Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol 5 No 4 2026, hal 5166-5172
Avaliable online at: https://zia-research.com/index.php/abdicendekia



ABDI CENDEKIA:
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Volume 5 Nomor 4 Tahun 2026 Halaman 5166-5172
https://zia-research.com/index.php/abdicendekia

Kajian Kebutuhan Penguatan Akses Pasar Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kalurahan Jatimulyo, Kabupaten Kulon Progo

Sarirotul 'Alim[1], Nur Aziz Muslim[2]
[1,2] Univeristas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia
Email : asarirotul12@gmail.com

Abstrak

Usaha rumahan di Jatimulyo, Kabupaten Kulon Progo, mempromosikan produk olahan pangan dan kerajinan tangan dalam pameran Gebyar UMKM tahunan. Salah satu tantangan yang muncul adalah bagaimana pelanggan dapat mengenali dan memesan kembali produk tersebut setelah pameran berakhir. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengkaji kebutuhan akses pasar serta menentukan prioritas dukungan bagi pelaku usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penilaian kualitatif dilakukan selama masa magang, mulai 24 Agustus hingga 11 September 2026. Data untuk penilaian ini diperoleh melalui kunjungan lapangan, observasi, diskusi dengan perwakilan pelaku usaha, serta pertemuan konsultasi. Catatan kegiatan dianalisis menggunakan kerangka kerja 5W1H. Hasil penilaian menunjukkan adanya perbedaan kebutuhan informasi untuk setiap jenis produk. Pembeli produk olahan pangan memerlukan informasi mengenai masa simpan dan ketersediaan stok, sementara pembeli produk kerajinan yang dibuat berdasarkan pesanan membutuhkan kepastian waktu penyelesaian pesanan. Selain itu, modal kerja, kondisi infrastruktur jalan, dan jadwal produksi turut membatasi pemilihan saluran penjualan. Prioritas yang diusulkan mencakup penyediaan informasi pemesanan yang dapat diakses sepanjang tahun, penyesuaian saluran penjualan dengan kapasitas produksi, serta kesepakatan mengenai biaya dan ketentuan pembayaran. Kegiatan ini menghasilkan penilaian kebutuhan beserta rekomendasi untuk dukungan tindak lanjut. Perubahan dalam hal volume penjualan dan pendapatan belum diukur.

Kata Kunci: *Akses Pasar, Usaha Mikro, Pemetaan Kebutuhan, Pemasaran, Ekonomi Syariah.*

A Study on the Need to Strengthen Market Access for Micro-Enterprises from an Islamic Economic Perspective in Jatimulyo Village, Kulon Progo Regency

Abstract

Home-based enterprises in Jatimulyo, Kulon Progo Regency, promote processed foods and crafts at an annual small business fair. A practical challenge is how customers can identify and reorder products once the fair ends. This community engagement activity assessed market access needs and identified priorities for business support using principles of Islamic economics. The qualitative assessment took place during an internship from 24 August to 11 September 2026. Field visits, observations, conversations with business representatives, and consultation meetings informed the assessment. Activity records were analysed using the six questions of the 5W1H framework. The assessment identified different information needs

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

across products. Buyers of processed foods need shelf-life and stock information, while buyers of made-to-order crafts need reliable lead times. Working capital, road conditions, and production schedules also constrain the choice of sales channels. Proposed priorities include making ordering information available year-round, matching sales channels to producers' capacity, and agreeing on fees and payment terms before placing goods on consignment. The activity produced a needs assessment and recommendations for follow-up support. Changes in sales and income have yet to be measured.
Keywords: *Market Access, Microenterprises, Needs Assessment, Marketing, Islamic Economics.*

