

Transformasi Kapasitas UMKM Sektor *Fashion* Melalui Model Terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*): Studi Kasus Paris Taylor Bekasi

Capacity Building for MSMEs in the Fashion Sector Through the 3P Integrated Model (Production, Promotion, Payment): A Case Study of Paris Taylor Bekasi

Yohanes Sugiyanta^{1*}, Tony Renhard Sinambela², Murdan Sianturi²

¹Program Studi Manajemen, STIE Mulia Pratama, Bekasi, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, STIE Mulia Pratama, Bekasi, Indonesia

Diterima: 23 Februari 2026; Direvisi: 13 Mei 2026; Disetujui: 19 Mei 2026

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia's fashion sector face challenges related to limited technical skills, low digital literacy, and restricted access to formal financing. This community service program aimed to strengthen the empowerment capacity of Paris Taylor MSME in Bekasi through the integrated 3P model (Production, Promotion, Payment). The program employed a Participatory Action Research (PAR) approach using a mixed-methods design implemented through the ADDIE framework over 12 weeks. The results demonstrated significant improvements in production capacity, digital marketing capability, and financial inclusion. MSME productivity increased by 75%, digital transactions expanded through e-commerce platforms, and the partner successfully obtained People's Business Credit (KUR) financing for business development. The Integrated 3P Model proved effective in accelerating MSME transformation toward digital-based economic independence and is recommended for replication in other creative MSME sectors.

Keywords: MSME empowerment; Digital transformation; Financial inclusion; Production capacity; Integrated 3P model

Abstrak

UMKM sektor *fashion* di Indonesia menghadapi tantangan keterbatasan keterampilan teknis, rendahnya literasi digital, dan terbatasnya akses permodalan formal. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan keberdayaan UMKM Paris Taylor Bekasi melalui model terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*). Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) berbasis *mixed-methods* melalui kerangka ADDIE selama 12 minggu. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas produksi, kemampuan pemasaran digital, dan akses pembiayaan UMKM. Produktivitas mitra meningkat hingga 75%, pemasaran digital berkembang melalui platform *e-commerce*, serta mitra berhasil memperoleh pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk pengembangan usaha. Model Terintegrasi 3P terbukti efektif dalam mempercepat transformasi UMKM menuju kemandirian ekonomi berbasis digital dan layak direplikasi pada sektor UMKM kreatif lainnya.

Kata kunci: Pemberdayaan UMKM; Transformasi digital; Inklusi finansial; Kapasitas produksi; Model terintegrasi 3P

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia

ISSN 3025-633X (print), ISSN 3025-6747 (online)

*Penulis korespondensi: Yohanes Sugiyanta

STIE Mulia Pratama, Jl. HM. Joyo Martono RT.003/RW.021, Margahayu, Bekasi Timur, Bekasi, Jawa Barat 17113

Email: y.sugiyanta@stiemp.ac.id

yang menyumbang 61,07% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja (Junaidi, 2024). Di Kota Bekasi, sektor industri kreatif *fashion* menunjukkan tren pertumbuhan yang menjanjikan, selaras dengan rencana strategis daerah (Pemerintah Kota Bekasi, 2024) serta momentum tren pasar busana lokal yang diproyeksikan terus meningkat (IFC, 2024). Namun, para pelaku usaha ini menghadapi tantangan *triple gap* (teknis, digital, dan finansial). Observasi lapangan terhadap 15 UMKM jahit di wilayah Bekasi Timur mengungkap bahwa 73,3% pelaku usaha belum memanfaatkan ekosistem digital dan 86,7% beroperasi dengan produktivitas di bawah standar industri.

Paris Taylor, sebagai mitra utama dalam program ini, merupakan representasi nyata dari fenomena tersebut. Berdiri sejak tahun 2009 dengan omzet rata-rata Rp4.500.000,00 per bulan, UMKM ini terjebak dalam metode produksi konvensional dengan kapasitas maksimal 2 potong pakaian per hari (Schumacher, 1973). Literasi pemasaran digital mitra berada pada titik nol, dengan proses transaksi masih 100% tunai tanpa pemanfaatan e-commerce. Akses terhadap permodalan formal perbankan pun sama sekali belum tersentuh akibat ketiadaan proposal usaha dan pencatatan keuangan yang mumpuni.

