

Sosialisasi dan Pelatihan *Digital Marketing, Branding, Manajemen Keuangan dan Sertifikasi Halal* pada UMKM Desa Maredan Barat

Syofiatul Safitri ^{1*}, Agnesia Gian Marcheren ², Alifa Fauziah ³,
Audrey Dwi Rahma ⁴, Lala Putri Guci ⁵, Maya Risma Wijayanti ⁶,
Sephia Amanda ⁷, Sindy Novelia ⁸, Uly Hasanah ⁹

¹⁻⁹ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

* syofia.s@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Sosialisasi dan Pelatihan ini dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada para pelaku UMKM yang berada di Desa Maredan Barat. Dari identifikasi yang telah dilakukan diketahui bahwa promosi yang dilakukan masih dengan cara tradisional serta pemasaran yang dilakukan masih di sekitaran kampung saja. Selain itu para pelaku UMKM juga tidak mencatat laporan keuangan mereka. Maka dari itu dengan adanya sosialisasi dan pelatihan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman para pelaku UMKM di Desa Maredan Barat agar dapat mengoptimalkan potensi bisnis yang dimiliki. Hasil dari sosialisasi ini yaitu para pelaku UMKM sangat antusias mengikuti seluruh pelatihan yang dilaksanakan berupa *digital marketing, branding, manajemen keuangan dan sertifikasi Halal* bagi produk UMKM Desa Maredan Barat. Para pelaku UMKM juga didampingi untuk pengurusan Sertifikasi Halal sesuai dengan persyaratan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan keputusan penetapan kehalalan produk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Kata Kunci: *digital marketing, branding, pengelolaan keuangan, sertifikasi halal, UMKM*

Pendahuluan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diartikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keahlian seni dari perguruan tinggi, baik secara kelembagaan maupun keilmuan, secara langsung kepada masyarakat dalam rangka memajukan pembangunan manusia dan memajukan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila, serta meningkatkan pelaksanaan misi dan operasional Pendidikan Tinggi (Buhari et al., 2023). Kuliah Kerja Nyata merupakan kegiatan yang menggabungkan penerapan Tri Dharma yang dilakukan oleh mahasiswa di bawah pengawasan instruktur yang salah satunya mengajar di Universitas Riau (UNRI). Informasi ini diambil dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Riau (UNRI) Tahun 2023. Peraturan Rektor Nomor 4 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Pendidikan di Universitas Riau.

Peranan dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal bagi pertumbuhan ekonomi nasional sangatlah penting, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penuntasan jumlah pengangguran sekaligus juga dapat mendorong pembangunan daerah. Terbatasnya kemampuan pelaku UMKM di Desa dalam pemasaran produk, pengelolaan keuangan serta sertifikasi Halal produk menyebabkan banyak pelaku UMKM yang kurang eksis dan sulit untuk berkembang (Sari et al., 2022; Nurwandri et al., 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Dalam mengembangkan UMKM, kebijakan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, memuat pengembangan UMKM yang dapat dilakukan melalui pemberdayaan, iklim usaha, pengembangan usaha, pembiayaan dan pinjaman, serta kemitraan (Setiyani et al., 2022). UMKM sangat penting bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Selain menawarkan salah satu kesempatan kerja baru, UMKM berkontribusi pada percepatan pertumbuhan ekonomi setelah krisis keuangan 1997, yang menghambat ekspansi perusahaan besar. Saat ini, UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan negara dan daerah di Indonesia. Perekonomian Indonesia dan kawasan ASEAN saat ini terutama berbasis pada UMKM. Di ASEAN, UMKM menyumbang 88,8-99,9% dari semua bentuk bisnis dan mempekerjakan antara 51,7-97,2% dari tenaga kerja. Sekitar 56,54 juta UMKM atau 99,99% dari seluruh pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM. Oleh karena itu, diperlukan prioritas kerja sama untuk pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM (Widjaja et al., 2018). Sesuai dengan semangat nawacita, pemerintah bekerja untuk meningkatkan produktivitas warga dan daya saing global selain mempromosikan kemandirian ekonomi dengan menyoroti bidang-bidang penting dari ekonomi nasional. Kehadiran sektor UMKM menurunkan pengangguran yang disebabkan oleh angkatan kerja yang kurang dimanfaatkan. Perekonomian yang tangguh juga terbukti ditopang oleh sektor UMKM (Sulaeman, 2020).

