

Peran *Car Free Day* sebagai Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Mojokerto

M. Hasan Syaifur Rizal^{1*}, Mohamad Zahrudin Sahri²

^{1,2} STAI Nurul Islam Mojokerto

Email : hasan.rizal95@gmail.com. sahrizahrudin25@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pemberdayaan UMKM banyak bermunculan pada kegiatan *Car Free Day* di berbagai kota termasuk Mojokerto. Oleh karena itu, *Car Free Day* memiliki potensi dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan langkah observasi dan wawancara pelaku UMKM yang beroperasi pada kegiatan *Car Free Day* wilayah Mojokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Car Free Day* dapat meningkatkan 2 kali lipat pendapatan para pelaku UMKM dan PKL dibandingkan beroperasi diluar kegiatan tersebut. Peningkatan pendapatan ini terjadi karena pengunjung yang ramai dalam kegiatan *Car Free Day*. Selanjutnya, harapan besar bagi para pelaku UMKM bahwa keberlangsungan kegiatan *Car Free Day* dapat dipertahankan bahkan diperluas titik-titik wilayah Mojokerto yang belum dijangkau.

Kata Kunci: *Car Free Day*, UMKM

ABTRACT

UMKM are an important pillar in promoting inclusive and sustainable economic growth. Many UMKM empowerments have sprung up on Car Free Day activities in various cities including Mojokerto. Therefore, Car Free Day has the potential to increase the income of UMKMs. This research is a type of qualitative research with a descriptive approach. In collecting data, this research uses observation and interviews with UMKM players who operate in Car Free Day activities in the Mojokerto area. The results showed that Car Free Day can double the income of UMKM players and street vendors compared to operating outside these activities. This increase in income occurs due to crowded visitors in Car Free Day activities. Furthermore, there is great hope for UMKM players that the continuity of Car Free Day activities can be maintained and even expanded to points in the Mojokerto area that have not been reached.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting bagi perekonomian nasional utamanya dalam meningkatkan produktifitas dan menciptakan lapangan kerja, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Peran UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, mengembangkan UMKM dan menjadikannya sebagai tumpuan masyarakat akan berdampak langsung pada stabilitas dan kemandirian ekonomi (Tanjung, 2016: 47)

Berdasarkan laporan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada tahun 2022 tercatat bahwa kontribusi UMKM mencapai 60,3% terhadap PDB dan sebesar 97% mampu menyerap tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi yang begitu besar menjadikan

UMKM menjadi salah satu program unggulan pemerintah, bahkan didorong pemerintah melalui Kredit Usaha Rakyat. Pada saat COVID 19, pemerintah pun dengan tanggap meluncurkan penjaminan kredit modal kerja bagi UMKM dalam rangka pemulihan ekonomi secara nasional. Berdasarkan hal di atas, UMKM menjadi senjata yang strategis dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selain itu, kepedulian pemerintah kepada pelaku UMKM yang begitu kuat merupakan suatu tindakan penting yang akurat yang diperlukan bangsa Indonesia (Puwanti, 2012: 25).

Menurut LPPI & Bank Indonesia (2015: 18) UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena: (1) Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor. (2) Penyedia lapangan kerja yang terbesar. (3) Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. (4) Pencipta pasar baru dan sumber inovasi. (5) Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Menurut UUD 1945 dengan dikuatkan TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pada prinsipnya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha pada semua sektor ekonomi (Hanim & Noorman, 2018: 9).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Pasal 5 bahwa pemberdayaan UMKM memiliki tujuan yang meliputi: (1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. (2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. (3) Meningkatkan peran UMKM dalam Pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pada negara-negara berkembang seperti Asia, Afrika Selatan, Amerika Latin, dan lain sebagainya bahwa UMKM memiliki peran penting dalam pandangan mencari kesempatan kerja, sumber pendapatan sekelompok orang, distribusi pendapatan, dan pengurangan kemiskinan serta membangun perekonomian di pedesaan (Hanim & Noorman, 2018: 39). Oleh karena, banyak negara-negara berkembang termasuk Indonesia yang mendukung program UMKM dalam rangka peningkatan kesejahteraan dan pembangunan perekonomian nasional.