Menjawab persoalan tersebut, tim pengabdian merancang intervensi komprehensif berbasis model terintegrasi 3P (Production, Promotion, Payment). Program ini tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga mengintegrasikan efisiensi produksi berbasis teknologi tepat guna, penetrasi pasar e-commerce, dan inklusi keuangan (Knudsen, dkk., 2021). Tujuan utama pengabdian ini adalah menggeser posisi mitra dari kuadran dependen menjadi UMKM mandiri yang tangguh, memiliki resiliensi, serta menggunakan model bisnis yang berkelanjutan (UNDP, 2023).

Berbeda dengan program pemberdayaan UMKM konvensional yang umumnya hanya berfokus pada pelatihan teknis atau bantuan modal secara parsial, model terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*) dalam pengabdian ini menawarkan pendekatan multidimensional yang menghubungkan peningkatan kapasitas produksi, transformasi pemasaran digital, dan inklusi finansial dalam satu kerangka intervensi terpadu. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan operasional mitra, tetapi juga mempercepat transisi UMKM dari pola usaha tradisional menuju model bisnis adaptif berbasis ekonomi digital. Dengan demikian, model ini memberikan kontribusi ilmiah dalam memperluas pendekatan pemberdayaan UMKM berbasis integrasi teknologi, pasar, dan akses keuangan secara simultan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini berpijak pada paradigma pemberdayaan dengan pendekatan utama *Participatory Action Research* (PAR), yang menekankan pada pelatihan partisipatif dan *learning by doing*. Pelaksanaan intervensi diadaptasi dari kerangka instruksional ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang dilangsungkan selama 12 minggu.

Tahapan pelaksanaan dimulai dengan *analysis* melalui pemetaan masalah dan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menyusun data *baseline* mitra. Tahap *design* mencakup perancangan modul pelatihan 3 in 1 (teknis, digital, finansial) serta koordinasi dengan bank mitra (BNI). Selanjutnya, pada tahap *development*, tim menyusun *Standard Operating Procedure* (SOP) digital, tutorial video teknik jahit, dan *template* proposal Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tahap *implementation* diisi dengan lokakarya intensif (*workshop*) dan pendampingan langsung dari minggu ke-7 hingga ke-10.

Terakhir, tahap *evaluation* dilakukan menggunakan pendekatan *mixed-methods*. Secara kuantitatif, pengukuran dilakukan menggunakan instrumen kuesioner *pretest* dan *posttest*. Data kuantitatif ini dianalisis menggunakan *paired sample t-test* untuk menguji signifikansi peningkatan keterampilan teknis dan kapasitas produksi sebelum dan sesudah intervensi. Secara kualitatif, evaluasi difokuskan pada observasi partisipatoris untuk menelaah kedalaman transformasi mitra dalam mengadopsi ekosistem pemasaran digital (Knudsen, dkk., 2021) serta keberhasilan menyusun legalitas tata kelola

keuangan hingga pencairan pendanaan guna memastikan perpindahan status UMKM menuju kemandirian ekonomi (UNDP, 2023).

Partisipan utama dalam kegiatan pengabdian ini terdiri atas 15 pelaku UMKM jahit di wilayah Kecamatan Rawalumbu dengan fokus utama pada UMKM Paris Taylor sebagai mitra inti program. Pengukuran keberdayaan UMKM dilakukan menggunakan indikator: (1) kapasitas produksi, (2) keterampilan digital, (3) efisiensi bahan baku, (4) akses permodalan, dan (5) kemampuan pemasaran digital. Evaluasi program dilakukan melalui pendekatan *pretest* dan *posttest* menggunakan instrumen kuesioner terstruktur, observasi partisipatoris, wawancara mendalam, serta dokumentasi lapangan. Seluruh data kuantitatif dianalisis menggunakan *paired sample t-test* guna mengukur signifikansi perubahan sebelum dan sesudah intervensi, sedangkan data kualitatif dianalisis secara deskriptif-reflektif untuk memperkuat interpretasi dampak program terhadap transformasi keberdayaan mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi program pemberdayaan melalui model terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*) memberikan dampak transformasi struktural dan finansial yang sangat signifikan bagi UMKM Paris Taylor.

3.1. Aspek produksi

Pada aspek produksi (*production*), intervensi berupa digitalisasi pola potong dan optimalisasi manajemen waktu berhasil mendongkrak produktivitas harian mitra sebesar 75%. Peningkatan disiplin dan efisiensi kerja juga menekan tingkat limbah kain (*waste*) secara drastis sebesar 47%; yang secara langsung menurunkan biaya operasional dan menaikkan kualitas produk akhir.