Kecamatan Tualang memiliki luas wilayah 383,07 km² dan jumlah penduduk 107.094 jiwa pada tahun 2012, merupakan kecamatan terluas di Kabupaten Siak yang memiliki 8 Desa dan 1 Kelurahan, termasuk Desa Maredan Barat. Terdapat 2 dusun, 12 RT, dan 4 RW yang membentuk Desa Maredan Barat. Di Desa Maredan Barat terdapat banyak UMKM yang dijalankan oleh masyarakat setempat, mulai dari kuliner hingga industri rumahan. Banyaknya usaha mikro yang ada di Desa ini tentunya memiliki *benefit* terutama bagi Desa Maredan Barat. Dengan banyaknya usaha mikro yang ada, diharapkan mampu menstabilkan kondisi ekonomi Masyarakat yang ada di Desa tersebut. Namun ternyata terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Maredan Barat. Permasalahan yang dihadapi mulai dari pemasaran produk, pembentukan label dan kemasan produk hingga tidak adanya pencatatan keuangan.

Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Universitas Riau melakukan sosialisasi dan pelatihan guna peningkatan UMKM di Desa Maredan Barat karena adanya permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Maredan Barat. Tujuan diadakannya kegiatan ini diharapkan mampu memberi gambaran kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Maredan Barat agar mampu mengembangkan usaha mereka mulai dari pembuatan promosi di media sosial dan pembuatan pencatatan laporan keuangan sederhana agar mampu menarik minat konsumen dalam maupun luar

daerah. Selanjutnya dilakukan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi Halal bagi produk kuliner di Desa Maredan Barat.

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tim kukerta MBKM lakukan adalah ingin memperlihatkan, mengenalkan dan memberikan wawasan bahwa pentingnya mengelola usaha dengan baik dan benar, sehingga usaha tersebut berpeluang untuk berkembang dan berkelanjutan. Tindakan ini memang membutuhkan sebuah proses yang panjang. Salah satu program untuk melaksanakan perbaikan usaha mikro kecil menengah adalah dengan cara mengadakan sosialisasi dan pelatihan dalam pengembangan *digital marketing*, *branding*, pembuatan pencatatan laporan keuangan dan pendampingan sertifikasi Halal. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di Desa Maredan Barat, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak Provinsi Riau. Fokus kegiatan ini adalah pada pelaku UMKM yang ada di Desa Maredan Barat.

Metode pelaksanaan yang pertama yaitu *Survey* yang dilakukan dengan berkunjung ke Kantor Desa Maredan Barat menemui Kepala Desa untuk mendapatkan informasi terkait mitra yang ada di Desa tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan mengunjungi UMKM yang terdapat di Desa Maredan Barat yang memiliki potensi untuk didampingi. Metode pelaksanaan selanjutnya adalah *Observasi* yang dilakukan dengan berkunjung ke beberapa mitra yang telah direkomendasikan oleh Kepala Desa Maredan Barat. Tim mencari UMKM dan juga kelompok masyarakat yang ada di Desa Maredan Barat.

Hasil dan Pembahasan

Maredan Barat merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Desa Maredan Barat memiliki jarak 7,7 km dari pusat pemerintahan kecamatan dan memiliki jarak 57km dari pusat pemerintahan kabupaten, sedangkan dari pusat pemerintahan provinsi sejauh 46km. Memiliki jumlah penduduk 2.835 jiwa pada tahun 2019 dan 2.887 jiwa pada tahun 2020, dengan pertumbuhan penduduk yang tidak terlalu meningkat dan tidak menjadi suatu tantangan bagi perangkat desa guna membangun Desa Maredan Barat ke depannya.

Desa Maredan Barat merupakan desa yang ramah, dimana penduduknya merasa diterima, aman, dan memiliki kualitas hidup yang baik. Lingkungan Maredan Barat menekankan nilai-nilai seperti kerjasama, solidaritas, dan kedamaian. Dikarenakan struktur tanah di desa ini yang tergolong subur, sehingga Desa Maredan Barat memiliki keunggulan tersendiri yang berasal dari potensi perkebunan sawitnya, selain itu masyarakat juga memanfaatkan sawit sebagai sumber bahan baku pembuatan gula merah. Mitra dalam kegiatan sosialisasi ini kelompok masyarakat yang memiliki usaha mikro dan dikelola sendiri (usaha rumahan). Umumnya pelaku UMKM di Desa Maredan Barat ini mengedarkan produknya masih di kawasan desa saja. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat bagaimana cara meningkatkan produk mereka agar produk tersebut mampu didistribusikan hingga keluar daerah.

