



Strategi Pemberdayaan UMKM Melalui Sharing Session Inspiratif: Studi Pembelajaran Pemasaran Bersama Paradiso Garden

Siti Ainnur Rachma, Mutiara Widyati, Maisaroh, Ahmad Rizaldi, Rahmat
Hidayatulloh

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,
⁵⁾ SKB Kota Cilegon

Email: 2221220054@untirta.ac.id, 2221220030@untirta.ac.id,
2221220069@untirta.ac.id, ahmad.rizaldi@untirta.ac.id,
rahmathidayatulloh132@gmail.com

Abstrak

UMKM sebagai penggerak roda ekonomi sosial memiliki peranan penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Khususnya bagi peserta didik kesetaraan di SKB Kota Cilegon yang memiliki sumber daya manusia yang sebagian menjalankan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pemasukan tambahan. Hal ini menjadi sebuah perhatian bagaimana seharusnya usaha kecil bisa berjalan dengan maksimal dengan adanya arahan walaupun dalam forum yang santai namun informasi serta ilmu yang didapat nyata dan bermanfaat. Adapun tujuan dari diadakannya “*Sharing Session* belajar dunia pemasaran bersama Paradiso Garden”, diharapkan agar pemberdayaan pelaku usaha UMKM mampu mengembangkan bisnisnya sehingga dapat dikenal khalayak luas. Para peserta didik kesetaraan yang merangkap sebagai pelaku usaha juga membutuhkan pengalaman dari narasumber yang mumpuni dalam bidangnya supaya dapat dijadikan inspirasi sebagaimana pengalaman hidup dari pemateri. Dengan adanya teknologi di masa sekarang juga dapat membantu dalam memudahkan pemasaran yang dikeluti para pelaku usaha UMKM sehingga produk yang dijual dapan menjangkau pelanggan lebih banyak.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Pemasaran. Sharing Session, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha produktif yang umumnya dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dan memiliki kriteria berdasarkan omset yang diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 (UU No. 20 Tahun 2008). Menurut Shelly (2020), UMKM memiliki peran utama yakni sebagai pembangun ekonomi serta penekan angka kemiskinan dan pengangguran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meratakan ekonomi antar daerah serta meningkatkan pemasukan negara melalui produk-produk yang diminati konsumen dari berbagai kalangan (Satibi et al., 2024:57). Yolanda (2024) menyatakan, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyumbang di sekitar lebih dari 60% serta menyerap 97% tenaga kerja (Khotimah, 2025 Hal: 131), hal ini menjadikan bahwa UMKM sudah menjadi tulang punggung dalam menaungi perekonomian masyarakat sehingga hal ini menjadi salah satu metode dalam menggerakkan perputaran keuangan serta pertumbuhan ekonomi (Arifa et al., 2025:5376)(dikutip dalam Arifa et al., 2025 Hal: 5376).

UMKM juga dikenal memiliki fleksibilitas yang tinggi terhadap lajur perekonomian, terbukti dengan persebaran unit usaha yang cenderung menyeluruh sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi ketimpangan antar



daerah, serta selalu beradaptasi selama krisis ekonomi menceuat. Hal inilah yang mendasari UMKM menjaga stabilitasnya dalam mempertahankan ekonomi bangsa.

Menurut data yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Banten per 2025, terdapat sekitar 18.250 usaha mikro yang menyebar di seluruh kota. Terlepas dari banyaknya angka pelaku usaha kecil tersebut, realitas operasional UMKM seringkali terkendala oleh kesenjangan struktural dalam penguasaan modal intelektual, terutama dalam dunia pemasaran modern, di mana praktik tradisional tidak lagi mencukupi untuk menembus pasar yang semakin maju, sehingga banyak pelaku usaha yang meskipun memiliki produk unggulan, namun gagal untuk mengembangkan bisnis mereka karena keterbatasan ilmu, kelemahan *branding*, dan ketidakmampuan untuk mengembangkan usaha. UMKM yang mengadopsi kemajuan khususnya pada pasar modern, cenderung memiliki akses yang lebih meluas daripada yang terbiasa menggunakan sistem tradisional (Petrus Suhardi Ekaputra et al., 2024)(Petrus Suhardi Ekaputra et al., 2024).

Sebagai pemegang peranan penting dalam kondisi ekonomi-sosial, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan modal awal, kebutuhan yang tidak terpenuhi, manajemen yang tidak tertata, serta bertambahnya saingan menjadikan unsur ini sebagai masalah internal. Lain halnya tantangan eksternal, ini mencakup prosedur yang rumit khususnya terhadap instansi dalam mengurus perizinan, bahan baku yang tidak tersedia serta minimnya *demand* atau minat pasar (Satibi et al., 2024:58)(Suri dan Berliana dalam Satibi et al., 2024 Hal: 58). Keterlibatan aktif para pelaku usaha dari seluruh lapisan masyarakat akan menjadi hal yang paling penting juga keberadaan pemerintah yang selaras dengan kebutuhan masyarakat diharapkan mampu untuk mengolah serta memanfaatkan potensi sumber daya alam maupun manusia untuk kesejahteraan dapat menyebar secara merata (Mustari, 2024:201)(Mustari, 2024 Hal: 201). Permasalahan lain juga karena metode penjualan yang cenderung mengadaptasi cara tradisional seperti menitipkan barang dagangan ke warung juga memperkecil perkembangan usaha (Widajanti & Sutarno, 2025:364)(Widajanti & Sutarno, 2025 Hal: 364)

Dengan kemajuan teknologi khususnya di bidang bisnis, pelaku UMKM diharuskan mampu untuk menggunakan media untuk penyebaran informasi kepada pelanggan mengenai menjual barang mereka. Media digital yang digunakan secara efektif dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, terutama di daerah yang memiliki pengguna sosial media aktif, sehingga produk dapat dijual. Pemasaran digital berbasis teknologi juga memberikan peluang memungkinkan UMKM berkembang dan menjadi bagian dari perekonomian Indonesia (Anugrah et al., 2022:741).