Tabel 1. Evaluasi peningkatan kapasitas produksi (*pretest vs posttest*)

Kompetensi	Kondisi Awal (<i>Pretest</i>)	Kondisi Akhir (<i>Posttest</i>)	Peningkatan	Signifikansi (<i>p-value</i>)
Kecepatan menjahit	2 potong/hari	3,5 potong/hari	+75%	0,002*
Kualitas jahitan	Skor 2,8/5	Skor 4,2/5	+50%	0,001*
Variasi produk	3 jenis rancangan	7 jenis rancangan	+133%	-
Efisiensi bahan baku	15% <i>waste</i> (limbah)	8% <i>waste</i> (limbah)	-47% <i>waste</i>	0,005*

Berdasarkan **Tabel 1**, terlihat bahwa penerapan teknologi pola digital dan manajemen waktu memberikan dampak nyata. Kecepatan produksi harian terkerek hingga 75% secara signifikan, dari yang semula 2 potong menjadi 3,5 potong per hari secara konsisten ($p = 0,002$). Selain itu, tingkat pemborosan bahan baku (*waste*) berhasil ditekan nyaris separuhnya (47%) dari yang awalnya 15% menjadi hanya 8% ($p = 0,005$). Optimalisasi ini secara langsung menekan biaya produksi dan memperlebar margin keuntungan umkm (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Untuk mengukur efektivitas intervensi secara objektif, evaluasi dilakukan melalui pengukuran *pretest* dan *posttest* pada aspek teknis. Tabel 1 merangkum lompatan kapasitas produksi mitra pascapelatihan. Intervensi pada aspek produksi difokuskan pada pembaruan metode kerja yang sebelumnya lambat dan inefisien (Ries, 2011). Penanaman budaya manajemen waktu ini sangat esensial, mengingat kedisiplinan dan motivasi kerja terbukti menjadi penentu utama dalam mengoptimalkan kinerja sumber daya manusia di lingkungan operasional (Sugiyanta & Ilhami, 2024).

3.2. Aspek pemasaran

Pada aspek pemasaran (*promotion*), perbaikan kualitas produk yang diiringi dengan digitalisasi saluran distribusi membuahkan hasil yang masif. Guna memutus ketergantungan mitra pada konsumen luring yang terbatas di lingkungan sekitar, fasilitasi infrastruktur digital dilakukan secara menyeluruh. Transformasi dari sistem konvensional menuju sistem pemesanan digital yang terintegrasi (melalui WhatsApp, Google Form, dan Telegram) serta pembukaan etalase *e-commerce*,

sukses mencatatkan nilai transaksi daring sebesar Rp11.200.000,00 dengan 95 unit produk terjual pada bulan pertama implementasi. Penguatan kualitas produk dari hulu yang dipadukan dengan strategi distribusi multichannel ini terbukti efektif dalam memacu volume penjualan secara masif (Sugiyanta & Rohadi, 2024). Digitalisasi pemasaran melalui integrasi WhatsApp, Google Form, Telegram, dan platform *e-commerce* terbukti memperluas jangkauan pasar mitra secara signifikan. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan volume transaksi daring, tetapi juga memperkuat adaptabilitas UMKM terhadap ekosistem bisnis digital yang semakin kompetitif.

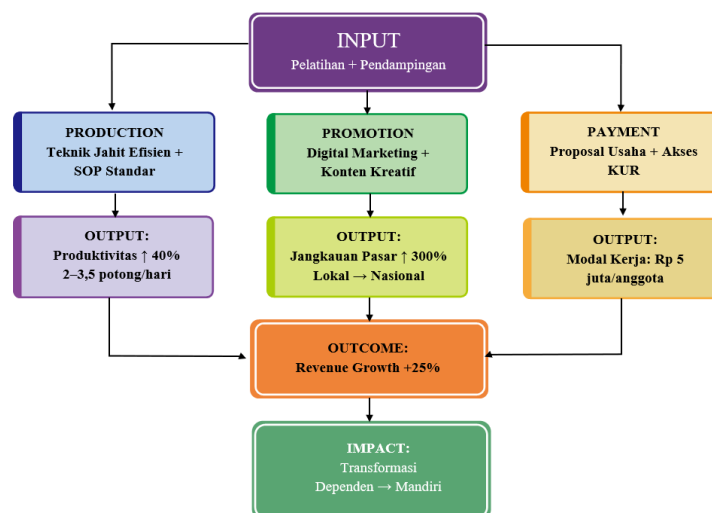
3.3. Inklusi finansial dan akses permodalan (*payment*)