Kegiatan pendataan pelaku UMKM dilakukan untuk mengetahui jumlah pelaku UMKM di Desa Maredan Barat. Pendataan ini dibantu oleh beberapa perangkat desa karena

dinilai yang lebih mengetahui kondisi riil di lapangan. Hasilnya mendapatkan kurang lebih 60 data UMKM yang tersebar di wilayah Maredan Barat.



Gambar 1. Contoh produk olahan yang masih di kelola secara rumahan di Desa Maredan Barat.

Beberapa kelompok usaha masyarakat di Desa Maredan Barat yang dikelola sendiri inilah yang menjadi sasaran utama untuk dikumpulkan dan diberi pengarahan dan pemahaman cara mengembangkan produk dan usaha mereka dengan waktu yang telah ditetapkan.

Tabel 1. Jenis usaha di Desa Maredan Barat

No	Nama Produk	Bidang usaha
1.	Gula merah kelapa sawit	Produksi
2.	Jamu	Produksi
3.	Peyek	Kuliner
4.	Laundry	Jasa
5.	Pangkas Rambut	Jasa

Pada proses, diawali dengan mendatangi pemangku wilayah terdekat dilokasi pendampingan. Pertama kali yang dilakukan adalah bersilahturahmi dengan dengan beberapa UMKM, diantaranya UMKM laundry, pembuatan gula merah sawit, pembuatan peyek, pembuatan jamu, dan potong rambut. Dengan kepentingan guna menyampaikan maksud melakukan pendampingan, kegiatan ini berupa pendampingan terkait bagaimana mengatur manajemen keuangan yang efektif dan efisien, bagaimana manajemen resiko usaha, bagaimana strategi manajemen pemasaran usaha, manajemen operasi dan proses produksi usahanya. Alasan memilih mitra tersebut karena UMKM tersebut merupakan salah satu UMKM yang cukup populer di Desa Maredan Barat. Setelah masyarakat mengetahui kegiatan pendampingan, maka selanjutnya menemui Bapak Penghulu Desa Maredan Barat, yaitu Bapak H. M. Aljufri S. Sos. Dalam rangka mengkoordinasikan program pendampingan dan meminta izin jalannya program sosialisasi yang akan diadakan.



Gambar 2. Pendampingan UMKM Gula Merah Kelapa Sawit Desa Meredan Barat

Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi dan pelatihan dimulai dengan tahapan registrasi peserta kegiatan sosialisasi, kemudian dilanjutkan oleh kegiatan pembuka acara oleh pihak mahasiswa Universitas Riau selaku pembuat agenda, kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan dari penghulu desa dan selanjutnya penjelasan materi yang dibawakan oleh mahasiswa dan akademisi dari Universitas Riau.



Gambar 3. Sosialisasi dan Pelatihan UMKM

Sosialisasi dan pelatihan ini bertema “Langkah Unggul: Meningkatkan Relevansi Dan Kesejahteraan UMKM Desa Melalui *Digital Marketing, Branding*, Manajemen Keuangan dan Sertifikasi Halal” dilakukan pada hari Jum’at, 1 Desember 2023 dihadiri oleh 29 Pelaku UMKM, H.M. Al Jufri S.Sos selaku Penghulu Kampung Maredan Barat, Perwakilan

Bapekam, Syofiatul Safitri, S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), dan Pengawas SPBE Kampung Maredan Barat. Adapun lokasi pelaksanaan sosialisasi yaitu di Aula Kantor Desa Kampung Maredan Barat, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak.

Sosialisasi ini berfokus pada penjelasan mengenai penerapan *digital marketing*, *branding*, manajemen keuangan dan sertifikasi halal pada UMKM. Pada materi *digital marketing* dijelaskan mengenai pengertian *digital marketing*, contoh *digital marketing*, pentingnya melakukan analisis terlebih dahulu sebelum memulai suatu usaha dengan mengetahui karakter pelanggan, persaingan, dan analisis SWOT, materi ini perlu dijelaskan karena UMKM di Kampung Maredan Barat masih tergolong belum berkembang dikarenakan masih banyaknya pelaku UMKM yang melakukan promosi dengan cara tradisional serta pemasaran yang hanya disekitaran kampung saja. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang mengintegrasikan berbagai platform digital, alat, dan teknik analitik untuk menjangkau, terlibat, dan mempengaruhi audiens target dengan cara yang efektif, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan pelanggan yang kuat, meningkatkan konversi dan penjualan, serta mencapai hasil yang optimal dalam lingkungan bisnis digital yang terus berkembang (Indrapura & Fadli, 2023).

