

AKSELERASI PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLAAN USAHA BAGI PELAKU UMKM DESA BARENGKOK KECAMATAN KIBIN KABUPATEN SERANG, BANTEN

Ende¹, Rega Haikal², Atia³, Muhamad Fikri Bagus Darmawan⁴, Atikoh Ardana⁵, Yana Suryana⁶

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁵Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bina Bangsa

⁶Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

e-mail: ende@binabangsa.ac.id

Abstrak

Desa Barengkok merupakan satu-satunya desa di kecamatan Kibin yang wilayahnya diberada di Kawasan Industri sehingga tidak heran apabila mayoritas penduduk memperoleh penghasilan dari bekerja di pabrik-pabrik disekitar desa. Para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa ini menghadapi berbagai kendala seperti sedikitnya variasi produk, kemasan tidak menarik, pemasaran hanya mengandalkan sistem titip ke warung-warung, serta pengelolaan keuangan yang tidak sistematis. Oleh karena itu diperlukan tindakan pendampingan berupa edukasi kepada para pelaku UMKM. Tujuan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kinerja UMKM melalui pemberian edukasi terkait inovasi produk, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Metode pelaksanaan menggunakan metode ceramah dan diskusi oleh dua orang pemateri. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Aula Kantor Desa Barengkok, Kecamatan Kibin yang diikuti oleh sebanyak 15 peserta. Kegiatan pendampingan berjalan dengan efektif dan berdampak baik. Terdapat peningakatan pengetahuan yang sangat pesat berkaitan dengan penciptaan daya saing produk dan pengelolaan keuangan.

Kata kunci: Kapasitas Pengelolaan Usaha, Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Pengelolaan Keuangan, Kinerja UMKM

Abstract

Barengkok Village is the only village in Kibin sub-district that is located in an industrial area, so it is not surprising that the majority of the population earns income from working in factories around the village. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) players in this village face various obstacles such as the lack of product variations, unattractive packaging, marketing that only relies on the system of entrusting to stalls, and unsystematic financial management. Therefore, assistance is needed in the form of education to MSME players. The purpose of this assistance is to improve the performance of MSMEs through providing education related to product innovation, digital marketing, and financial management. The implementation method uses lecture and discussion methods by two speakers. Community service activities in the Barengkok Village Office Hall, Kibin District were attended by 15 participants. Mentoring activities run effectively and have a good impact. There was a very rapid increase in knowledge related to the creation of product competitiveness and financial management.

Keywords: Business Management Capacity, Product Innovation, Digital Marketing, Financial Management, MSME Performance

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia (Ariza, 2020; Febriyantoro et al., 2019; Quthbi et al., 2023). Keberadaan UMKM berdampak pada pemerataan pembangunan di daerah-daerah (Maydiantoro et al., 2021) . Pembangunan yang hanya mengutamakan pertumbuhan yang terpusat dan tidak merata ditambah lagi dengan tidak diimbanginya kehidupan sosial, politik, ekonomi maka pembangunan akan rapuh (Sarfiah et al., 2019). UMKM di Indonesia menempati kedudukan strategis dalam peta pembangunan perekonomian Indonesia. UMKM menjadi basis dari perekonomian yang tumbuh dikalangan rakyat yang mempunyai potensi untuk ditingkatkan menjadi tulang punggung perekonomian negara (Setyorini & Susilowati, 2019). Pesatnya perkembangan UMKM dewasa ini seiring dengan perkembangan teknologi informasi membuat perekonomian di Indonesia terus meningkat (Rofiq et al., 2018). Namun demikian, dalam perjalannya dihadapi beberapa kendala terkait UMKM. Kendala

nyata UMKM di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk (Ria & Digdowiseiso, 2023). Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah rendahnya sistem manajemen kinerja (Radyanto & Prihastono, 2020), rendahnya SDM (Fuadi et al., 2021), dan manajemen keuangan (Jamil et al., 2022).

Desa Barengkok merupakan desa yang terletak di Kabupaten Serang dengan luas wilayah 3,32 km²/sq.km. Jumlah penduduk tahun 2022 desa ini sebesar 5.861 jiwa terdiri dari 2.930 orang laki-laki dan 2.931 orang perempuan. Desa ini memiliki dua Rukun Warga dan empat belas Rukun Tetangga (RT). Desa Barengkok merupakan satu-satunya desa di kecamatan Kibin yang wilayahnya diberada di Kawasan Industri sehingga tidak heran apabila mayoritas penduduk memperoleh penghasilan dari bekerja di pabrik-pabrik disekitar desa. Potensi desa di desa ini meliputi potensi pertanian dan usaha kecil. Penduduk yang tidak bekerja di pabrik mendapatkan penghasilan dengan bertani dan menjalankan usaha skala kecil. Para pelaku usaha kecil (UMKM) di desa ini menjalankan usahanya dengan teknologi sederhana, dan manajemen pengelolaan yang alakadarnya.