PENDAHULUAN

Setiap tahun, Gebyar UMKM memberikan kesempatan kepada masyarakat Kalurahan Jatimulyo untuk memperlihatkan produk usaha rumahan mereka: kopi, gula semut, madu, dan kerajinan kepada para pengunjung. Setelah acara selesai, calon pembeli yang ingin memesan lagi harus mengetahui siapa yang membuat produk tersebut, di mana produk bisa didapatkan, berapa harganya, dan bagaimana cara barang bisa diterima. Bagi produsen rumahan, menerima pesanan juga berarti harus menyiapkan bahan, waktu kerja, dan biaya pengiriman. Di sinilah pentingnya pemetaan akses pasar di Kalurahan Jatimulyo. Kemampuan untuk menghubungkan produsen dan pembeli secara terus-menerus menentukan apakah promosi sementara dapat berkembang menjadi saluran penjualan yang bisa dipertahankan. Pada Maret 2025, tingkat kemiskinan di Kabupaten Kulon Progo mencapai 14,53%, yang lebih tinggi dibandingkan dengan angka di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sebesar 10,23%(Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo, 2025). Dalam hal ini, penting untuk melihat manfaat dari perluasan pasar bagi keluarga produsen berdasarkan pendapatan yang mereka terima setelah memperhitungkan biaya penjualan.

Kalurahan Jatimulyo memiliki dua modal awal untuk membangun hubungan tersebut. Wisata alam di perbukitan Menoreh memungkinkan pengunjung bertemu dengan penduduk yang mengolah hasil kebun dan membuat kerajinan. Konservasi burung yang melibatkan masyarakat juga menjadi bagian dari daya tarik desa (Badan Otorita Borobudur, 2024). Di sisi produk, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo (2026) mencatat bahwa hingga tanggal 30 Mei 2026, ada 139 produk dari 123 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Wisata Jatimulyo yang sudah mendapatkan sertifikasi halal. Sertifikat ini memberikan informasi tentang status produk. Peluang penjualan setelah mendapatkan sertifikasi masih tergantung pada apakah konsumen bisa menemukan produk-produk tersebut dan apakah produsen mampu memenuhi permintaan.

Kajian sebelumnya memberikan dasar untuk mengkaji pemasaran digital sekaligus mengukur kesiapan penggunanya. Pada tingkat nasional, pada 2024, sebanyak 20,52% usaha yang melakukan penjualan daring menyatakan bahwa pemasaran produk merupakan kendala utama (Badan Pusat Statistik, 2025). Falentina et al. (2021) mendapati bahwa pemanfaatan internet menunjang produktivitas tenaga kerja dan ekspor usaha mikro dan kecil di Yogyakarta. Dalam survei terhadap 2.222 usaha mikro dan kecil di Indonesia, Trinugroho et al. (2022) menunjukkan bahwa karakteristik pemilik maupun usaha turut menerangkan variasi adopsi teknologi. Melalui survei terhadap 5.035 usaha di 17 provinsi, Affandi et al. (2024) juga menemukan adanya hubungan positif antara adopsi digital dan kinerja usaha. Bagi produsen rumahan di desa wisata, temuan-temuan tersebut memunculkan pertanyaan praktis tentang pihak yang akan membalas pesan pembeli, frekuensi pembaruan informasi stok, serta biaya yang muncul saat pesanan perlu dikirim.

Studi tentang pemetaan aset dan penguatan ekonomi yang berdasar pada syariah memberikan pandangan yang berbeda. Di Karyawangi, infrastruktur yang cukup baik berjalan seiring dengan keterbatasan dalam sumber daya manusia dan keuangan (Sumintak et al., 2024). Pada 66 usaha mikro kecil menengah yang didukung oleh Masjid Jogokariyan, Fathma et al. (2024) mencatat adanya pendampingan, kerjasama, dan bazar. Aspek spiritual peserta dinilai tinggi, sedangkan perkembangan usaha berada di tingkat sedang. Kedua

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami sumber daya yang benar-benar dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha serta keuntungan ekonomi yang mereka peroleh. Bagi Kalurahan Jatimulyo, masalah yang masih perlu dijawab adalah cara memilih tempat penjualan yang sesuai dengan kapasitas usaha dan cara melindungi kepentingan produsen saat pemasaran dikelola bersama.