Sebagai pilar yang penting bagi perekonomian nasional, UMKM perlu menjaga konsistensi dalam meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk sehingga memiliki daya saing. Dalam menghadapi perkembangan digitalisasi, UMKM perlu semakin kreatif, inovatif, dan adaptif seperti melakukan perluasan akses pasar dan jaringan pasokan produk agar terus mengikuti tren pasar. Selain itu, UMKM juga harus bersinergi dengan lembaga-lembaga pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang efektif dan efisien untuk mendorong

perluasan pasar, menguatkan sisi permintaan masyarakat dalam rangka mencintai produk lokal, dan menjadikan UMKM sebagai inspirasi dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Sebagai wujud sinergi terhadap pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan, banyak kota-kota besar mengadakan kegiatan *Car Free Day*. Menipisnya cadangan minyak dan meningkatnya emisi gas rumah kaca yang berkontribusi terhadap pemanasan global menjadikan inspirasi pelaksanaan program *Car Free Day* (Djarmiko & Cahyadi, 2020: 98). Kegiatan *Car Free Day* telah menjadi tren yang dilaksanakan oleh berbagai kota di Indonesia, khususnya kota Mojokerto. Banyaknya masyarakat yang menikmati suasana *Car Free Day* dengan jalan santai, olahraga, berkumpul dan lain sebagainya menjadikan peluang bagi para pelaku usaha untuk berjualan. Meskipun *Car Free Day* hanya diadakan sepekan sekali, banyak pelaku usaha berbondong-bondong memanfaatkan kesempatan ini untuk berjualan. Salah satu dampak positif kegiatan *Car Free Day* adalah meningkatkan ekonomi para pelaku UMKM dan pedagang kaki lima (Sucahyo, dkk., 2023: 109). Bagi pedagang kaki lima, *Car Free Day* memiliki dampak yang positif karena tidak memerlukan biaya produksi dan distribusi yang besar dengan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi (Devi, Rustiyarso, & Zakso, 2016: 14).

Penelitian ini berupaya mengungkap dan memperoleh informasi yang objektif tentang seberapa besar peran program *Car Free Day* terhadap peningkatan UMKM di Mojokerto. Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu ekonomi. Selain bidang akademik, melalui penelitian ini diharapkan muncul pengembangan konsep aktual dan kebijakan publik terkait strategi *Car Free Day* sebagai peningkatan UMKM di Mojokerto.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang *Car Free Day* telah banyak dilakukan sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Widuro, Suhita, dan Raharjo (2023: 3984) tentang menggugah UMKM melalui eksistensi *Car Free Day*. Penelitian mereka dilakukan di Desa Jetin Wetan Pedan, Klaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *Car Free Day* telah berhasil menggugah pelaku UMKM. Hal ini dibuktikan bahwa pelaku UMKM cukup mendapatkan keuntungan yang baik, bahkan beberapa pelaku UMKM mendapatkan pelanggan setia dalam kegiatan *Car Free Day*.

Mardiana dan Annisarizki (2017: 126) melakukan penelitian tentang pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang paguyuban wirausaha. Penelitian ini dilakukan di wilayah Cilegon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Car Free Day* di Cilegon adalah lokasi yang mendukung dan strategis bagi para pedagang. Hal ini karena banyak pengunjung yang datang selain berolahraga, juga untuk berbelanja, sehingga dapat meningkatkan penghasilan pedagang melalui kegiatan *Car Free Day* di Cilegon.

Penelitian dilakukan oleh Rosyidah, Rohmah, Yunitasari, Ningsih, Afiyana, dan Febrianti (2023: 266-268) tentang pembinaan UMKM Batik CV. Wecono melalui kegiatan *Car Free Day*. Pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah peminat terhadap Batik CV. Wecono. *Car Free Day* dipilih sebagai tempat dalam pendampingan UMKM karena banyak masyarakat yang berkunjung untuk olahraga, mengikuti senam, melihat karya-karya UMKM, bahkan menghabiskan waktu dengan keluarga. Pendampingan dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu

(1) Membuka stand penjualan Batik CV. Wecono dan menawarkannya kepada pengunjung yang berjalan didepan stand. (2) Berkeliling menawarkan produk kepada pengunjung yang sedang menikmati kegiatan *Car Free Day*.

Hasanah, Winarti, dan Puteri (2023: 30) melakukan penelitian tentang pemasaran UMKM Kerupuk Patolla di Desa Gadingsari. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi pemasaran produk kerupuk tersebut. Hasil penelitian bahwa kegiatan *Car Free Day* menjadi solusi pemasaran offline bagi UMKM Kerupuk Patolla. Hal ini karena banyak konsumen yang berkunjung pada kegiatan tersebut, sehingga peluangnya besar untuk dapat terjual cepat.

