E-ISSN 3047-3594

Vol: 02 No. 2

DOI: https://doi.org/10.33830/g-jpm.v2i1

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DI DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGA TIGA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Eli Budi Santoso[1], Agus Iskandar[2], Agus Suprijanto[3], Sri Ismulyaty[4], Whika Febria Dewatisari [5], Firman Yusuf Abdurrahman[6]

Program Studi Akuntansi Keuangan Publik Universitas Terbuka[1]
Program Studi Ilmu Hukum Universitas Terbuka[2]
Program Studi Pendidikan Anak Usia Dini Univeristas Terbuka[3]
Program Studi Manajemen Universitas Terbuka[4]
Program Studi Biologi Universitas Terbuka[5]
Universitas Terbuka Bandar Lampung[6]

email : elibudisantoso@ecampus.ut.ac.id[1]

Article History:

Received : 11-08-2025 Accepted: 01-09-2025 Publish: 15-09-2025

Abstract

The concept of business incubation, which first emerged in the 1970s in the United States and Europe, introduced a model of modern business development. In recent years, this concept has expanded to developing and non-Western countries. The Community Service Program of Universitas Terbuka Bandar Lampung in Surya Mataram Village was designed to provide assistance, mentoring, and knowledge transfer in the areas of marketing strategies, cost–benefit analysis, and business planning for micro and small enterprises. The program seeks to enhance community income by strengthening entrepreneurial capacity, reducing unemployment and poverty, and supporting both national and local government initiatives in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) for the period 2015–2030. The expected benefits of this community service activity include fostering the emergence of new small-scale entrepreneurs, improving the local business climate, and promoting the growth of micro and small enterprises. The outcomes of the program indicate an increase in entrepreneurial interest as well as growth in the number of micro and small entrepreneurs in Surya Mataram Village.

Keywords: Business Incubation, Marketing Strategy, Micro and Small Enterprises

Abstrak

Konsep inkubasi bisnis yang muncul pada tahun 1970an di Amerika dan Eropa memberikan model bisnis modern. Saat ini konsep incubator bisnis tumbuh di negara berkembang dan negara-negara non barat. Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung di Desa Surya Mataram adalah memberikan pendampingan, pembimbingan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran, analisis perhitungan biaya dan keuntungan produk usaha mikro dan kecil yang akan diusahakan oleh masyarakat dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan berusaha, mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan serta mendukung menyukseskan program pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (SDG) tahun 2015 – 2030. Manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung adalah mendorong timbul dan lahirnya pengusaha-pengusaha kecil baru, meningkatkan iklim berusaha dan pengembangan usaha mikro dan kecil. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat berwirausaha dan peningkatan jumlah pengusaha mikro dan kecil di Desa Surya Mataram.

Kata Kunci : Inkubasi, Strategi Pemasaran, Usaha Mikro Kecil

PENDAHULUAN

Saat ini dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat dan masif serta kondisi perekonomian yang mengalami ketidakpastian, tingginya tingkat pengangguran di desa maupun di kota dapat menimbulkan permasalahan-permasalahan sosial yang tentunya akan merugikan pemerintah dan masyarakat apabila tidak segera diatasi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kondisi tersebut dapat dilihat dari Jumlah penduduk miskin diperkotaan dan diperdesaan di Provinsi Lampung. Menurut data BPS Provinsi Lampung adalah sebanyak 970,67 ribu penduduk miskin atau prosentasi penduduk miskin sebesar 11, 11 %. Sedangkan menurut data BPS Kabupaten Lampung Timur jumlah penduduk miskin di Kabupaten Lampung Timur per Oktober 2023 adalah sebesar 148,26 ribu penduduk miskin atau prosentase penduduk miskin sebesar 13,80%. Berita Resmi Statistik BPS Kabupaten Lampung Timur mencatat bahwa pada bulan Januari 2024 terjadi *inflasi year on year* Kabupaten Lampung Timur sebesar 5,39 % yang disebabkan adanya kenaikan harga delapan indeks kelompok pengeluaran, yaitu kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 11,51%, kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 7, 58, kelompok perumahan, air, listrik dan bahan bakar rumah tangga menyumbang inflasi sebesar 0,47%, kelompok perlengkapan, peralatan dan pemeliharaan rutin rumah tangga sebesar 1,53%, kelompok kesehatan sebesar 0,86%, kelompok informasi komunikasi dan jasa keuangan sebesar 0,11 %, kelompok rekreasi olahraga dan budaya sebesar 1,24%, kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya adalah sebesar 2,34%. Selanjutnya kelompok yang

memberikan andil inflasi *year to year* pada bulan Januari 2024 adalah beras, bawang putih, ikan lele, tomat, daging ayam, gula pasir, kacang panjang, cabai merah, eskrim, kopi, baju, celana jeans.