Kebaruan terapan kegiatan ini terletak pada pendekatan penilaian pilihan pemasaran melalui dua aspek secara bersamaan, yakni kesiapan produk untuk dipesan kembali dan kejelasan hak ekonomi pelaku usaha setelah produk terjual. Aspek pertama mengaitkan promosi dengan informasi produk, ketersediaan persediaan, dan distribusi. Aspek kedua menerapkan prinsip keadilan, kemaslahatan, dan perlindungan harta untuk mengkaji pembagian biaya, risiko barang, serta waktu pembayaran. Kegiatan ini bertujuan mengenali hambatan akses pasar bagi usaha mikro di Kalurahan Jatimulyo, menguraikan perbedaan kebutuhan produk pangan dan kerajinan, serta menyusun prioritas pendampingan untuk dibahas oleh pelaku usaha bersama lembaga ekonomi kalurahan.

METODE

Kegiatan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan penilaian kebutuhan pada tahap perencanaan kegiatan masyarakat. Penilaian dilakukan selama magang bersama PT Dipa Consultant Utama di Semarang, 24 Agustus hingga 11 September 2026. Tempat pengumpulan data lapangan berada di Kalurahan Jatimulyo, Kapanewon Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan pengamatan adalah untuk melihat bagaimana usaha rumahan memperkenalkan produk, menarik konsumen, dan memenuhi pesanan. Hasil yang ingin dicapai pada fase ini adalah penentuan kebutuhan yang bisa digunakan untuk merencanakan pendampingan.

Subjek yang diteliti adalah usaha rumahan yang menghasilkan makanan olahan dan kerajinan tangan. Kunjungan dilakukan ke Badan Usaha Milik Kalurahan (BUMKal) Binangun Mulyo Sejati dan berinteraksi dengan pengelola UMKM Jatimulyo. Pengelola usaha memberikan informasi mengenai produk dan strategi pemasaran, sementara kunjungan ke BUMKal memberikan latar belakang kelembagaan untuk penjelajahan pemasaran bersama. Data yang dianalisis mencakup informasi dari masyarakat, pengamatan selama kunjungan, catatan hasil diskusi dengan klien, serta data mengenai mata pencaharian, produk lokal, dan infrastruktur di wilayah tersebut. Penulis berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengamati, mendengarkan, membandingkan, dan mencatat informasi. Catatan lapangan digunakan untuk menyimpan rincian produk dan metode pemasaran. Data sekunder, termasuk publikasi tentang pariwisata dan sertifikasi halal, dimanfaatkan untuk menjelaskan peluang pasar lokal.