Sulistiyanto, Suranto, dan Marimin (2022: 4) melakukan kegiatan program magang bagi mahasiswa wirausaha merdeka kepada UMKM alang-alang tumbuh subur di Teras Boyolali. Program tersebut dilakukan dengan tujuan peningkatan pengetahuan, dan penguatan mental wirausaha bagi mahasiswa. Salah satu hasil kegiatan menunjukkan bahwa *Car Free Day* menjadi tempat pemasaran offline yang baik untuk meningkatkan penjualan.

Habibi, dkk (2022: 71) melakukan penelitian tentang analisis tingkat kepuasan konsumen UMKM yang beroperasi pada kegiatan *Car Free Day* di Kabupaten Pamekasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 74,63% dari seluruh dimensi kepuasan. Hal ini berarti konsumen merasa puas terhadap UMKM yang beroperasi pada kegiatan *Car Free Day* di Kabupaten Pamekasan.

Penelitian terkait UMKM dapat dilakukan secara berkelanjutan untuk mengetahui pertumbuhan UMKM. Kegiatan *Car Free Day* juga dipilih sebagai objek situasi sosial untuk melihat seberapa besar peran kegiatan tersebut dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini dilakukan pada 3 (tiga) kegiatan *Car Free Day* dengan tempat yang berbeda di wilayah Mojokerto. Hal ini dilakukan untuk mengetahui cakupan yang lebih luas peran *Car Free Day* bagi pelaku UMKM di Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yakni berusaha menelaah sebanyak mungkin dampak program *Car Free Day* bagi pelaku UMKM di wilayah Mojokerto. Peneliti akan mengamati 3 (tiga) tempat yang mengadakan kegiatan *Car Free Day* di wilayah Mojokerto. Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (Sugiyono, 2015: 54). Oleh karena itu, peneliti memilih responden tertentu yang dapat memberikan data yang diperlukan terkait situasi *Car Free Day*.

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara yang mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, peneliti akan melakukan reduksi data, display atau penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena maraknya kegiatan *Car Free Day* yang menggandeng para pelaku UMKM dan para Pedagang Kaki Lima (PKL) di daerah setempat telah menjadi kegiatan rutin dan banyak diminati oleh banyak kalangan. Kegiatan *Car Free Day* bukan hanya sekedar kegiatan mengurangi polusi kendaraan saja, akan tetapi sebagai ajang bisnis yang sangat menghasilkan. Kegiatan *Car Free Day* di Kabupaten Mojokerto sudah banyak tersebar di beberapa Kecamatan maupun di Desa-Desa, karena dampak kegiatan *Car Free Day* ini sangat besar bagi pelaku UMKM dan PKL. Ada beberapa *Car Free Day* yang ada di Mojokerto yaitu *Car Free Day* di Jalan Benteng Pancasila, *Car Free Day* di Jalan Grand Site Surodinawan, *Car Free Day* di area Rolak Songo, *Car Free Day* di Kecamatan Pacet, *Car Free Day* di Kecamatan Puri dan lain sebagainya. Kegiatan *Car Free Day* diadakan setiap hari Minggu pukul 05.00 WIB sampai 10.00 WIB. Masyarakat yang hadir pada kegiatan *Car Free Day* berasal dari berbagai golongan, yaitu dari mulai anak-anak, remaja sampai orang dewasa, dari kalangan orang biasa sampai orang kaya ikut berbaur bersama dalam kegiatan *Car Free Day* setiap hari Minggu.

Kegiatan *Car Free Day* dahulu memang difokuskan pada kota-kota besar saja dengan tujuan untuk mengurangi asap kendaraan bermotor, tetapi hari ini kegiatan *Car Free Day* dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM dan PKL untuk menawarkan dagangannya dan hasilnya sangat besar keuntungannya dari pada berjualan di luar kegiatan *Car Free Day*. Keuntungan yang diperoleh pedagang disesuaikan dengan besar kecilnya modal yang dikeluarkan dan banyak sedikitnya barang dagangan yang terjual. Rata-rata modal kerja yang digunakan PKL pada kegiatan *Car Free Day* berkisar antara Rp 300.000,00 sampai Rp 500.000,00, dan perolehan keuntungan bersih sekitar 30%-50% dari modal kerja yang digunakan. Pada acara *Car Free Day* ini, kebanyakan barang yang dijual adalah jenis barang dagangan basah seperti lontong sate, pecel, nasi kebuli, martabak, sosis panggang, air menir, minuman es dan lain sebagainya. Sedangkan dagangan yang bersifat kering meliputi pakaian, alat-alat rumah tangga, alat tulis kantor dan lain sebagainya. Jenis produk yang ditawarkan saat kegiatan *Car Free Day* juga mempengaruhi pendapatan yang diperoleh pedagang.