Lokasi desa berada disekitar kawasan industri berdampak pada rendahnya minat warga untuk menjadi pelaku usaha. Sedikitnya minat menjadi pelaku usaha di desa ini sangat disayangkan mengingat potensi pasar di daerah tersebut sangat tinggi. Keberadaan UMKM di desa ini akan menjadi kekuatan besar bagi ketahanan ekonomi warga mengingat bukan hal mustahil pada suatu saat terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Secara global, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan peran dan strategis bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi (Deva Ariyani et al., 2022). Berdasarkan suryev lapangan, terdapat lima belas UMKM yang berada di desa ini. Mayoritas pelaku usaha bergerak di sektor kuliner (makanan) dengan pengelolaan yang seadanya. Kendala atau hambatan yang banyak terjadi dalam industri rumahan dalam hal ini UMKM adalah manajemen UMK dengan sederhana serta pemasaran dilakukan hanya sebatas personal selling (dari mulut ke mulut). Begitupun dengan pelaku UMKM Desa Barengkok, para pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala seperti sedikitnya variasi produk, kemasan tidak menarik, pemasaran hanya mengandalkan sistem titip ke warung-warung, serta pengelolaan keuangan yang tidak sistematis. Oleh karena itu diperlukan tindakan pendampingan berupa edukasi tentang permasalahan tentang inovasi produk, pemasaran yang kekinian (digital marketing), serta pengelolaan keuangan usaha.

Pendampingan manajemen usaha, pemasaran, dan keuangan telah terbukti mampu meningkatkan kinerja UMKM (Rahmi, 2021). Pelaku UMKM perlu diberikan stimulus untuk melihat usahanya dari sudut yang lain sehingga akan membuka wawasan dan pengetahuan serta membuka pasar baru dengan inovasi produk (Yuniarti et al., 2023). Namun demikian, inovasi produk juga harus di dukung oleh pemasaran produk (Sutoni & Randany, 2020). Pemasaran dan komunikasi merupakan faktor yang wajib ada dalam manajemen UMKM (Hamidi et al., 2023; Perguna et al., 2019). Pelaku usaha harus melakukan kegiatan pemasaran untuk mengenalkan produknya kepada banyak calon pelanggan (Madiun et al., 2022; Putra, 2018). Salah satu upaya meningkatkan kemampuan kinerja pemasaran UMKM adalah melalui pendampingan pemasaran digital (Kamil et al., 2022). Pelaku UMKM harus segera beradaptasi dengan melakukan digitalisasi UMKM diantaranya dengan menerapkan pemasaran digital (Hardilawati, 2021; Susanti, 2020). Pendampingan pemasaran digital yang baik terbukti berdampak pada kinerja dan ketahanan usaha UMKM (Handayani et al., 2021; Hasanah et al., 2022; Riyanto et al., 2022). Hal lain yang tidak kalah penting kaitannya dengan kinerja UMKM adalah berkenaan manajemen keuangan (Febriyantoro et al., 2019).

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk melakukan edukasi terkait inovasi produk, pengelolaan pemasaran digital, dan manajemen keuangan UMKM. Setelah melakukan pendampingan ini diharapkan para pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing usahanya sehingga bersaing dipasaran dan bisa memproduksi lebih baik.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2023 di Aula Kantor Desa Barengkok, Kecamatan Kibin yang diikuti oleh sebanyak 15 peserta yang merupakan pelaku UMKM yang tersebar di Desa Barengkok, Kegiatan ini menghadirkan narasumber yaitu: Ende, ST., MAB dan Ardi Hidayat, SE., MM yang merupakan dosen Program Studi Manajemen Universitas Bina Bangsa yang memiliki kepakaran dalam bidang manajemen usaha.

Pemecahan permasalahan mitra Pelaku UMKM di Desa Barengkok dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Kegiatan pengabdian terdiri dari tahapan sebagai berikut yaitu:

1. Persiapan

Tahap ini merupakan rangkaian awal dalam rangka persiapan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini meliputi persiapan peserta, tempat, fasilitas, materi, dan pemateri kegiatan.

2. Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahapan kegiatan berlangsung diantaranya pemberian pre-test, materi, dan diskusi dengan mitra.

3. Evaluasi

Tahap ini merupakan tahapan yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana efektifitas kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pemberian *pre-test* serta diakhiri dengan pemberian *post-test* dan survey kepuasan peserta terhadap kegiatan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tahap persiapan**

Pada tahap ini dilakukan berbagai persiapan yaitu meliputi persiapan pendataan peserta, tempat, fasilitas, dan konsep materi pendampingan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang diikuti oleh pelaku UMKM yang berada di Desa Barengkok Kecamatan Kibin Kabupaten Serang, Banten. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan penelusuran dan pendataan pelaku UMKM di Desa Barengkok. Hasil pendataan berupa informasi jumlah pelaku UMKM yang layak untuk diberi pendampingan. Setelah diperoleh data peserta selanjutnya pemilihan tempat yang representatif. Dalam hal ini dipilih kantor Desa Barengkok mengingat tempat ini mudah diakses oleh semua peserta. Dalam upaya diperoleh hasil pendampingan yang efektif disiapkan berbagai fasilitas diantaranya kursi, meja, infokus, penerangan yang cukup, serta sound system. Tujuan pengabdian adalah adalah untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usaha baik aspek produk maupun keuangan. Oleh karena itu konsep materi pengabdian ini terdiri dari dua materi yaitu materi tentang meningkatkan daya saing produk UMKM dan pengelolaan keuangan usaha.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini merupakan inti kegiatan yang berisi pemberian materi dan tanya jawab. Materi terdiri dari dua yang disampaikan oleh pemateri yang kompeten dibidangnya. Materi pertama berkenaan dengan inovasi produk dan strategi pemasaran produk UMKM di era digital. Pemberian materi berlangsung satu jam penuh oleh pemateri pertama. Materi tentang inovasi sangat relevan dengan kondisi saat ini karena peran inovasi produk merupakan hal krusial bagi kelangsungan hidup UMKM (Arumsari et al., 2022). Di era persaingan ini, UMKM harus mampu merumuskan strategi pengembangan produk yang unik dengan ciri khas tertentu (Darwanto, 2013). Materi berikutnya berkaitan dengan daya saing produk adalah tentang pemasaran digital di era digital. Materi ini pun sangat kekinian dan relevan karena berdasarkan hasil penelitian bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja UMKM. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan media sosial, social chatting, marketplace dan penggunaan platform lainnya, memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat menarik dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Materi pendampingan yang kedua berkenaan dengan manajemen keuangan meliputi pentingnya mengelola keuangan, membuat laporan keuangan, serta menilai kinerja keuangan UMKM. Pemberian materi berlangsung selama satu jam penuh oleh pemateri kedua. Pemberian materi tentang keuangan dimaksudkan agar pelaku UMKM mampu menata dan mengukur keuangannya dengan sistematis. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan temuan menarik yaitu mayoritas pelaku UMKM di Indonesia tidak faham dalam mengelola keuangan (Layyinaturrobbaniyah & Muizu, 2017). Para pelaku masih menganggap bahwa bahwa penelolaan keuangan adalah sesuatu yang rumit. Gambar 1 berikut menggambarkan suasana pemberian materi. Tampak pada gambar peserta mengikuti dengan penuh antusias.



Gambar 1 Pemberian Materi Pemberdayaan UMKM



Gambar 2 Foto Bersama Di Akhir Sesi Kegiatan

Gambar 2 diambil ketika kegiatan pelatihan digital marketing selesai dilaksanakan. Peserta terlihat semangat dan bahagia dengan pelatihan yang telah dilaksanakan. Sebelum sesi pelatihan berakhir pemateri meminta peserta untuk mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan terkait post test dan pertanyaan terkait kualitas penyelenggaraan kegiatan.

Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi kegiatan dengan pemberian pre-test kepada peserta. Hasil pre-test menunjukkan pengetahuan dasar tentang daya saing produk dan keuangan yang rendah. Berikut rincian hasil pre-test dan post-test pengetahuan dasar kelayakan usaha:

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Pengetahuan Daya Saing Produk dan Keuangan

No	Bahasan	Nilai Rata-rata <i>Pre-test</i>	Nilai Rata-rata <i>Post-test</i>	Persentase Kenaikan (%)
1	Empat kunci pemasaran digital	48,25	89,45	85,39
2	Langkah-langkah inovasi produk	45,75	87,67	91,63
3	Pencatatan keuangan	43,35	85,32	96,82

Berdasarkan Tabel 1 diatas terlihat bahwa terdapat kenaikan tingkat pemahaman peserta yang tinggi (kenaikan diatas 80%) untuk tiga aspek penting yang berkenaan dengan materi kegiatan. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan pendampingan berjalan efektif serta mampu memberikan tambahan pengetahuan yang sangat baik.