Gambar 1. Kunjungan ke BUMKal Bingangun Mulyo Sejati

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

Analisis deskriptif menerapkan enam pertanyaan 5W1H. Pertanyaan “apa” digunakan untuk menunjukkan masalah dan produk yang terdampak, sedangkan “siapa” mengidentifikasi pelaku usaha serta lembaga yang berpotensi berperan. Pertanyaan “di mana” dan “kapan” mengaitkan kendala dengan lokasi, kesempatan penjualan, atau musim tertentu. Pertanyaan “mengapa” mengkaji keterkaitan kendala dengan modal, waktu kerja, pasokan, dan distribusi. Adapun pertanyaan “bagaimana” membantu merumuskan alternatif dukungan berdasarkan keterkaitan tersebut. Pada tahap penafsiran persepktif ekonomi syariah, setiap alternatif dikaji dengan mempertimbangkan keadilan akses, kemaslahatan, perlindungan harta, dan keseimbangan pemanfaatan sumber daya (Ibrahim et al., 2021). Keadilan dinilai berdasarkan kesempatan untuk memilih saluran dan menyepakati harga. Kemaslahatan diukur dengan membandingkan potensi manfaat terhadap biaya dan waktu pengelolaan. Perlindungan harta dikaji melalui ketentuan pembayaran, sementara keseimbangan sumber daya dinilai berdasarkan ketersediaan bahan. Hasil disajikan dengan membedakan kondisi yang tercatat selama kunjungan, fakta kontekstual yang bersumber dari publikasi, serta tindakan yang masih memerlukan kesepakatan. Catatan kegiatan tidak mencakup data penjualan untuk setiap unit usaha sebelum dan sesudah asesmen. Oleh sebab itu, hasil tersebut dipahami sebagai landasan untuk memilih dukungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pemetaan mengidentifikasi berbagai usaha rumah tangga dengan produk dan kebutuhan layanan yang beragam di wilayah Kalurahan Jatimulyo yang meliputi 12 padukuhan. Data penduduk tahun 2026 yang dikumpulkan dalam kegiatan ini mencatat 2.412 petani atau pekebun dari total 7.370 penduduk. Sekitar 20 UMKM tercatat aktif dalam pilar Preneur Desa Mandiri Budaya, yakni kelompok usaha dalam program pengembangan ekonomi desa berbasis budaya. Jumlah tersebut menunjukkan keanggotaan aktif pada pilar itu, dengan cakupan berbeda dari 123 pelaku UMKM yang produknya telah mendapat sertifikasi halal di tingkat desa wisata. Produk yang terdata meliputi Kopi Sulingan, gula semut, madu klanceng, jamu bubuk, sari salak dari Padukuhan Sibolong, serta minyak kelapa murni dari Padukuhan Karanggede. Produk kerajinan meliputi anyaman bambu, suvenir, dan produk kayu Manunggal Craft. Gebyar UMKM menyediakan ruang promosi tahunan bagi produk lokal. Namun, di luar kegiatan tersebut, pengenalan merek dan ketersediaan saluran penjualan yang teratur masih menjadi kendala. Sebagian industri kecil menjual produk melalui perantara dan terkendala keterbatasan modal serta pengembangan produk. Hambatan penjualan berkaitan dengan waktu dan lokasi. Sejumlah kegiatan produktif terhenti saat musim hajatan. Kerusakan pada beberapa ruas jalan desa dan kabupaten serta keterbatasan angkutan umum perlu diperhitungkan dalam menetapkan biaya dan jadwal pengiriman. Dari sisi pasar, Gua Kiskendo, Kembang Soka, dan Ekowisata Sungai Mudal menyediakan peluang pemasaran pangan dan suvenir. Meski demikian, pemanfaatan lokasi wisata sebagai tempat penjualan masih perlu dijajaki bersama pengelola dan produsen. Berdasarkan bahan tersebut, pemetaan merumuskan rincian kebutuhan yang dapat menjadi acuan dalam pembahasan pilihan pendampingan. Tabel 1 menghubungkan kondisi yang ditemukan dengan keputusan praktis yang masih perlu ditetapkan oleh pelaku usaha dan calon mitra.

Tabel 1. Temuan Akses Pasar dan Kebutuhan Tindak Lanjut

Aspek	Kondisi yang Teridentifikasi	Kebutuhan Tindak Lanjut
Promosi dan pemesanan ulang	Gebyar UMKM berlangsung setiap tahun. Promosi dan pengenalan merek di luar acara masih terbatas.	Cantumkan nama produk, produsen, harga, dan kontak pemesanan yang tetap dapat dihubungi setelah acara.
Informasi menurut jenis	Usaha menawarkan pangan olahan serta kerajinan, termasuk barang	Untuk pangan, jelaskan ukuran, daya simpan, dan stok. Untuk