Transformasi atau perubahan meliputi segala aspek yang ada di dunia, termasuk dalam bidang pendidikan. Demi menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih baik, maka konsep pembelajaran dua arah harus diaplikasikan supaya hasil yang diterima akan jadi lebih mendalam. Paradigma inspiratif berupaya untuk memunculkan motivasi peserta didik kesetaraan sebagai jalan pembuka dalam pengembangan diri. Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Kota Cilegon telah mengadaptasi pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam bidang pelatihan tata boga. Peserta didik diajak untuk berpraktik seperti cara membuat berbagai macam kudapan hingga makanan ringan yang memiliki harga jual yang menjanjikan. Maka dari itu, *sharing session* khususnya dalam bidang usaha akan



menjadi relevan, sehingga hal ini bisa menjadi kesempatan bagi mereka yang ingin menggeluti usaha dari apa yang sudah dipelajari di SKB tersebut.

Lebih lanjut, berbagai penelitian menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang mengutamakan interaksi, diskusi dua arah, dan studi kasus nyata berdampak positif terhadap perubahan pola pikir dan peningkatan motivasi kewirausahaan. (Yanto & Aprilian, 2023) menekankan bahwa “penyampaian materi pemasaran tidak dapat dilakukan hanya secara teoritis, melainkan harus dikombinasikan dengan dialog, pengalaman praktis, dan proses pemecahan masalah”. Hal ini sejalan dengan hasil studi Zhahirah et al., (2023:5)” bahwa UMKM memerlukan pelatihan yang disesuaikan dengan konteks dan tantangan digital untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan kesiapan kompetitif mereka di pasar modern”.

Konsep *sharing session* juga menjadi keunggulan dimana masing-masing peserta yang hadir sudah memiliki usaha mandiri terlepas dari jenis usaha serta bidang yang dikeluti. Dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat, maka kesejahteraan akan menjadi tolak ukur yang paling sesuai sehingga mereka akan terus berusaha melakukan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Irwan et, 2022). Bertujuan untuk memberikan pembelajaran berkelanjutan yang dibalut dengan kearifan sosial, *sharing session* menghindari model formal yang cenderung kaku berdasarkan pengalaman pemateri sehingga menjadikannya sesi pemberdayaan yang santai namun relevan dan kredibel serta diterima dengan mudah. Melalui suasana yang santai, setiap inividu akan diajak untuk berinteraksi antar peserta dalam memberikan kontribusi pada sesi diskusi untuk meninjau ulang seberapa jauh pemahaman yang diterima pada tiap individu.

Pengadaan program kerja pemberdayaan melalui *sharing session* merupakan bentuk dari upaya dalam mendapatkan wawasan eksklusif, pengembangan inspirasi serta peluang *networking* atau koneksi untuk para peserta didik kesetaraan. Kak Surga Firdaus, selaku owner dari Surganesia Group membagikan pengalamannya juga dengan pengadaan plant tour untuk memberikan gambaran seperti apa bisnis yang dikeluti beliau dengan mengadakan sedikit praktek untuk peserta. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Decy & Ryan (2000) (Pujiyanto & Setyorini, 2024:186) *sharing session* dengan narasumber yang telah berhasil dalam menjalankan bisnisnya serta eksperimen nyata dari pembicara maka peserta akan cenderung menjadi lebih termotivasi untuk mencapai tujuan, jika memiliki *role model* atau contoh yang dapat mereka jadikan panutan.

Keberhasilan yang didapat Kak Firdaus juga tidak luput dari kemampuan pengelolaan yang baik. Bisnis apapun yang dikeluti, pengelolaan merupakan hal yang harus diperhatikan secara khusus sebagaimana kutipan (Ghonimah & Supriatin, 2024:24). Pengelolaan juga harus sejalan dengan adanya strategi inovasi pemasaran yang berkembang sehingga UMKM mampu bersaing secara meluas sebagaimana yang dikemukakan oleh Tambunan (2019) dalam (Wardan, 2025:10).

METODE

Masalah utama yang terjadi ditengah kalangan peserta didik kesetaraan SKB Kota Cilegon adalah kurangnya wawasan mengenai teknik dasar pengembangan bidang usaha. Melalui observasi secara langsung, ditemukan bahwa sebagian besar pemilik UMKM sudah memiliki pekerjaan utama yang dilakukan oleh kepala keluarga dan selebihnya seperti ibu rumah tangga yang beraktivitas dirumah membuat usaha ‘kecil-kecilan’. Alasan mereka membangun usaha sampingannya hanya sekedar untuk mengisi waktu luang,



menyalurkan hobi serta mendapat *passive income* walaupun lebih sedikit dari gaji pekerjaan utama yang dikeluti. Berdasarkan permasalahan yang terjadi ini, maka salah satu solusi yang dapat diberikan adalah memberdayakan pelaku UMKM di kalangan peserta didik kesetaraan di SKB Kota Cilegon dengan kegiatan *sharing session* sebagai peningkatan kemampuan dasar membangun usaha kecil-menengah.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 8 November 2025 yang termasuk kedalam kegiatan program kerja PLP (Pengenalan lingkungan Pra-Sekolah), Berikut gambar bagan langkah-langkah dalam kegiatan ini:



Tabel 1. Bagan langkah pelaksanaan kegiatan

Detail dari tiap langkah tersebut yakni;

1. Observasi Lapangan

Peninjauan/pengamatan secara langsung pada peserta didik kesetaraan paket A, B dan C dengan mendata peserta yang memiliki usaha kecil milik pribadi yang bertujuan untuk mengetahui gambaran minat dari sasaran yang akan dituju serta memprakirakan jumlah peserta yang akan hadir.