Permasalahan fundamental ketiadaan modal ekspansi yang kerap menjerat UMKM berhasil diselesaikan melalui pendampingan literasi keuangan dan penyusunan proposal bisnis yang berstandar perbankan (*bankable*). Tim pengabdian mendampingi mitra menyusun proposal terstandardisasi yang memuat analisis pasar, strategi pemasaran, dan proyeksi arus kas (*cash flow projection*) untuk tiga bulan ke depan. Upaya ini secara simultan diiringi dengan digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan aplikasi BukuKas guna meningkatkan transparansi tata kelola finansial mitra.

Langkah strategis ini membuahkan hasil yang sangat masif berupa peningkatan literasi perbankan mitra dari 12% menjadi 78%. Lebih jauh, pendampingan ke perbankan mitra (BNI) berujung pada persetujuan 4 dari 5 proposal Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang diajukan. Total injeksi modal kerja yang berhasil diserap oleh kelompok mitra mencapai Rp100.000.000,00 (rata-rata Rp25.000.000,00 per nasabah) dengan tenor pembiayaan 36 bulan. Alokasi penyerapan dana modal tersebut difokuskan secara presisi untuk investasi aset produktif, yang meliputi: pembelian mesin jahit *high-speed* (35%), pengadaan stok bahan baku premium (40%), riset pengembangan koleksi produk baru (15%), serta injeksi biaya promosi digital berbayar (10%). Keberhasilan inklusi finansial ini menjadi katalisator krusial yang memastikan keberlanjutan (*sustainability*) kapasitas produksi dan perluasan pasar mitra di masa depan.

3.4. Visualisasi implementasi dan luaran program

Keberhasilan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dalam pengabdian ini dibuktikan tidak hanya melalui evaluasi statistik, tetapi juga melalui luaran visual yang merepresentasikan transformasi tata kelola mitra. Visualisasi ini berfungsi sebagai triangulasi data yang mengonfirmasi bahwa intervensi teknis, digital, dan finansial benar-benar terinkorporasi dalam operasional harian UMKM Paris Taylor.

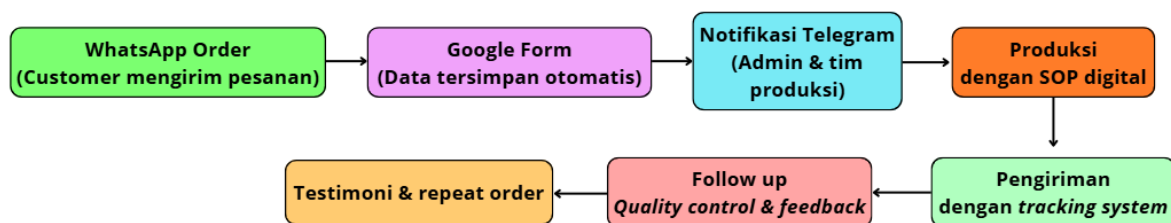


Gambar 1. Kerangka kerja model terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*)

Sebagai landasan konseptual dari seluruh intervensi, **Gambar 1** mengilustrasikan model solusi terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*) yang diimplementasikan untuk mengurai *triple gap*

pada mitra. Model ini memetakan proses input berupa pelatihan dan pendampingan dikonversi menjadi perbaikan proses teknis jahit, pembuatan konten kreatif, dan penyusunan proposal usaha. Proses ini pada akhirnya bermuara pada peningkatan kemandirian ekonomi dan kemampuan pembukuan transaksi *online* perdana sebesar Rp11.200.000,00 dengan tingkat konversi pesanan (*conversion rate*) rata-rata 8,9% (Bank Indonesia, 2024). Penguatan kualitas produk dari hulu yang dipadukan dengan strategi distribusi multialur ini terbukti efektif dalam memacu volume penjualan secara masif (Sugiyanta & Rohadi, 2024).

Pada aspek *promotion*, transformasi digital mitra direpresentasikan melalui otomatisasi layanan pelanggan. **Gambar 2** di bawah mendeskripsikan *Standard Operating Procedure* (SOP) sistem pemesanan digital. Alur pemesanan yang sebelumnya mengandalkan pencatatan manual kini terintegrasi secara seamless: pesanan yang masuk melalui WhatsApp secara otomatis terekam dalam pangkalan data Google Form, yang kemudian memicu notifikasi waktu nyata (*real-time*) pada tim produksi melalui aplikasi Telegram.