Sementara itu berkaitan dengan jumlah penduduk miskin, data dari BPS menunjukkan bahwa jumlah penduduk miskin pada September 2022 sebesar 26,36 juta orang, meningkat 9,57%. Persentase penduduk miskin perkotaan pada Maret 2022 sebesar 7,50 persen, naik menjadi 7,53 persen pada September 2022. Sementara persentase penduduk miskin perdesaan pada Maret 2022 sebesar 12,29 persen, naik menjadi 12,36 persen pada September 2022. Garis Kemiskinan pada September 2022 tercatat sebesar Rp535.547,00/kapita/bulan dengan komposisi Garis Kemiskinan Makanan sebesar Rp397.125,00 (74,15 persen) dan Garis Kemiskinan Bukan Makanan sebesar Rp138.422,00 (25,85 persen). Pada September 2022, secara rata-rata rumah tangga miskin di Indonesia memiliki 4,34 orang anggota rumah tangga. Dengan demikian, besarnya Garis Kemiskinan per rumah tangga miskin secara rata-rata adalah sebesar Rp2.324.274,00/rumah tangga miskin/bulan. Inflasi mengakibatkan harga–harga mengalami kenaikan, oleh karena itu dibutuhkan upaya-upaya nyata untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di Desa Surya Mataram melalui penumbuhan UMKM. Menurut (Atmaja 2023) model-model penumbuhan UMKM antara lain melalui (1) model waralaba, (2) model kemitraan, (3) program inkubator bisnis, dan (4) pola pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dan sekolah kejuruan yang dikembangkan oleh instansi pemerintah maupun non-pemerintah.

Program Inkubasi bisnis telah diadopsi sebagai instrumen kebijakan untuk pengembangan kewirausahaan, bertujuan untuk meningkatkan jumlah perusahaan baru dan memenuhi kebutuhan mereka pada tahap awal yang rentan (Grimaldi dan Grandi, 2005; McAdam dan Marlow, 2007; Dee et al., 2011; UKBI, 2012). (Rahman et al. 2023). Saat ini konsep inkubator bisnis tumbuh di negara berkembang dan negara-negara non barat. Inkubasi bisnis merupakan tuntutan dari *the new economy global*, yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi; adanya deregulasi dan globalisasi. Perubahan tersebut memaksa adanya perubahan pada setiap pelakunya mulai dari skala negara, perusahaan/ organisasi, dan individu. (Wajdi et al. 2020). Inkubasi adalah proses pembinaan bagi Usaha Kecil dan atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh Inkubator Bisnis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha, pengembangan usaha dan dukungan manajemen serta teknologi (Amalia

P, 2024). (Alfian A, et al. 2023) menuliskan bahwa Kegiatan usaha pada umumnya merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pihak-pihak yang membutuhkan (Ebert & Griffin, 2018). Sejak dimulainya inkubator bisnis pertama, Batavia Industrial Center di New York pada tahun 1959, konsep dan penjabarannya dengan cepat menyebar sebagai infrastruktur fisik tidak hanya di Amerika Serikat, tetapi juga di seluruh dunia. Daya tarik internasionalnya didorong oleh sejumlah studi penelitian yang menyoroti potensi inkubasi bisnis sebagai sarana pengembangan ekonomi (Smilor dan Gill, 1986; Lumpkin dan Ireland, 1988; Campbell, 1989; Bearse, 1993; NBIA, 1996; OECD, 1999; Lee dan Osteryoung, 2004; Peters et al., 2004; Bergek dan Norrman, 2008; URS, 2010; UKBI, 2012).

Lebih lanjut, terdapat kriteria yang harus dipenuhi oleh usaha mikro dan kecil yaitu sebagai berikut :

A. Kriteria usaha mikro, yaitu Jenis barang/komoditi yang diproduksi dan diperjualbelikan tidak tetap sewaktu-waktu dapat berganti. Tempat usaha tidak tetap sewaktu-waktu dapat pindah tempat. Pelaku usaha belum memiliki jiwa entrepeneur yang siap dan memadai. Tenaga kerja yang dipekerjakan rata-rata memiliki tingkat pendidikan relatif rendah Belum banyak akses kepada lembaga perbankan, namun sebagian sudah bisa mengakses ke lembaga keuangan non bank (LKNB) seperti koperasi. "Contoh: warung kelontong, pedagang kaki lima, pedagang di pasar, dan lain sebagainya."
B. Kriteria usaha kecil yaitu Jenis barang/komoditi yang diproduksi dan diperjualbelikan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. Tempat usaha atau domisilinya sudah menetap tidak berpindah-pindah. Memiliki sistem administrasi keuangan yang cukup memadai, meskipun masih sederhana. Sudah membuat neraca usaha. Pelaku usaha memiliki pengalaman yang cukup memadai dalam bidang entreneurship. Sudah memiliki akses ke perbankan maupun LKNB dalam keperluan untuk mendapatkan bantuan permodalan. Contoh: pedagang di pasar grosir (agen) dan jenis pedagang lainnya.