Jenis dagangan (jenis produk) merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah pemasaran. Produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran entitas-entitas ini. Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran yang memberikan nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi pedagang dalam membangun hubungan yang menguntungkan bagi konsumen.

Kebanyakan PKL yang berjualan di *Car Free Day* setiap harinya berjualan di sekolah-sekolah, berjualan berkeliling, ada juga yang berjualan di depan tempat wisata. Bahkan ada juga ibu rumah tangga yang ikut berjualan di *Car Free Day* ini, karena sangat potensial sekali. Berdasarkan observasi yang selama ini dilakukan menunjukkan bahwa setiap PKL yang berjualan di *Car Free Day* mengambil keuntungan sekitar 10% sampai dengan 40% dari setiap

dagangan yang dijual. Dengan rata-rata modal kerja yang bervariasi sesuai dengan barang dagangan yang dijual. Keuntungan yang diperoleh juga bervariasi sesuai dengan jumlah barang dagangannya yang terjual, ramai tidaknya pengunjung, jumlah modal dan jenis dagangan. PKL yang berjualan di kegiatan *Car Free Day* mendapatkan keuntungan hampir 2 kali lipat dibandingkan sehari-hari. Seperti halnya Ibu Painah penjual lontong sate, jika hari biasa rata-rata dagangan yang terjual sekitar 50 porsi tapi pada saat *Car Free Day* Ibu Painah dapat mendapatkan keuntungan lebih karena dagangannya bisa terjual sampai 100 karena pengunjung yang ramai.

Berdasarkan hasil observasi dapat disimpulkan bahwa jenis produk juga mempengaruhi pendapatan pedagang. Kebanyakan yang dagangannya laris dan mendapat hasil yang banyak adalah pedagang dengan jenis produk makanan dan minuman sedangkan untuk jenis produk yang bersifat kering pada kegiatan *Car Free Day* hasilnya sedikit. Itu semua disebabkan karena banyak pengunjung yang berada di *Car Free Day* melakukan olahraga, sehingga setelah olahraga mereka pasti membutuhkan makanan atau minuman. Oleh karena itu, stan yang banyak dikunjungi adalah yang menjual jenis produk basah. Tidak hanya perusahaan yang memiliki strategi diversifikasi, tetapi PKL yang berada di *Car Free Day* juga bisa melakukan strategi tersebut. Berbagai variasi produk (bauran produk) yang ditawarkan oleh para pedagang. Seperti PKL yang berjualan nasi pecel, tidak hanya nasi pecel saja yang dijual tetapi ada juga nasi rames, tempe penyet, bermacam-macam gorengan dan lain sebagainya. Begitu juga PKL yang berjualan kerudung, tidak hanya kerudung saja yang mereka jual tetapi ada juga bros. Dengan membuat beragam variasi produk, mereka tidak hanya mempercayai satu jenis produk saja yang diandalkan, tetapi bermacam-macam produk yang kemungkinan akan menarik minat konsumen untuk membeli. Dalam memasarkan dagangannya, PKL mempunyai kecenderungan untuk memasarkan dagangannya sedekat mungkin dengan calon pembeli. Hal ini hanya dapat dilakukan apabila lokasi tersebut dekat dengan pusat kegiatan/keramaian. Dalam menetapkan lokasi usahanya, disamping lokasi yang strategis yaitu lokasi yang dekat dengan pusat kegiatan, dalam menentukan tempat juga akan melihat bagaimana posisinya terhadap pedagang lain yang ada di tempat yang sama, hal ini akan menyangkut tingkat persaingan terutama dalam hal jenis dagangan atau banyaknya penjual sejenis di tempat yang sama.