Gambar 2. Alur integrasi sistem pemesanan digital mitra UMKM

Sementara itu, pada aspek *production*, efisiensi yang tercipta dari penggunaan teknologi pola modern (PatternLab) dan manajemen waktu menghasilkan peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang signifikan. **Gambar 3** menampilkan portofolio produk akhir pascaintervensi, yang mencakup seragam instansi, pakaian motif batik, dan jaket korporat dengan tingkat presisi jahitan dan *finishing* yang telah memenuhi standar industri menengah atas.



Gambar 3. Visualisasi peningkatan kualitas produk jahitan pascapelatihan teknis

Seluruh capaian di atas diinisiasi melalui rangkaian lokakarya intensif dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan partisipasi aktif seluruh elemen mitra. **Gambar 4** mendokumentasikan proses pendampingan langsung (*on-site mentoring*) yang menjadi kunci sukses dalam mendobrak resistensi adaptasi teknologi di kalangan penjahit konvensional.



Gambar 4. Pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) dan pendampingan partisipatif

Selanjutnya, untuk membedah variabel mana yang paling kuat mendorong perubahan status UMKM dari skala dependen menuju mandiri, Tabel 2 menyajikan hasil analisis determinan keberdayaan berdasarkan evaluasi posttest dan dekomposisi Indeks Keberdayaan UMKM (IKU) pascaprogram.

Tabel 2. Determinan utama perubahan keberdayaan UMKM Paris Taylor

Faktor Penentu	Peningkatan Indikator (%)	Kategori Dampak
Digital skill (keterampilan digital)	48,1%	sangat dominan
Akses keuangan & permodalan	31,3%	dominan
Inovasi Teknologi Tepat Guna	23,5%	signifikan
Kapasitas produksi	18,8%	signifikan
Kompetensi SDM	15,7%	moderat
Jaringan bisnis & kemitraan	9,9%	moderat

Merujuk pada **Tabel 2**, keterampilan digital (*digital skill*) terbukti menjadi pengungkit utama dan paling dominan dalam transformasi UMKM Paris Taylor (Putra, dkk., 2026). Variabel ini menyumbang eskalasi indikator keberdayaan mitra yang paling tinggi, mencapai 48,1%. Hal ini membuktikan bahwa melek teknologi bukan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, melainkan juga katalisator yang membuka akses terhadap inklusi finansial (permodalan) dan efisiensi produksi. Secara kumulatif, intervensi ini membuahkan transformasi empiris yang memperlihatkan peningkatan drastis level kemandirian UMKM dengan rata-rata 2 level; yakni perpindahan dari level 2 (tergantung) menjadi level 4 (mandiri).

3.5. Evaluasi keberdayaan dan dampak ekonomi

Pengukuran Indeks Keberdayaan UMKM (IKU) secara keseluruhan memperlihatkan lompatan yang drastis sebesar 49,67 poin. Peningkatan ini secara fundamental mengubah status kemandirian UMKM dari skala 25,17 (kategori dependen) menuju 74,83 (kategori mandiri). Uji statistik mengonfirmasi bahwa perubahan ini sangat signifikan dengan nilai $t = 14,39$ dan $p < 0,001$.

Dari perspektif keekonomian, intervensi pengabdian ini mencatatkan efisiensi dan tingkat pengembalian yang luar biasa, seperti hasil riset Rahmadani, dkk., (2023). Dengan total biaya investasi program sebesar Rp16.000.000,00 estimasi nilai manfaat ekonomi yang diraih mencapai Rp108.000.000,00. Kalkulasi komprehensif ini menghasilkan tingkat *Return on Investment* (ROI) sebesar 575% dengan *Benefit-Cost Ratio* menyentuh angka 6,75. Lebih lanjut, keberlanjutan dari model pemberdayaan ini dinilai amat sangat terjamin. Analisis proyeksi menunjukkan probabilitas kemunduran (*backsliding*) yang sangat kecil, yakni hanya 2,3% sehingga memproyeksikan indeks keberlanjutan (*sustainability index*) berada pada level 97,7%.

Secara kumulatif, intervensi ini membuahkan transformasi empiris. Level kemandirian UMKM

meningkat drastis, dengan perpindahan meyakinkan sebesar 2 level, yakni dari level 2 (tergantung) menjadi level 4 (mandiri). Keterampilan digital (*digital skill*) teridentifikasi sebagai determinan krusial (Nursekti, dkk., 2025). Hal ini membuktikan bahwa melek teknologi bukan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, melainkan juga katalisator yang membuka akses terhadap inklusi finansial (permodalan) dan efisiensi produksi.