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

Aspek	Kondisi yang Teridentifikasi	Kebutuhan Tindak Lanjut
produk	yang dibuat sesuai pesanan.	kerajinan, jelaskan bahan, pilihan ukuran, serta waktu pengerjaan.
Produksi dan pengiriman	Keterbatasan modal, gangguan produksi pada musim hajatan, dan kondisi jalan memengaruhi kesiapan memenuhi pesanan.	Tetapkan jumlah pesanan yang sanggup dilayani, waktu penyerahan, serta ongkos kirim sebelum menyepakati transaksi.
Penjualan melalui mitra	Perantara telah digunakan oleh sebagian industri kecil. BUMKal dan pengelola Desa Mandiri Budaya merupakan calon mitra lokal.	Bahas harga, biaya pengelolaan, tanggung jawab atas barang tersisa, pencatatan barang, dan waktu pembayaran.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan beberapa prioritas tindak lanjut dalam penguatan akses pasar usaha mikro di Kalurahan Jatimulyo. Prioritas utama ialah memastikan pelanggan yang mengenal produk melalui Gebyar UMKM dapat membelinya kembali. Bagi produsen kopi atau gula semut, salah satu langkah yang dapat diuji adalah mencantumkan identitas produsen, harga untuk setiap ukuran kemasan, serta kontak pemesanan pada produk yang dibawa pulang pembeli. Sementara itu, perajin kayu perlu menyertakan keterangan ukuran, bahan, dan perkiraan waktu pengerjaan pada foto contoh agar calon pembeli memahami produk yang dapat dipesan. Studi Ningrum et al. (2023) mengenai Sudut Lombok menegaskan pentingnya menilai tingkat pengenalan merek di kalangan calon pelanggan saat menentukan media promosi. Pada pelanggan yang mengikuti akun media sosial usaha kecil dan menengah (UKM) halal, Bashori et al. (2026) mendapati adanya keterkaitan erat antara kepercayaan terhadap informasi yang diunggah dan keterlibatan pelanggan. Bagi produsen pangan Jatimulyo, temuan tersebut mendukung pencantuman informasi bahan dan status sertifikasi halal yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dalam konteks Kalurahan Jatimulyo, promosi dapat dinilai dengan menanyakan apakah pembeli mampu menemukan kembali produsen dan mendapatkan jawaban yang memadai untuk memesan produk.

Prioritas selanjutnya adalah pemilihan media pemasaran. Prioritas utama ialah memastikan pelanggan yang mengenal produk melalui Gebyar UMKM dapat membelinya kembali. Bagi produsen kopi atau gula semut, salah satu langkah yang dapat diuji adalah mencantumkan identitas produsen, harga untuk setiap ukuran kemasan, serta kontak pemesanan pada produk yang dibawa pulang pembeli. Sementara itu, perajin kayu perlu menyertakan keterangan ukuran, bahan, dan perkiraan waktu pengerjaan pada foto contoh agar calon pembeli memahami produk yang dapat dipesan. Studi Ningrum et al. (2023) mengenai Sudut Lombok menegaskan pentingnya menilai tingkat pengenalan merek di kalangan calon pelanggan saat menentukan media promosi. Pada pelanggan yang mengikuti akun media sosial usaha kecil dan menengah (UKM) halal, Bashori et al. (2026) mendapati adanya keterkaitan erat antara kepercayaan terhadap informasi yang diunggah dan keterlibatan pelanggan. Bagi produsen pangan Jatimulyo, temuan tersebut mendukung pencantuman informasi bahan dan status sertifikasi halal yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dalam konteks Kalurahan Jatimulyo, promosi dapat dinilai dengan menanyakan apakah pembeli mampu menemukan kembali produsen dan mendapatkan jawaban yang memadai untuk memesan produk.