Pada akhir pelaksanaan kegiatan, para peserta diberikan angket untuk menilai kepuasan mereka selama pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Berikut ringkasan hasil angket kepuasan peserta yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kepuasan Peserta Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Aspek	Jumlah Skor	Nilai Max	Nilai Min	Rerata	Keterangan
1	Kesesuaian dan ketepatan sasaran peserta	71	5	4	4,73	Sesuai dan tepat
2	Pelaksanaan sesuai jadwal kegiatan	71	5	4	4,73	Jadwal sesuai kegiatan
3	Panitia memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan, sopan, ramah dan kooperatif	73	5	4	4,87	Pelayanan sangat baik
4	Permasalahan peserta ditindaklanjuti dengan baik oleh pengabdi	70	5	4	4,67	Baik
5	Materi pengabdian sesuai dengan kebutuhan peserta	73	5	4	4,87	Sangat sesuai

Berdasarkan Tabel 2 di atas, terlihat bahwa secara umum kualitas penyelenggaraan kegiatan pengabdian berjalan sangat baik. Kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan sasaran peserta, pelaksanaan sesuai jadwal kegiatan, pelayanan sangat baik, tindak lanjut permasalahan berlangsung dengan baik, serta materi pengabdian sangat relevan dengan kebutuhan.

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan berjalan dengan efektif dan berdampak baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pre-test dan post-test. Hal pre-test dan post-test menginformasikan bahwa terdapat peningakatan pengetahuan yang sangat pesat berkaitan dengan penciptaan daya saing produk dan pengelolaan keuangan. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat menyambut positif kegiatan ini, memberikan manfaat dan inspirasi, sehingga mereka memiliki rencana tindak lanjut untuk melakukan inovasi produk, melakukan pemasaran digital, serta mengelola keuangan lebih baik lagi. Masyarakat mengharapkan keberlanjutan dari kegiatan pengembangan berupa pendampingan UMKM di desa lain di Kecamatan Kibin Kabupaten Serang, Banten.

SARAN

Program kegiatan ini diharapkan dapat terus berlanjut, dan pada akhirnya dapat membuat para pelaku usaha mikro tidak hanya di Desa Barengkok, namun untuk desa-desa lainnya di Kecamatan Kibin Kabupaten Serang, Banten. Hal lainnya adalah diharapkan materi pendampingan bisa diperluas ke aspek lainnya misalnya berkenaan dengan pengelolaan SDM, peningkatan kerja sama, serta pencarian permodalan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapan kepada LPPM Universitas Bina Bangsa atas dukungan yang sangat berarti, segenap perangkat desa Desa Barengkok, Mahasiswa KKM kelompok 43 Universitas Bina Bangsa, serta segenap tokoh masyarakat Desa Barengkok.

DAFTAR PUSTAKA

Ariza, Q. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen, 1(2), 231–239.

Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang. Semar (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat), 11(1), 92. <Https://Doi.Org/10.20961/Semar.V11i1.57610>

Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 20(2), 142–149.

Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, & Hendri Sucipto. (2022). Pelatihan Branding Equity Untuk

Membangun Brand Image Pada Pelaku UMKM Di Desa Ciawi Dalam Meningkatkan Daya Jual. Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 2(3), 100–106. <Https://Doi.Org/10.55606/Kreatif.V2i3.493>

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <Https://Doi.Org/10.26533/Jmd.V1i2.175>

Febriyantoro, M. T., Harris, I., Sundiman, D., Pradana, M. R., & Lestari, E. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Dan Peningkatan Kualitas Manajemen Dan Tata Kelola Keuangan Bagi Pelaku UMKM Di Lingkungan PKK Tiban Global Batam. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 271–279. <Https://Doi.Org/10.31294/Jabdimas.V2i2.5981>

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <Https://Doi.Org/10.21831/Diklus.V5i1.37122>

Hamidi, D. Z., Ginanjar, N. S., & Deni, A. (2023). Optimalisasi Manajemen UMKM Melalui Pendampingan Dan Pelatihan Pengabdian Pada Masyarakat. 2(03), 206–212.