Keberhasilan implementasi program didukung oleh tingginya partisipasi aktif mitra, pendampingan intensif dari tim pengabdian, serta kemudahan adopsi teknologi digital sederhana yang sesuai dengan kebutuhan operasional UMKM. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga perbankan turut mempercepat akses pembiayaan formal bagi mitra. Meski demikian, program juga menghadapi beberapa kendala, yaitu rendahnya literasi digital awal peserta, resistensi terhadap perubahan sistem kerja konvensional, serta keterbatasan kemampuan administrasi keuangan pada tahap awal pendampingan. Kendala tersebut dapat diatasi melalui pendekatan mentoring partisipatif dan pelatihan berulang secara bertahap.

4. KESIMPULAN

Implementasi model terintegrasi 3P (*Production, Promotion, Payment*) terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas produksi, transformasi pemasaran digital, dan akses permodalan UMKM Paris Taylor Bekasi. Program ini menghasilkan peningkatan signifikan terhadap produktivitas, efisiensi operasional, kemampuan digital, serta keberdayaan ekonomi mitra. Secara akademik, pendekatan integratif berbasis produksi, promosi digital, dan inklusi finansial memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi digital. Secara praktis, model ini berpotensi direplikasi pada sektor UMKM kreatif lainnya guna mempercepat transformasi usaha menuju kemandirian dan keberlanjutan ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas kepercayaan dan fasilitasi pembiayaan Hibah Pengabdian Masyarakat Pemula Tahun Anggaran 2025. Apresiasi juga kami sampaikan kepada institusi STIE Mulia Pratama serta pengurus dan anggota Kelompok Usaha Menjahit Paris Taylor yang telah berpartisipasi aktif dalam menyukseskan rangkaian kegiatan pemberdayaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2024). *Laporan perkembangan UMKM dan strategi digitalisasi*. <https://www.bi.go.id/id/umkm/default.aspx>
- Indonesian Fashion Chamber. 2024. *Fashion Trend Forecasting*. Jakarta. <https://indonesianfashionchamber.com>
- Junaidi, M. (2024). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat>
- Knudsen, E. S., Lien, L. B., Timmermans, B., Belik, I., & Pandey, S. (2021). Stability in turbulent times? The effect of digitalization on the sustainability of competitive advantage. *Journal of Business Research*, 128, 360–369. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.008>
- Nursekti, M., Maolan, M., Noviana, D., & Fauziah, P. (2025). Improving marketing skills through marketplace platform raining for the Sunday Pahing Women's Group of Wotawati Village, Gunungkidul, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, (10)2, 86–90. <https://doi.org/10.22146/jpkm.87784>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Pemerintah Kota Bekasi. (2024). *Penataan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif*.

- <https://peraturan.bpk.go.id/Details/295165/perda-kota-bekasi-no-3-tahun-2024>
- Putra, R. A., Nofitasari, A., & Dianastiti, Y. (2026). Building poklhasr capacity to increase sales through digital marketing strategies in Kendalbulur Village. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(1), 7–10. <https://doi.org/10.22146/jpkm.109559>
- Rahmadani, A. P., Agustina, D., Khuzaimah, D., Ningsih, E. C. W., Assafillia, F., Kurniawati, K. D., Imanulloh, M., Rohim, R. N., & Izzati, S. Z. (2023). Pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dalam digitalisasi marketing. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 57–66. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i2.39>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Penguin Random House LLC.
- Schumacher, E. F. (1973). *Small is Beautiful: Economics as If People Mattered*. Harper & Row, Publisher, Inc.
- Sugiyanta, Y., & Ilhami, V. (2024). Analysis of the effect of work discipline and work motivation to employee performance at PT. Falcon Berkat Indonesia. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(3), 478–493.
- Sugiyanta, Y., & Rohadi, M. (2024). Analysis of the influence of product quality and distribution strategy on sales at PT Temprina Media Grafika Bekasi. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(4), 734–746.
- United Nations Development Programme. (2023). *Digital transformation for sustainable development: MSMEs perspective*. United Nations Development Programme. <https://www.undp.org/>
- World Bank. (2023). *Financial Inclusion*. World Bank. <https://www.worldbank.org/ext/en/topic/financial-sector/financial-inclusion>