2. Persiapan

Tahap ini dilakukan dengan persiapan kompleks dan esensial seperti menghubungi pemateri, menyiapkan rundown, membuat undangan, mendata peserta, serta mengurus izin administrasi untuk pengadaan aktivitas diluar kelas.

3. Pelaksanaan Kegiatan

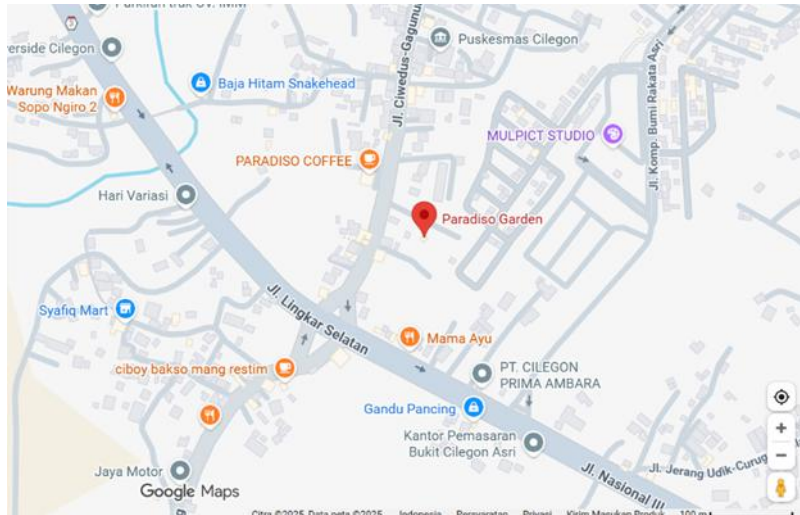
Pada tahap ini, seluruh peserta yang hadir akan dijelaskan sedikit mengenai gambaran singkat bidang usaha yang dikeluti oleh pemateri dan melakukan *outing class* disekitar tempat pelaksanaan acara sebagaimana susunan rundown yang sudah dibuat.

4. Evaluasi

Dilaksanakan di akhir acara antar panitia tepat setelah acara ditutup untuk meninjau seberapa efektif kegiatan yang sudah dilaksanakan.



Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif disertai dengan praktik serta paparan materi. Untuk subjek sarannya yaitu meliputi peserta didik kesetaraan paket A dan B dan tutor kesetaraan dari SKB Kota Cilegon. Kegiatan dilaksanakan di Paradiso Garden yang beralamatkan di Jl. Lingkar Selatan, Bagendung, Kecamatan Cilegon, Banten.



Gambar 1. Peta Lokasi “Paradiso Garden”

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan hasil kegiatan sharing session inspiratif ini diselenggarakan dalam serangkaian pertemuan sepanjang hari, dari pukul 09.30 hingga 15.00 WIB. Kegiatan ini berlangsung di tiga lokasi yaitu Paradiso Coffee, Konveksi Surga Kaos dan Paradiso Garden. Kegiatan dimulai di halaman belakang sebagai pembukaan acara yang dibimbing oleh Kak Aziz selaku bagian dari Surganesia Group, kemudian diarahkan untuk mengunjungi bangunan belakang Paradiso Coffee yang mana bangunan tersebut merupakan Konveksi Surga Kaos. Disana, peserta peserta didik kesetaraan dapat melihat langsung proses produksi, mulai dari pemotongan bahan, teknik cetak saring hingga tahap akhir penyelesaian produk.



Gambar 2. Praktik penggunaan sablon teknik cetak saring oleh peserta

Bergeser ke lokasi selanjutnya, terdapat kafe dibagian depan yang mana kafe tersebut memiliki dua fungsi, sebagai tempat layanan pelanggan konveksi dan kafe dimana para pelanggan bisa menikmati suasana yang disediakan oleh Paradiso Coffee. Peserta diarahkan kesana untuk melihat-lihat bagaimana *customer service* dari Konveksi Surga Kaos melayani dan apa saja yang tersedia disana seperti daftar harga, kustomisasi desain dan lain sebagainya.



Gambar 3. *Customer Service* Surga Kaos di Paradiso Coffee

Lokasi akhir yaitu Paradiso Garden, di mana pemaparan materi oleh narasumber utama yakni Kak Firdaus menjadi pemateri pada *sharing session*. Sebanyak 20 peserta kegiatan *sharing session* berpartisipasi dalam kegiatan ini sebagai bagian dari program pemberdayaan UMKM. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang untuk memberikan pengalaman belajar praktis agar peserta kegiatan dapat memahami alur produksi dan strategi pemasaran UMKM secara lebih konkret dan praktis.

Sebelum kegiatan dimulai, tim pelaksana mengidentifikasi kebutuhan pembelajaran melalui diskusi awal dengan tutor kesetaraan. Langkah ini diambil untuk menentukan tingkat



pemahaman peserta kegiatan tentang dunia bisnis, khususnya terkait produksi dan pemasaran pada skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hasil pemetaan itu kemudian menjadi pedoman untuk mengembangkan rencana kegiatan, strategi penyampaian materi, dan pemilihan contoh studi kasus yang sesuai dengan kesiapan dan kebutuhan peserta.

Temuan awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta kegiatan memiliki pengetahuan umum tentang pemasaran, namun belum memiliki pemahaman langsung tentang bagaimana proses produksi bekerja di usaha kecil. Oleh karena itu, kegiatan dirancang dengan pendekatan pengalaman lapangan, seperti *outing class* ke konveksi Surga Kaos dan praktik cetak saring, untuk memberikan gambaran komprehensif tentang operasional usaha kreatif berbasis UMKM.