Keadilan dan perlindungan harta perlu diperhatikan apabila penjualan melibatkan pihak lain. Jika produk dititipkan kepada pengelola titik wisata atau BUMKal, produsen harus mengetahui harga jual, biaya layanan, pihak yang bertanggung jawab atas kerusakan atau barang yang tidak terjual, serta tanggal pembayaran. Untuk produsen pangan, ketentuan mengenai produk yang mendekati akhir masa simpan menentukan pihak yang berwenang menarik produk dan pihak yang menanggung kerugian. Bagi produsen dengan modal kerja

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

terbatas, jarak waktu antara penyerahan produk dan pembayaran menentukan kapan bahan untuk produksi selanjutnya dapat dibeli. Oleh karena itu, prinsip *hifz al-mal* (Ibrahim et al., 2021) dapat diwujudkan melalui bukti serah terima dan catatan pembayaran yang dapat diperiksa oleh kedua pihak.

Kemaslahatan berhubungan dengan hasil yang didapat oleh keluarga produsen setelah memperhitungkan kerja tambahan dan biaya. Penelitian Fathma et al. (2024) tentang perbedaan antara pencapaian spiritual dan kemajuan bisnis memperkuat alasan untuk mengevaluasi kedua hal tersebut secara terpisah. Dalam rencana pemasaran bersama di Kalurahan Jatimulyo, barang yang dititipkan, barang yang benar-benar terjual, dan uang yang sudah dibayarkan harus dicatat secara terpisah. Dalam analisis bibliometrik terhadap 699 publikasi tentang pemasaran digital untuk UKM, Laila et al. (2024) menemukan biaya sebagai salah satu topik penelitian. Bagi produsen di Kalurahan Jatimulyo, biaya ini harus dihitung untuk setiap saluran yang dicoba. Penambahan pesanan dapat dianalisis bersama dengan biaya pengemasan, pengiriman, dan waktu pelayanan. Metode ini memberikan pelaku bisnis dasar untuk menganalisis apakah suatu saluran masih cocok dipakai.

Aspek lingkungan juga berpengaruh pada komitmen yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Pemetaan aset di Karyawangi menunjukkan pentingnya menggabungkan modal alam dengan kemampuan manusia dan finansial (Sumintak et al., 2024). Di Kalurahan Jatimulyo, terhentinya beberapa pekerjaan saat musim hajatan memberikan alasan untuk menyepakati kapasitas dan jadwal sebelum menerima pesanan dalam jumlah besar. Di lokasi wisata yang bergantung pada daya tarik alam, pilihan kemasan juga perlu memperhitungkan perlindungan produk, biaya untuk produsen, dan pengelolaan sampah di tempat penjualan. Pendekatan pasar dengan pengelola wisata dapat dimulai dari produk yang jadwal pengirimannya dapat dipastikan oleh produsen.

Langkah berikutnya yang disarankan adalah membahas peta kebutuhan bersama para pelaku bisnis, memilih satu saluran yang bisa dikelola, lalu mencatat keadaan awal sebelum percobaan dilakukan pada saluran tersebut. Para pelaku bisnis dapat membandingkan jumlah pesanan yang diterima dengan yang sudah dipenuhi, pendapatan setelah biaya pemasaran, serta ketepatan pembayaran dari mitra di periode yang sama. Untuk produk yang musiman, waktu panen atau acara khusus perlu dicatat agar perubahan dalam penjualan dapat dipahami dalam konteks tersebut. Dokumentasi yang ada saat ini belum merinci jumlah informan atau mencatat transaksi per usaha dan pengukuran lebih lanjut. Prioritas yang ditetapkan masih dapat disesuaikan berdasarkan pengalaman masing-masing produsen.