Menurut (Gloria et.al 2023), keberadaan inkubator bisnis sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan UMKM (Ogutu dan Kihonge, 2016), yang dapat menciptakan wirausaha baru yang berdaya saing, tangguh, kreatif, dan professional. Menyadari pentingnya peranan inkubator bisnis tersebut, maka perlu dilakukan

pengembangan terhadap aktivitas pendampingannya agar dihasilkan wirausaha yang berdaya saing (Mubaraki, 2011).

Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Mayarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung di Desa Surya adalah untuk memberikan pendampingan, pembimbingan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran, analisis perhitungan biaya dan keuntungan produk usaha mikro dan kecil yang akan diusahakan oleh masyarakat dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai upaya meningkatkan kemampuan berusaha, mengurangi tingkat pengangguran, kemiskinan di Desa Surya Mataram, serta mendukung dan menyukseskan program pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) tahun 2015 – 2030.

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung memberikan solusi atas fenomena dengan memberikan kegiatan inkubasi usaha mikro dan kecil melalui pembimbingan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran, analisis perhitungan biaya dan keuntungan serta penguatan sarana pemasaran usaha mikro dan kecil. Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka, diharapkan dapat mendorong timbul dan lahirnya pengusaha-pengusaha baru, meningkatkan iklim berusaha dan pengembangan usaha mikro dan kecil, meningkatkan kualitas produk usaha mikro kecil serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia terdidik di Desa Surya Mataram. Sasaran program pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung di Desa Surya Mataram ditujukan terhadap warga masyarakat di Desa Surya Mataram yang memiliki kemauan untuk berusaha dan meningkatkan taraf hidup dan pendapatan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode inkubasi, yaitu metode yang digunakan untuk mendorong UMKM lebih berdaya saing dengan fokus mendorong pertumbuhan (usaha) mikro kecil dan menengah melalui pendanaan produktif berupa bantuan modal kerja dan pendampingan serta pembinaan dalam aspek pemasaran dan pengembangan produk usaha mikro dan kecil, dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut :

1. Tahapan Perencanaan, dalam tahapan ini dilakukan studi dan analisis kebutuhan mitra untuk melanjutkan program pengabdian masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung yang telah dilakukan pada tahun sebelumnya.

2. Tahapan Pelaksanaan, dalam tahapan ini dilakukan kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung yang bentuknya adalah kegiatan pembimbingan dan penguatan serta pendampingan secara teknis mengenai strategi pemasaran untuk usaha mikro dan kecil, termasuk bagaimana menganalisis dan menghitung biaya dan keuntungan usaha yang akan dilaksanakan oleh pelaku usaha mikro dan kecil. Setelah kegiatan dilaksanakan dilanjutkan dengan pemberian bantuan modal sarana bisnis berupa gerobak usaha untuk kelompok usaha mikro kecil dan menengah di desa Surya Mataram, yang didistribusikan untuk setiap dusun mendapatkan satu unit gerobak usaha dan satu unit gerobak usaha untuk kelompok anak muda atau milenial yaitu kelompok karang taruna.
3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi, pada tahapan ini akan dievaluasi kemajuan dan capaian hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung di Desa Surya Mataram, apakah kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung dapat memberikan manfaat dan dampak ekonomi yang positif terhadap masyarakat di Desa Surya Mataram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim dari Universitas Terbuka menyampaikan materi tentang strategi pemasaran, *marketing mix* dan *analisis break even point* sedangkan narasumber dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lampung Timur menyampaikan kebijakan pemerintah daerah dibidang UMKM dan peluang pasar UMKM. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dan dievaluasi bersama oleh Tim Pelaksana, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berhasil meningkatkan minat berusaha masyarakat dengan membuka gerai dan tempat – tempat usaha dengan media bantuan gerobak yang diberikan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka.