Handayani, T., Sidiq, F., & Nur, S. (2021). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen Pada UMKM Konveksi Mutiara. *Jamu: Jurnal Abdi Masyarakat Umum*, 1(02), 44–51. <Https://Doi.Org/10.46772/Jamu.V1i02.349>

Hardilawati, W. L. (2021). Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Governabilitas (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <Https://Doi.Org/10.47431/Governabilitas.V2i2.117>

Hasanah, M., Sari, R., Azizah, Mah, Mega Puspita, P., & Factur Risa, N. (2022). Pelatihan Penerapan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Desa. *Journal Of Character Education Society*, 5(4), 163–170. <Http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Jceshttps://Doi.Org/10.31764/Jces.V3i1.10941https://Doi.Org/10.31764/Jces.V3i1.Xxx>

Jamil, M., Mutmainnah, D., & Azizah, M. (2022). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *Share “Sharing - Action - Reflection”*, 8(2), 196–207. <Https://Doi.Org/10.9744/Share.8.2.196-207>

Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*, 3(2), 517–526.

Layyinaturrobbaniyah, & Muizu, W. O. Z. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat Dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Jurnal Pekbis*, 9(2), 91–103.

Madiun, K., Maruti, E. S., Sulifah, A., Darmawan, N., & Izza, M. Y. (2022). Pendampingan Manajemen Produk Pada Pelaku UMKM Di Desa. 1(November), 40–47.

Maydiantoro, A., Sampurna Jaya, M. T. B., Hestiningtyas3, W., & Rahmawati. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan Di Era New Normal. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 4, 1530–1539.

Perguna, L. A., Imamul Huda Al Siddiq, & Irawan. (2019). Desa Membangun UMKM: Pendampingan UMKM Berbasis Village Driven Development Dalam Penguatan Ekonomi Warga Di Desa Gogodeso Kabupaten Blitar. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 217–230. <Https://Doi.Org/10.29062/Engagement.V3i2.62>

Putra, A. H. (2018). Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <Https://Doi.Org/10.20961/Jas.V5i2.18162>

Quthbi, Z. H., Safiq, M. Y., Fatmiwati, N., Hasmi, N., Zinnuraini, M., Rahmah, H., & Hafiz, M. (2023). Pendampingan UMKM Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Sajang Kecamatan Sembalun. 2(1), 32–37.

Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi UMKM Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. *Opsi*, 13(1), 17. <Https://Doi.Org/10.31315/Opsi.V13i1.3467>

Rahmi, M. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 16–22. <Https://Doi.Org/10.59818/Jpm.V1i1.29>

Ria, & Digidowiseiso, K. (2023). Pendampingan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan

Jakamulya Kota Bekasi. Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement, 4(2), 469–477. [Https://Doi.Org/10.37680/Amalee.V4i2.2792](https://Doi.Org/10.37680/Amalee.V4i2.2792)

Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan Umkm Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas Umkm Di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. [Https://Doi.Org/10.31294/Jabdimas.V5i1.11534](https://Doi.Org/10.31294/Jabdimas.V5i1.11534)

Rofiq, M. R., Permatasari, D. P., & Farida, L. F. (2018). Model Pendampingan Umkm Bidang Kerajinan Menjadi Start-Up Sukses Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 1–8. [Https://Doi.Org/10.26905/Abdimas.V3i2.2585](https://Doi.Org/10.26905/Abdimas.V3i2.2585)

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Rep (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. [Https://Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952](https://Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952)

Setyorini, C. T., & Susilowati, D. (2019). Pendampingan Umkm Batik Dalam Mengoptimalkan Nilai Tambah Umkm Melalui Pelatihan Pembuatan Motif Batik Khas Purbalingga. *Darma Sabha Cendekia*, 1(1), 54. [Https://Doi.Org/10.20884/1.Dsc.2019.1.1.2191](https://Doi.Org/10.20884/1.Dsc.2019.1.1.2191)

Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. [Https://Doi.Org/10.24198/Sawala.V1i2.26588](https://Doi.Org/10.24198/Sawala.V1i2.26588)

Sutoni, A., & Randany, M. R. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 127–134. [Https://Journals.Upi-Yai.Ac.Id/Index.Php/Ikraith-Abdimas/Article/Download/991/781](https://Journals.Upi-Yai.Ac.Id/Index.Php/Ikraith-Abdimas/Article/Download/991/781)

Yuniarti, A., Nurwana, A., Jamaluddin, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Dharmo, T. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Pammana Kabupaten Wajo 1,2. 2(1), 34–40.