Gambar 4. Sesi foto bersama dengan pemateri dan peserta Sharing Session

Selama kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi saat mengikuti *outing class* di konveksi Surga Kaos. Peserta kegiatan dapat menyaksikan secara langsung setiap tahap produksi, mulai dari pemotongan kain, cetak saring, hingga tahap finishing sebelum produk dipasarkan. Pengalaman ini memberikan pelajaran nyata tentang bagaimana produk UMKM diproduksi dan keterampilan teknis yang diperlukan. Minat peserta terlihat jelas selama sesi praktik cetak saring, di mana mereka memiliki kesempatan untuk mencoba proses produksi secara mandiri sebagai bagian dari pembelajaran pengalaman.

Sharing session inspiratif ini merupakan salah satu strategi pemberdayaan yang bertujuan untuk memberikan wawasan, pengalaman praktis, dan dorongan motivasi kepada peserta didik kesetaraan agar mereka dapat memperoleh pemahaman yang realistis tentang dunia bisnis. Secara umum, kegiatan ini dirancang untuk memperkaya pengetahuan peserta didik kesetaraan di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) tentang proses produksi, teknik pemasaran, dan manajemen UMKM melalui pembelajaran praktis. Kegiatan ini dilakukan bekerja sama dengan Paradiso Garden, sebuah perusahaan yang memiliki pengalaman luas dalam bisnis kreatif dan pemasaran produk lokal.

Sharing session inspiratif dengan Paradiso Garden menghasilkan beberapa pencapaian penting. Peserta didik kesetaraan di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang proses produksi UMKM, pengetahuan baru tentang strategi pemasaran, dan semangat kewirausahaan yang semakin berkembang melalui



pembelajaran langsung dari para narasumber. Secara spesifik, keberhasilan kegiatan ini meliputi: (1) peserta memahami proses produksi setelah mengikuti *outing class* di Konveksi Surga Kaos; (2) peserta memiliki kesempatan untuk mencoba teknik cetak saring sebagai pengalaman praktis; dan (3) peserta menerima materi terkait strategi pemasaran dan penerapan storytelling untuk meningkatkan nilai penjualan produk.

Serangkaian kegiatan yang dilaksanakan meliputi *outing class*, pemaparan materi pemasaran, diskusi interaktif, contoh studi kasus pemasaran, dan sesi tanya jawab. *Outing class* ke konveksi Surga Kaos bertujuan untuk memberikan gambaran nyata tentang proses produksi konveksi, mulai dari tahap pemotongan hingga cetak saring dan penyelesaian. Setelah itu, peserta didik kesetaraan di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) mengikuti sesi praktik cetak saring sebagai bentuk pembelajaran praktis untuk memahami proses produksi kreatif di UMKM.

Berdasarkan jadwal yang telah disepakati, sesi berbagi inspirasi dengan Paradiso Garden akan diadakan pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 08 November 2025
Waktu : 09.30-15.00 WIB
Tempat : Konveksi Surga Kaos dan Paradiso Garden

Materi utama yang diberikan dalam kegiatan ini mencakup:

1. **Mental** (Kesiapan Mental dalam Berwirausaha), yang menekankan bahwa kesiapan mental merupakan hal yang fundamental dalam memulai dan mempertahankan sebuah bisnis. Hal ini meliputi keberanian untuk mengambil resiko, kemampuan untuk bangkit kembali dari kegagalan, dan ketekunan dalam menjalankan proses produksi. Penjelasan ini diperkuat dengan contoh dinamika yang dialami oleh Paradiso Garden dalam membangun bisnis kreatifnya.
2. **Manner** (Etika dan Sikap dalam Berwirausaha), aspek perilaku dijelaskan sebagai perilaku profesional yang mencerminkan etika kerja, komunikasi yang baik, dan disiplin. Hal ini diamati secara langsung oleh peserta selama *outing class* di konveksi Surga Kaos, di mana peserta menyaksikan bagaimana sikap kerja yang terstruktur dan terorganisir berkontribusi pada kualitas produksi dan kepercayaan pelanggan.
3. **Modal** (Sumber Daya Awal dalam Berwirausaha), pembahasan tentang modal tidak terbatas pada modal uang, tetapi juga mencakup keterampilan, kreativitas, dan relasi. Melalui praktik cetak saring, narasumber bahwa keterampilan teknis dapat menjadi modal awal yang memungkinkan peserta memulai usaha kecil tanpa memerlukan investasi besar. Paradiso Garden juga menekankan pentingnya memanfaatkan modal sosial dalam pengembangan bisnis.
4. **Mindset** (Pola Pikir dalam Berwirausaha), pola pikir dipaparkan sebagai perspektif yang mendorong individu untuk terus berinovasi dan mengidentifikasi peluang di sekitar mereka. Narasumber mengaitkan hal ini dengan pemasaran.

Para peserta kegiatan yaitu peserta didik kesetaraan paket A dan B dan tutor kesetaraan dari SKB (Sanggar Kegiatan Belajar) Kota Cilegon yang hadir di kegiatan sesi *sharing session* inspirasi ini sebanyak 20 Orang. Berikut data kehadiran para peserta kegiatan sesi *sharing session* inspirasi di Paradiso Garden berdasarkan jumlah peserta.