Inkubator bisnis sebagai salah satu model penumbuhan unit usaha baru memiliki kelebihan tersendiri, yaitu UMKM binaan/calon pengusaha dididik untuk menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif (Syarif 2009). Menurut Fara dan Nurul (2024) Inkubator bisnis merupakan program pemberdayaan yang ditujukan kepada *entrepreneur* sebagai perusahaan berskala kecil (*tenant*) agar dapat memiliki organisasi dan manajemen keuangan yang lebih terarah sehingga optimal dalam meraih profit secara lebih cepat dan berkelanjutan.



Gambar 1 Kegiatan Pemberian Materi Marketing Mix



Gambar 2. Kegiatan Pemberian Materi Kebijakan UMKM

Regulasi dan Kebijakan Pemerintah di Bidang UMKM

Pemerintah sangat berkepentingan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk perlindungan dan pemberdayaan serta pengembangannya dengan mengeluarkan kebijakan dan regulasi-reguasi antara lain adalah Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021- 2024, Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 24 Tahun 2015 tentang Norma, Standar, Prosedur dan Kriteria Penyelenggaraan Inkubator Wirausaha, Peraturan Menteri Koperasi dan UKM nomor 3 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang

Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha. Mikro, Kecil, dan Menengah.

Indikator Keberhasilan Bisnis

Menurut Purwanto (2020) dalam Fara dan Nurul (2024), terdapat lima indikator keberhasilan bisnis, yaitu kinerja keuangan meliputi laba atau keuntungan yang dapat dicapai dan produktivitas bisnis tersebut, kebutuhan pelanggan, kualitas produk dan jasa serta inovasi dan kreativitas. Kreativitas merupakan cara berpikir dan berperilaku yang berbeda dan baru. Kreativitas selalu dihubungkan dengan inovasi; yang merupakan pendekatan dan pilihan baru sebagai hasil dari kreativitas kegiatan. Kelima adalah komitmen karyawan. Lebih lanjut Menurut Harjadi dan Fatmasari (2015), terdapat tiga kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yaitu: menyediakan barang atau jasa; mencari keuntungan dan Bersaing. Semua bisnis yang dilakukan berupaya mencari keuntungan melalui persaingan dengan bisnis bisnis lainnya. Persaingan yang dilakukan tidak hanya untuk mendapatkan sumber-sumber input namun juga ditentukan oleh perubahan-perubahan produk dan teknik produksi yang lebih baik dari pesaing.



Gambar 3. Kegiatan Pemberian Bantuan Gerobak Usaha

Strategi Pemasaran dan Marketing Mix

Strategi pemasaran produk adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat, sehingga penjualan akan meningkat. Sederhananya, *marketing* atau pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mencapai target tertentu. Strategi pemasaran yang terintegrasi dengan baik dan dipadukan dengan posisi target yang terukur dapat memberikan keunggulan bersaing yang signifikan.

Pemilihan posisi target yang cerdas juga memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan karakteristik unik dari setiap pasar, menciptakan relevansi lokal dan global secara bersamaan (Ulfah, et al 2024). Pada tahun 1960-an, pemasar Amerika, E. Jerome McCarthy, menyediakan kerangka kerja melalui bauran pemasaran: 4 P. 4P termasuk Harga, Promosi, Produk dan Tempat. Menurut McCarthy, pemasar dapat menyusun rencana pemasaran yang baik dan meningkatkan hasil operasi secara nyata dengan menggunakan kombinasi dan variabel yang tepat.. Pada tahun 1981, Booms dan Bitner menambahkan tiga elemen tambahan, termasuk proses, orang, dan bukti fisik, yang lebih dapat diterapkan untuk pemasaran layanan, sehingga marketing mix unsurnya adalah *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Phsisical Evidence.* Bauran pemasaran dapat membantu menentukan cara membawa produk baru ke pasar atau menguji strategi pemasaran. Dengan bantuan model tersebut, bisnis dapat mengembangkan keuntungan, meminimalkan kekurangan, meningkatkan daya saing dan kemampuan beradaptasi serta meningkatkan kolaborasi antara bagian dan mitra**.**



Gambar 4. Hasil dan Display Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil

Selanjutnya menurut data BPS kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023 mencapai 61% atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting lainnya dalam perekonomian Indonesia menyerap sekitar 117 juta pekerja, atau 97% dari total tenaga kerja nasional, Menghimpun hingga 60,4% dari total investasi di Indonesia, Berpotensi menjadi sumber devisa melalui ekspor produk lokal. UMKM tersebar di berbagai sektor, seperti kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Dilihat dari kontribusi yang sedemikian besar, sektor UMKM dapat mengurangi kemiskinan dan pengangguran.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung di Desa Surya Mataram dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar. Pada kegiatan tersebut warga masyarakat peserta penerima manfaat mendapatkan tambahan pengetahuan dan wawasan dibidang marketing dan analisis break even point serta pemahaman kebijakan pemerintah dibidang UMKM dan pengetahuan bagaimana pasar UMKM di Kabupaten Lampung Timur, Selanjutnya untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat lanjutan penulis memberikan saran dalam rangka mengatasi permasalahan dalam pengembangan produk UMKM berkaitan dengan keterbatasan modal yang dimiliki dan sulitnya mengakses sumber permodalan agar masyarakat diberikan kegiatan pembinaan dan pendampingan bagaimana merancang dan membuat kemasan produk-produk UMKM agar menjadi lebih menarik dan lebih memiliki nilai jual dengan memanfaatkan bahan – bahan ramah lingkungan dengan inovasi bantuan mesin kemasan sederhana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada LPPM Univesitas Terbuka, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lampung Timur, Jajaran Pemerintah Desa Surya Mataram, yaitu Kepala Desa beserta seluruh perangkat Desa Surya Mataram, seluruh warga masyarakat serta semua pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka Bandar Lampung yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat berjalan dengan baik, lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

Armaja, S. (2023). UMKM Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi. *Jurnal Jumanis Baja, Volume 05 No.01*, 70-85.

Darmawan, A. (2019). Meningkatkan Peran Inkubator Bisnis Sebagai Katalis Penciptaan Wirausaha di Asia Pasifik. *Equity, Volume 07*, pp.21.

Dikdik Harjadi dan Dewi Fatmasari. (2015). *Pengantar Bisnis, Teori dan Konsep.* Kuningan: Uniku Press.

Fara Shaliza, Nurul Hasanah. (2024). Peran Inkubator Bisnis Untuk Menghasilkan Keuntungan (Profit) Bagi Kelompok Pemuda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA LK, Volume 03 No. 01*, 146-151.

Gloria Febriani Sitorus, Mahfud dan Elisa Anggraeni. (2023, September). Strategi Pengembangan Inkubator BIsnis dalam Pendampingan Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan MEnengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Volume 09 No. 03*. doi:DOI: http://dx.doi.org/10.17358/jabm.9.3.987

M. Farid Wajdi, L. M. (2020). Strategi Penguatan Inkubator Bisnis dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Volume 22 No.02*.

Puteri Amalia, Risnawait, Harnida Wahyuni, Adda dan Fera. (2024, April). Efektivitas Program Inkubasi Terhadap Perkembangan Wirausaha. *Jurnal Manajemen dan BIsnis Ekonomi, Volume 02 No. 02*, 281-289. doi:DOI: https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i2.1573

T. Firza Faldani Muli, Amri, Jalaluddin. (2023). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kontribusi UMKM Dalam PDB Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan, Volume 08 No.03*, 147-157.

Zaiuddin Rahman, H. R. (2023). Paradigma Usaha MIkro dan Kecil: Membuka Potensi Melalui Inkubator Bisnis di Kota Makasar. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, Volume 06 No.02*.

Alifa Fidelia,Aprinaldi Pratama dan Tita Nursyamsiah (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, Volume 2 (3)2020, hal.493-498.*

Adhi Alfian,Ciella Khairana, Nita Suryana, Kevin Putra, Nurul Widyastuti, Meilinda Sophia dan Syafira Husni (2023). Pengembangan Strategi dan Program Bisnis UMKM Berbasis Digital Dalam Membuka Peluang Pasar : Momentum Pandemi Covid-19. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol.12 No.2, Juni 2023, 262-273.

Undang Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Peraturan Rektor Universitas Terbuka Nomor: 1006 Tahun 2021 Tanggal 29 Oktober 2021 Tentang Renstra Pengabdian Kepada Masyarakat 2021-2025.

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung.

Berita Resmi Statistik 1 Februari 2024, Badan Pusat Statistik Kab. Lampung Timur.

https://www.sdgs. bappenas. go.id.

https://www.sdgs. un.org.

https://www.bing.com/search?pglt=171&q=e+jerome+mccarthy+4ps+of+marketing&cvid=6f65628d1b314293b034af29246d3a6d&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEAAYQDIGCAAQRRg5MgYIARAAGEAyBggCEAAYQDIICAMQ6QcY_FXSAQg2NTc1ajBqMagCALACAA&FORM=ANNAB1&DAF0=1&PC=U531.

https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/01/16/2015/persentase-penduduk-miskin-september-2022-naik-menjadi-9-57-persen.html.