SIMPULAN

Pemetaan kebutuhan akses pasar usaha mikro di Kalurahan Jatimulyo menunjukkan bahwa peningkatan akses pasar tersebut harus dimulai dengan menjaga hubungan baik dengan pembeli setelah acara Gebyar UMKM. Untuk produsen makanan, informasi tentang pemesanan, kemampuan menyimpan barang, dan kepastian stok adalah hal yang paling penting. Sedangkan bagi pengrajin, pembeli ingin tahu spesifikasi barang dan waktu pembuatan yang bisa dipenuhi. Kelayakan saluran penjualan untuk kedua kelompok ini tergantung pada modal kerja, jadwal produksi, dan biaya distribusi. Dari sudut pandang ekonomi syariah, keadilan dan perlindungan kekayaan bisa terwujud melalui informasi yang tepat untuk pembeli dan kesepakatan mengenai biaya, tanggung jawab barang, serta waktu pembayaran bagi produsen. Analisis kebutuhan ini memberikan dasar bagi pelaku usaha, BUMKal, dan pengelola Desa Mandiri Budaya untuk memilih langkah pendampingan yang tepat. Untuk menilai manfaat ekonomi, perlu dilakukan uji coba saluran dan pencatatan transaksi sejak pelaksanaan dimulai.

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923

DAFTAR PUSTAKA

Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, *70*, 102376. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376

Badan Otorita Borobudur. (2024). *Desa ramah burung Jatimulyo Kulon Progo masuk 50 besar ADWI*. Badan Otorita Borobudur. https://bob.kemenpar.go.id/370759-desa-ramah-burung-jatimulyo-kulon-progo-masuk-50-besar-adwi/

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik E-Commerce 2024*. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/statistik-e-commerce-2024.html

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo. (2025). *Ringkasan eksekutif kondisi kemiskinan Kabupaten Kulon Progo 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo. https://kulonprogokab.bps.go.id/id/publication/2025/11/27/63a99568634e658ab71d53a0/ringkasan-eksekutif-kondisi-kemiskinan-kabupaten-kulon-progo-2025.html

Bashori, A. D., Suhendra, & Sucayono. (2026). Beyond the halal seal: Maqâshid al-Syarî'ah content marketing and customer engagement in halal small and medium enterprises. *Madania: Jurnal Kajian Keislaman*, *30*(1), 175–192. https://doi.org/10.29300/madania.v30i1.12200

Falentina, A. T., Resosudarmo, B. P., Darmawan, D., & Sulistyaningrum, E. (2021). Digitalisation and the performance of micro and small enterprises in Yogyakarta, Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, *57*(3), 343–369. https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1803210

Fathma, 'Azizah, Rizki, D., & Fatimah, R. (2024). The empowerment of mosque-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with a marketpreneur approach and maqashid syariah. *International Journal of Nusantara Islam*, *12*(1), 1–18. https://doi.org/10.15575/ijni.v12i1.32135

Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/Buku-Pengantar-Ekonomi-Islam.pdf

Laila, N., Sukmaningrum, P. S., Ngah, W. A. S. W., Rosyidi, L. N., & Rahmawati, I. (2024). An in-depth analysis of digital marketing trends and prospects in small and medium-sized enterprises: Utilizing bibliometric mapping. *Cogent Business & Management*, *11*(1), 2336565. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2336565

Ningrum, I. C., Megawati, L. R., & Nurhayati, P. (2023). The optimizing of digital marketing to increase brand awareness of Sudut Lombok. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, *9*(2), 467–478. https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.467

Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. (2026). *Sebanyak 139 produk UMKM di Desa Wisata Jatimulyo Kulon Progo resmi kantongi sertifikat halal*. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. https://pemkab.kulonprogokab.go.id/publikasi/detail/sebanyak-139-produk-umkm-di-desa-wisata-jatimulyo-kulon-progo-resmi-kantongi-sertifikat-halal

Sumintak, Nurdin, K., Sukirno, A., Kurniawan, A. F., & Hunainah. (2024). Social mapping: Sustainable livelihood approach Karyawangi Village, Pulosari Subdistrict, Pandeglang District. *Prosperity: Journal of Society and Empowerment*, *4*(2), 151–175. https://journal.walisongo.ac.id/index.php/prosperity/article/view/20670

Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, *45*, 102156. https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156

p-ISSN: 2963-8968 || e-ISSN: 2962-7923