Tabel 2. Jumlah peserta Sharing Session



No.	Jenis Kelamin	Banyaknya
1.	Laki-laki	7 Orang
2.	Perempuan	13 Orang
Jumlah		20 Orang

Semua peserta kegiatan yang hadir diminta untuk mengisi formulir yang disediakan. Susunan acara pelaksanaan kegiatan sesi sharing session inspirasi sebagai berikut:

Tabel 3. Susunan Acara Sharing Session

Pukul	Acara	Penanggungjawab
09.30-10.00	Registrasi peserta	Panitia
10.00-10.10	Pembukaan acara	MC
10.10-10.20	Sambutan Owner Surga Kaos	Narasumber
10.20-11.20	Outing Class ke Konveksi Surga Kaos	Panitia
11.20-11.30	Sambutan Ketua Pelaksana	Ketua Panitia
11.30-12.30	ISHOMA	Panitia
12.30-13.30	Pemaparan Materi: "Teknik Pemasaran Efektif bagi Usaha Kecil"	Narasumber
13.30-14.30	Sesi Tanya Jawab dan Diskusi Interaktif	Narasumber & Moderator
14.30-15.00	Penutup	MC

DISKUSI

1. Efektivitas Pemberdayaan UMKM

Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM berperan signifikan dalam memperkuat perekonomian nasional, sehingga berbagai program pemberdayaan krusial untuk mendorong peningkatan jumlah wirausahawan di Indonesia. Hal ini sejalan dengan pandangan (Zahra & Sagita, 2023:261) yang menyatakan bahwa UMKM merupakan penggerak pertumbuhan ekonomi. Secara kontekstual, pemberdayaan UMKM dipahami sebagai proses terstruktur untuk meningkatkan kompetensi individu, memperkuat pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan sekaligus mengurangi kemiskinan (Riyadi & Mujanah, 2021, dikutip dalam Nursalim et al., 2023). Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep dasar tersebut, karena proses pemberdayaan pada akhirnya bertujuan untuk membangun kapasitas dan kemandirian wirausahawan.

Studi ini juga mengungkapkan bahwa keberhasilan pemberdayaan dipengaruhi oleh kesiapan berwirausaha, yang mencakup empat aspek utama; (1) mentalitas, (2) sikap, (3) modal, dan (4) pola pikir, sebagaimana dijelaskan oleh Kak Firdaus. Data yang diperoleh



menunjukkan bahwa peserta didik kesetaraan yang berpartisipasi dalam program pemberdayaan UMKM lebih siap untuk memulai usaha ketika ke-empat komponen ini terpenuhi. Penguasaan konsep manajemen modal, misalnya sangat penting bagi peserta kegiatan dalam mempertahankan usaha mereka, sementara kesiapan mental dan perilaku membantu membentuk karakter wirausaha yang lebih profesional.

Analisis lebih lanjut terhadap temuan lapangan menunjukkan bahwa keberhasilan program sangat dipengaruhi oleh kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta didik kesetaraan. Peserta kegiatan yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan penjangkauan dan pendampingan mengalami peningkatan keterampilan manajerial dan pola pikir yang lebih positif. Hal ini sejalan dengan pendapat (Ita Rosita, 2021:261) yang menekankan bahwa kekuatan mental, kreativitas, dan kepercayaan diri merupakan kunci kesuksesan bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta yang menerima pendampingan berkelanjutan lebih mampu mengelola modal dan mengelola bisnis mereka.

Sejalan dengan teori efektivitas program yang dikemukakan oleh Subagyo Budiani (2007) (Zahra & Sagita, 2023: Hal 13) temuan penelitian ini menunjukkan konsistensi di seluruh indikator yang digunakan, yaitu; (1) ketepatan sasaran, (2) sosialisasi yang memadai, (3) pencapaian tujuan, dan (4) pemantauan berkelanjutan. Program pemberdayaan yang diteliti dinilai telah menuju kelompok yang tepat, yaitu peserta didik kesetaraan yang perlu meningkatkan kapasitas kewirausahaannya. Sharing session yang komprehensif juga membantu peserta kegiatan memahami arah dan manfaat program. Lebih lanjut, proses pemantauan memastikan implementasi program tepat sasaran dan memungkinkan evaluasi berkala.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, studi ini memberikan perspektif yang lebih luas tentang efektivitas pemberdayaan UMKM. Meskipun beberapa studi menekankan bahwa modal merupakan faktor paling dominan dalam kesuksesan bisnis, studi ini menunjukkan bahwa modal tanpa kesiapan mental dan keterampilan manajerial tidak memberikan dampak yang signifikan. Oleh karena itu, studi ini juga mengoreksi pandangan tersebut dan menekankan bahwa pemberdayaan yang efektif haruslah komprehensif, mencakup pengembangan kapasitas, perubahan pola pikir, dan pendampingan.

Secara argumentatif, studi ini memperkuat gagasan bahwa program pemberdayaan UMKM hanya akan efektif jika dirancang secara komprehensif, bertahap, dan relevan dengan kebutuhan peserta. Pendampingan yang konsisten telah terbukti berdampak signifikan terhadap perubahan perilaku dan keterampilan manajemen bisnis. Maka itu, temuan ini tidak hanya mendukung penelitian sebelumnya, tetapi juga menyempurnakan dan menegaskan kembali gagasan bahwa keberhasilan pemberdayaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan satu aspek saja, melainkan melalui integrasi materi kegiatan, pendampingan, relevansi dengan kebutuhan peserta, dan transformasi perilaku pasca-program.