Pendapatan yang diperoleh para pedagang berbeda satu sama lain, hal ini terjadi karena jenis dagangan yang diperdagangkan bervariasi. Karena jenis produk juga mempengaruhi pendapatan pedagang, jika menginginkan pendapatan yang banyak, maka jenis produknya juga harus disesuaikan pada acara dan tempat berjualannya. Dari semua PKL yang berjualan di *Car Free Day* mengalami peningkatan pendapatan 2 kali lipat dibandingkan dengan hari-hari biasa. Melihat hasil ini maka kesejahteraan PKL yang berada di *Car Free Day* juga meningkat. Peningkatan pendapatan dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM, sehingga tidak menutup kemungkinan dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar, serta secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian suatu wilayah.

Hasil di atas diperoleh dari observasi di beberapa *Car Free Day* yang ada di Mojokerto yaitu *Car Free Day* di Benteng Pancasila, *Car Free Day* di Surodinawan, *Car Free Day* di area Rolak Songo, dan menghasilkan data yang hampir sama, yaitu kegiatan *Car Free Day* sangat berpengaruh terhadap kenaikan penghasilan para pelaku UMKM dan Pedagang Kaki Lima (PKL). Selanjutnya, harapan para pelaku UMKM dan PKL bahwa kegiatan CFD harus terus diadakan diberbagai tempat, agar pelaku UMKM dan PKL lain yang ada di masing-masing daerah akan dapat meningkatkan penghasilannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian pembahasan hasil penelitian di atas bahwa secara luas kegiatan *Car Free Day* dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM dan PKL di Mojokerto. Pendapatan yang diperoleh mereka pada kegiatan tersebut dapat meningkat 2 kali lipat dibandingkan beroperasi pada hari-hari biasa. Peningkatan dan keaktifan UMKM dan PKL dapat menjadi dorongan kuat untuk pembangunan perekonomian nasional. Oleh karena itu, pemerintah setempat dapat memberikan perluasan kegiatan *Car Free Day* di wilayah lain area Mojokerto untuk menjangkau para pelaku UMKM dan PKL lain yang belum merasakannya. Selain itu, keberlangsungan kegiatan *Car Free Day* terus dipertahankan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta sebagai tempat sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi, C. S., & Zakso, A. (2016). Dampak *Car Free Day* Bagi Pedagang Kaki Lima di Kota Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (Jppk)*, 5(11), 1-14. <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v5i11.17332>
- Djatomiko, A. A., & Cahyoadi, B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran dan Pengolahan Produk Secara Inovatif Sebagai Optimalisasi Eksistensi BUMDes dan Pelaku UMKM di Era New Normal. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 8(2), 96-106. <https://doi.org/10.29100/j-adimas.v8i2.1792>
- Hanim, Lathifah & Noorman, MS. 2018. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA Press.
- Habibi, N. S., Kasanova, R., Oktasari, A. F., Nuritasari, F., & Anjarani, D. R. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Usaha Kecil dan Menengah *Car Free Day* Kabupaten Pamekasan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 65-74. <https://doi.org/10.53625/jirk.v2i1.2335>
- Hasanah, U., Winarti, I., & Puteri, D. R. A. (2023). Inovasi Kemasan dan Pemasaran Ukm Kerupuk Pattola Untuk Meningkatkan Pendapatan Desa Gadingsari. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 25-35.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Diakses dari www.bi.go.id pada 8 November 2023.

- Mardiana, S., & Annisarizki, A. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) Dalam Cilegon *Car Free Day*. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 166-129. <http://dx.doi.org/10.35448/jmb.v10i1.4278>
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1), 13-28. <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v5i1.65>
- Sucahyo, I., Hidayatullah, M. R., Amrullah, M. J., Karimah, Z., Musthofa, A., & Aisyah, S. (2023). Upaya Pemerintah Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program *Car Free Day* Di Kota Kraksaan. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 8(1), 99-111. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2088>
- Sugiyono. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, S., Sulistyanto, A., & Marimin, A. (2022). Program Magang Wirausaha Merdeka Meningkatkan Mental Berdaya Wirausaha Mahasiswa. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 530-535. <http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v4i2.6924>
- Tanjung, A. 2016. *Koperasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Winduro, W., Suhita D., & Raharjo, F.S. 2023. Menggugah UMKM Melalui Eksistensi *Car Free Day* Desa Jetiswetan Pedan Klaten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3977-3985. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15524>
- Yunitasari, D., Rosyidah, L. N., Rohmah, L., Ningsih, D. F. C., Afiyana, R. L., & Febrianti, N. A. (2023). Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri Dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di *Car Free Day* Jl. Dhoho Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 259-269. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.392>