-dijalankan-pemkab

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Li, C., Zhang, F., & Li, C. (2013). Advance Demand Information , Price Discrimination ,. Manufacturing & Service Operations Management, 15(1). https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/msom.1120.0398

Lisnawati. (2023). Tantangan umkm di tahun 2024. https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf

Media Center Sembada. (2023). Ketersediaan Mencukupi, Cabai Sleman Dikirim Sampai ke Jakarta. https://mediacenter.slemankab.go.id/2023/03/02/ketersediaan-mencukupi-cabai-sleman-dikirim-sampai-ke-jakarta/

Pemkab Sleman. (n.d.). Satu Data UMKM Kabupaten Sleman. Satu Data UMKM. Kabupaten Sleman. Retrieved January 16, 2026, from https://dataumkm.slemankab.go.id/newportal2

Pramono, A. Y. (2025). Harga Terendah Salak Pondoh Rp500 per Kilogram, Petani Sleman Mengeluh Kesulitan. Harian Jogja. https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2025/02/24/512/1205115/harga-terendah-salak-pondoh-rp500-per-kilogram-petani-sleman-mengeluh-kesulitan

Pranyoto, V. S. (2023). Sleman berhasil produksi cabai 11.406 ton pada 2022. ANTARA. https://www.antaranews.com/berita/3420174/sleman-berhasil-produksi-cabai-11406-ton-pada-2022

Smidt, A., Balandin, S., Sigafoos, J., & Reed, V. A. (2009). The Kirkpatrick model : A useful tool for evaluating training outcomes. Journal of Intellectual & Developmental Disability, 34(3), 266–274. https://doi.org/10.1080/13668250903093125

Wafa, I. (2025). Penetrasi internet Indonesia konsisten naik, tembus 80% pada 2025. GoodStats. https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-konsisten-naik-tembus-80-pada-2025-jSGpJ

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.