2. Konsep Sharing Session Sebagai Media Pemberdayaan

Sharing session merupakan metode transfer pengetahuan nonformal yang menekankan prinsip pembelajaran kolaboratif dan eksperiensial. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, metode ini sangat efektif karena menghindari struktur pelatihan formal yang kaku. Sebaliknya, metode ini menyediakan ruang untuk dialog interaktif dua arah dan pertukaran pengalaman nyata antar peserta kegiatan. Dalam model ini, pihak-pihak seperti Paradiso Garden diposisikan bukan sebagai instruktur akademis, melainkan sebagai praktisi dan panutan yang berbagi kisah sukses, tantangan dunia nyata, dan solusi praktis dari lapangan. Dengan



demikian, sharing session memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana UMKM mengelola dan memasarkan produk mereka, sebagaimana dibuktikan oleh (Napitupulu et al., 2025:48).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sharing session efektif sebagai wadah transfer pengetahuan nonformal, mendorong peserta kegiatan untuk belajar melalui interaksi dua arah dan berbagi pengalaman nyata. Kehadiran praktisi seperti Paradiso Garden sebagai panutan terbukti berharga, karena peserta mampu memahami praktik pemasaran yang relevan dan aplikatif berdasarkan pengalaman lapangan, bukan hanya teori. Lebih lanjut, peserta menyatakan bahwa kegiatan ini meningkatkan motivasi, membuka wawasan baru tentang strategi branding dan pemasaran, serta membantu mereka mengidentifikasi kesalahan umum dalam manajemen bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa sharing session tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menumbuhkan keberanian untuk memulai perubahan nyata dalam strategi bisnis peserta kegiatan.

Dari perspektif (Tania et al., 2025:3) teori pemberdayaan, gagasan sesi berbagi berkaitan erat dengan gagasan Robert Chambers tentang Pembangunan partisipatif. Robert Chambers menekankan bahwa “pemberdayaan harus bersifat bottom-up dan memberdayakan masyarakat melalui partisipasi aktif dan pengakuan atas pengetahuan lokal”. Dialog dan pertukaran pengalaman dalam sesi berbagi mencerminkan nilai-nilai ini, karena peserta tidak hanya menjadi objek pelatihan tetapi juga subjek pembelajaran dan agen perubahan.

Sementara itu, (Singer-Brodowski, 2025:3) teori pembelajaran transformatif Jack Mezirow mendukung pergeseran pola pikir yang terjadi melalui sharing session. Mezirow menyatakan bahwa “perubahan makna atau perspektif (transformasi perspektif) terjadi ketika individu secara kritis merefleksikan asumsi sebelumnya dan menghadapi dengan pengalaman baru”. Dalam sharing session, peserta sering kali menjalani proses refleksi sambil mendengarkan kisah praktisi lain, kemudian merefleksikan pendekatan mereka sendiri secara kritis, dan akhirnya mengadopsi perubahan strategis berdasarkan pengalaman tersebut.

Terkait penelitian UMKM, beberapa studi mendukung pentingnya literasi keuangan dan pelatihan manajerial sebagai bagian dari pemberdayaan. Sebagaimana dikemukakan dalam buku “Manajemen Keuangan UMKM: Meningkatkan Efisiensi & Transparansi” menyebutkan bahwa pelatihan manajerial yang disesuaikan dengan konteks dan kapasitas UMKM dapat meningkatkan manajemen bisnis. Lebih lanjut, studi oleh (Susanti et al., 2025:5) menunjukkan “bahwa pelatihan pemasaran digital dan desain kemasan membantu meningkatkan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran modern”. Hal ini memperkuat argument bahwa sharing session yang menunjukkan narasi praktis tentang strategi pemasaran konkret sangat relevan dan efektif.

Dengan demikian, jelas bahwa konsep sharing session mendukung pemberdayaan tidak hanya secara teknis, tetapi juga secara psikologis dan sosial. Melalui dialog berbasis pengalaman, para peserta kegiatan dipandu untuk merefleksikan asumsi bisnis mereka, membangun kepercayaan diri, dan memperluas wawasan praktis mereka. Teori Chambers dan Mezirow memberikan landasan teoritis yang kuat mengapa metode ini efektif dalam membangun kapasitas UMKM. Oleh karena itu, mengintegrasikan sharing session ke dalam program pemberdayaan UMKM patut dipertimbangkan sebagai strategi kunci untuk mendorong transformasi perilaku dan meningkatkan daya saing bisnis.



3. Strategi Pembelajaran Pemasaran

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pembelajaran pemasaran melalui sharing session sangat selaras dengan konsep dasar pemberdayaan UMKM, yang menekankan pembelajaran praktis, fleksibel, dan berbasis pengalaman. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan (Sulistiyani et al., 202 C.E.:32)(Sulistiyani et al., 202 C.E. Hal: 32), yang menyatakan bahwa “UMKM membutuhkan strategi yang tidak hanya teoritis tetapi juga mampu meningkatkan ketahanan bisnis dalam menghadapi persaingan. Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi dengan teori-teori sebelumnya, terutama terkait efektivitas pembelajaran yang menempatkan praktik langsung sebagai inti dari proses pembelajaran.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peserta mampu memahami strategi pemasaran lebih cepat ketika materi disampaikan melalui studi kasus dan demonstrasi langsung oleh praktisi, dalam hal ini pemilik Surganesia Group. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teknis tentang pemasaran, tetapi juga menginternalisasi sifat-sifat kewirausahaan, seperti kemampuan beradaptasi, kepekaan terhadap tren pasar, dan keberanian untuk berinovasi, sebagaimana ditekankan oleh (Satoto et al., 2023:571) (Satoto et al., 2023 Hal: 571). Dampak nyata lainnya ialah meningkatnya motivasi peserta untuk berinovasi produk, terutama di sektor kuliner, yang merupakan sektor yang sangat diminati dan sangat kompetitif (Oktari et al., 2023:2) (Oktari et al., 2023 Hal: 2).

Analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa lebih mudah memahami strategi pemasaran ketika disampaikan melalui pendekatan pembelajaran berbasis kasus, dibandingkan dengan metode ceramah tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan strategi pembelajaran yang sederhana namun relevan, mengingat keterbatasan waktu, modal, dan sumber daya manusia mereka. Lebih lanjut, data lapangan juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam pemasaran, seperti media sosial, dianggap sebagai salah satu strategi paling efektif karena biayanya yang rendah namun berdampak luas, sejalan dengan temuan (Harahap et al., 2021:78) (Harahap et al., 2021 Hal: 78).

Dibandingkan dengan teori-teori sebelumnya, penelitian ini menekankan pentingnya pembelajaran transformasional, yaitu pembelajaran yang mendorong perubahan pola pikir dan perilaku bisnis. Hal ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh (Yuliaty et al., 2020) (Yuliaty et al., 2020) “bahwa diferensiasi produk merupakan syarat krusial untuk memenangkan persaingan pasar”. Oleh karena itu, pendekatan sharing session dapat dianggap sebagai cara yang efektif untuk mendorong transformasi pengetahuan dan tindakan di kalangan UMKM.

Dibandingkan dengan penelitian lain, beberapa penelitian sebelumnya lebih berfokus pada pelatihan formal, seperti pemasaran digital atau desain kemasan. Temuan penelitian ini menawarkan perspektif baru, yang menunjukkan bahwa kehadiran praktisi sebagai narasumber memiliki dampak yang lebih besar karena peserta kegiatan dapat secara langsung mengamati praktik dan strategi yang telah terbukti. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan kritik yang membangun, dengan menyatakan bahwa efektivitas pembelajaran tidak hanya bergantung pada materi tetapi juga pada metode penyampaian dan pengalaman empiris narasumber.

Secara keseluruhan, temuan studi ini memperkuat argumen bahwa pembelajaran pemasaran yang praktis, interaktif, dan berbasis pengalaman merupakan model yang paling efektif bagi UMKM. Selain mendukung temuan sebelumnya, penelitian ini juga melengkapi dan mengoreksi studi-studi yang ada yang selama ini terlalu berfokus pada pelatihan formal.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan model pembelajaran yang inspiratif, adaptif, dan mudah diimplementasikan untuk meningkatkan inovasi dan daya saing bisnis secara berkelanjutan.

4. Peran Kolaborasi dan Networking dalam Pemberdayaan UMKM

Penelitian tentang komunikasi pemasaran dan pengembangan jaringan bisnis menunjukkan hubungan yang kuat dengan konsep dasar pemberdayaan UMKM. Komunikasi dipandang sebagai komponen sentral dalam kegiatan pemasaran, yang berfungsi untuk memperkenalkan produk dan membangun hubungan strategis dengan konsumen dan mitra (Teguh et al., 2024:91) (Teguh et al., 2024 Hal: 91). Temuan ini sejalan dengan gagasan (Nanda & Aristyanto, 2024:620) (Nanda & Aristyanto, 2024 Hal: 620), “yang menekankan pentingnya jaringan bisnis bagi pengembangan usaha”. Oleh karena itu, temuan penelitian ini konsisten dengan teori bahwa kolaborasi dan jaringan merupakan fondasi penting untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan UMKM.

Studi ini juga mengungkapkan bahwa sharing session Paradiso Garden mendorong dua jenis jejaring yang sangat bermanfaat bagi UMKM; (1) vertical, dan (2) horizontal. Jejaring vertikal terbentuk melalui hubungan antara UMKM yang berpartisipasi dan Paradiso Garden, pelaku usaha yang lebih berpengalaman, yang membuka peluang untuk pendampingan, transfer praktik baik, dan pemahaman langsung tentang mekanisme pasar. Sementara itu, jejaring horizontal terbentuk di antara UMKM yang berpartisipasi, yang memungkinkan mereka bertukar informasi, belajar dari pengalaman satu sama lain, dan bahkan membuka peluang kolaborasi bisnis seperti co-branding atau distribusi. Temuan ini menegaskan bahwa jejaring tidak hanya memperluas akses tetapi juga mendorong saling mendukung.

Analisis data menunjukkan bahwa jaringan memainkan peran krusial dalam mengatasi kendala yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses terhadap informasi, pasar, dan sumber daya. Jaringan telah terbukti meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap dinamika pasar. Temuan ini mendukung pernyataan (Maharani et al., 2025:1507) (Maharani et al., 2025 Hal: 1507) “bahwa jaringan bisnis berdampak positif terhadap perkembangan bisnis dengan membantu UMKM memahami perubahan pasar dan merespons lebih cepat.

Temuan-temuan ini juga jelas berkaitan dengan teori pemberdayaan modern. Pendekatan pemberdayaan yang efektif tidak hanya menyediakan keterampilan teknis tetapi juga menciptakan ekosistem kolaboratif tempat para wirausahawan dapat berbagi sumber daya dan ide. Hasil studi ini mendukung konsep ini, menunjukkan bahwa kolaborasi dan jejaring dapat memperkuat kapasitas inovatif UMKM dan memperluas jangkauan pasar.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, sebagian besar studi berfokus terutama pada pelatihan teknis atau pengembangan manajerial. Temuan studi ini menawarkan perspektif yang berbeda, menunjukkan bahwa jejaring sosial memiliki dampak yang sama signifikannya. Oleh karena itu, studi ini menantang pandangan sebelumnya bahwa pelatihan formal ialah satu-satunya instrumen pemberdayaan. Sebaliknya, hasilnya menekankan bahwa UMKM membutuhkan dukungan jejaring sosial untuk mempercepat pertumbuhan dan memperkuat posisi bisnis mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat argument bahwa komunikasi, jejaring, dan kolaborasi merupakan aspek fundamental dalam memberdayakan UMKM yang kompetitif. Temuan ini juga menekankan bahwa pemberdayaan yang efektif harus menciptakan ruang bagi UMKM untuk berinteraksi satu sama lain dan memperluas jejaring mereka, sehingga



memungkinkan mereka meningkatkan akses pasar, mendorong inovasi, dan membangun kemandirian bisnis yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan sharing session inspiratif yang berkolaborasi dengan Paradiso Garden telah terbukti menjadi strategi pemberdayaan yang efektif untuk peserta didik kesetaraan di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Kota Cilegon, khususnya dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini dirancang secara non-formal, menghindari model pelatihan yang kaku, dan lebih mengutamakan pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning).

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., Rachmawan Putra, M. A., Wardana, B. S., Cahya, R. A., Ramadhan, R. T., & Arum, D. P. (2022). Penerapan Branding Produk Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740–746. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4702>
- Arifa, I., Ahmad Choiri, Wahyu Wibowo, Aminuddin, A., & Nur Azizah Panggabean. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9530>
- Ghonimah, A., & Supriatin, D. (2024). *Perwira Journal of Community Development*. 4(1), 23–29.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Irwan et, A. (2022). *As-Syirkah : Islamic Economics & Finacial Journal*. 1, 101–125. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v1i2.12>
- Ita Rosita. (2021). Efektivitas Program Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai. *Jurnal Niara*, 14(3), 259–265. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.8020>
- Maharani, M., Hak, N., & Sumarni, Y. (2025). Entrepreneur dan Network dalam Pertumbuhan UMKM (Studi Kasus Usaha Pabrik Tahu di Desa Lubuk Sahung Seluma). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(3), 1505–1521. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/26646>
- Mustari, N. H. (2024). Umkm Sebagai Pilar Dalam Membangun Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(3), 198–211. <https://doi.org/10.59827/jie.v3i3.187>
- Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2024). Analisis Potensi Jaringan UMKM Dalam Mendorong Kolaborasi Ekonomi Era Digital Pada masyarakat Miskin Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10(2), 619–628. <https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.591>
- Napitupulu, J., Ferdiyantoko, D., Kumoro, C., & Kulla, I. (2025). *Pembentukan Tim PkM Perencanaan agenda Kegiatan Perijinan & pembuatan spanduk Pelaksanaan Kegiatan PkM Monitoring dan Evaluasi Pembuatan Laporan & Jurnal*. 3(1).
- Nursalim, A., Chatra, A., Khrishermawan, I., Mas'ud, M. I., & Sugianto, E. (2023).



- Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Program Pelatihan Manajemen Dan Pemasaran. *Comumunnity Development Journal*, 4(6), 11328–11332.
- Oktari, Y., Hamsani, H., & Daulay, P. (2023). Holistic Journal of Management Research. *Holistic Journal of Management Research*, 05, 1–17. <http://journal.ubb.ac.id/index.php/holistic/indexhttp://journal.ubb.ac.id/index.php/holistic/management>
- Petrus Suhardi Ekaputra, Fitri Ciptosari, & Tedy Halim. (2024). Adopsi Teknologi Pembayaran Digital QRIS di Kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.63604/javok.v3i2.138>
- Pujiyanto, M. A., & Setyorini, F. A. (2024). Generasi Berprestasi: Peningkatan Motivasi Siswa Melalui Sharing Session Persiapan Menuju Pendidikan Tinggi. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 185–192. <https://doi.org/10.31537/dedication.v8i2.1974>
- Satibi, I., AF, S., & Resti, W. A. (2024). Analisis Efektifitas Komunikasi Antara Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kabupaten Bandung Dengan Para Pelaku UMKM untuk Tujuan Pengembangan Usaha. *E-JKPP*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.36448/ejkpp.v10i1.3816>
- Satoto, E. B., Fatmawati, E., Maulina, L., Firdaus, A., & Anwar, H. (2023). Strategi Pemasaran Pada Bulan Ramadhan: Pembelajaran Dari Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 568–581. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2991>
- Singer-Brodowski, M. (2025). The potential of transformative learning for sustainability transitions: moving beyond formal learning environments. *Environment, Development and Sustainability*, 27(9), 20621–20639. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02444-x>
- Sulistiyani, Pratama Aditya, & Setiyanto. (202 C.E.). [openjournal2,+4.+Sulistiyani+\(2020\).docx](#). *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 31–39. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/4029/3343>
- Susanti, H., Angela, S., Pane, R. P., & Wicaksono, B. (2025). *Transformasi UMKM Rupert Utara: Strategi Terpadu Pelatihan Pengembangan Kemasan Produk dan Optimalisasi Pemasaran Digital*. 5, 119–134. <https://doi.org/10.59525/aij.v5i2.9>
- Tania, I., Setyawan, F., & Adiwibowo, Y. (2025). Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 8 Nomor 2, 2025 | 5771. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8, 5771–5777. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Teguh, M., Mansyur, M., & Monica, D. (2024). Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Kempelang Tunu Di Baturaja. *Komsospol*, 4(2), 90–99. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v4i2.1420>
- Wardan. (2025). *Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran*. 4, 9–17.
- Widajanti, E., & Sutarno. (2025). Aplikasi manajemen operasi dan manajemen pemasaran pada UMKM untuk mencapai optimalisasi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 361–371. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23441>
- Yanto, Y., & Aprilian, R. I. (2023). Dampak Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Umkm Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*,



- Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 477–489.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3293>
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308.
<https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>
- Zahra, A. M., & Sagita, N. I. (2023). Efektivitas Program Jakarta Entrepreneur (Jakpreneur) dalam Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Penjaringan Wilayah Jakarta Utara. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 260–274.
- Zhahirah, A., Wibowo, Septiani Putri Ramadhani, A., Randa, P. M. R., & Panorama, M. (2023). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30352–30356.
https://www.researchgate.net/publication/232521456_Participatory_Action_Research_Communicative_Action_and_the_Public_Sphere