Menurut (Adviola et al., 2023) Pemasaran digital menawarkan banyak keuntungan dalam proses pemasaran, antara lain kemudahan tersebut karena prosesnya yang sederhana dan biaya yang dikeluarkan lebih murah atau kecil daripada bisnis tradisional atau konvensional. Banyak pelaku UMKM yang telah menerapkan pemasaran digital menggunakan media digital dalam usahanya berupa media sosial dan platform belanja online (*e-commerce*). Platform media sosial yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh pelaku UMKM yang sudah menerapkan pemasaran melalui *Digital Marketing* yaitu Facebook, Instagram, dan yang terbaru dan populer yaitu Tiktok sebagai katalog produk dan WhatsApp bisnis sebagai alat komunikasi utama untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Penggunaan *Digital Marketing* atau pemasaran digital oleh pelaku UMKM sangatlah diperlukan. Apalagi di era modern ini, hampir semua bidang kehidupan serba digital. Manfaat dari pelaku usaha/UMKM yang telah menerapkan pemasaran melalui *Digital marketing* yaitu:

- a. Terciptanya saluran pemasaran yang berkelanjutan,
- b. Kemudahan dalam berkomunikasi antara pelaku usaha dan konsumen,
- c. Penurunan biaya atau anggaran pemasaran secara signifikan,
- d. Memudahkan promosi antar platform media sosial,
- e. Meningkatkan popularitas merek dan produk yang dipasarkan,
- f. Dapat memperkenalkan organisasi atau perusahaan ke semua orang.

Digital marketing berpengaruh terhadap *branding* suatu usaha. Pada materi *branding* dijelaskan mengenai pengertian merek, ekuitas merek, elemen-elemen. Dan bagaimana merek membantu bisnis berkembang. *Branding* adalah upaya kreatif untuk menyajikan informasi tentang suatu perusahaan beserta produknya kepada publik. *Branding* membuat perusahaan atau produk lebih mudah diingat oleh masyarakat luas, dan dapat berkesan sepanjang waktu. Strategi *branding* adalah upaya untuk memperkenalkan nilai-nilai bisnis kepada konsumen. Nilai-nilai ini terbagi dalam beberapa aspek, mulai dari nama, logo, merek, slogan hingga penggunaan warna khusus (Ferli et al., 2022). Dengan

penyampaian materi ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami proses *branding* produk dan mampu membangun *awareness* dalam *branding*.

Penyampaian materi mengenai manajemen keuangan, strategi keuangan, dan laporan keuangan menjelaskan tentang kerangka dasar manajemen keuangan, strategi keuangan, dan contoh laporan keuangan sederhana. Pencatatan laporan keuangan suatu usaha sungguh penting untuk dilaksanakan, agar mengetahui besaran pemasukan ataupun pengeluaran sehingga nantinya bisa menghitung keuntungan maupun kerugian yang diperoleh selain itu dapat pula mengetahui kinerja dari usahanya. Penerapan akuntansi dalam Usaha Mikro Kecil Mengengah (UMKM) sangat dibutuhkan karena dimanfaatkan untuk menahami pencatatan dan pelaporan keuangan (Dharma et al., 2023). Pada kenyataannya banyak pelaku UMKM yang tidak mencatat laporan keuangannya secara rutin maka dari itu pada penjelasan materi ini dijelaskan mengenai cara mengatur keuangan usaha dan juga memberikan contoh laporan keuangan yang sederhana sehingga dapat digunakan sebagai acuan oleh pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan usaha mereka.

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan sebagai wadah dalam memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai strategi berwirausaha yang sesuai dengan perkembangan saat ini, selain memberikan inovasi, sosialisasi ini juga bertujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pasar bagi UMKM. Melalui sosialisasi ini para pelaku UMKM akan diberi pemahaman mengenai pentingnya penerapan *digital marketing*, *branding* yang efektif, dan manajemen keuangan yang baik dalam mengelola usaha. Dengan begitu diharapkan para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi bisnis yang mereka miliki dan dapat bersaing ditengah berkembang usaha saat ini.

Dalam kegiatan sosialisasi mengenai *digital marketing*, *branding*, manajemen keuangan dan sertifikasi halal, para pelaku UMKM sangat antusias terhadap kegiatan ini. Selain itu pelaku UMKM juga mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran digital, peningkatan citra merek, manajemen keuangan yang efektif. Dan juga pelaku UMKM didampingi dalam pengurusan sertifikasi halal produknya. Pelaku UMKM juga dapat mengidentifikasi peluang baru untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Hal ini juga didukung oleh keterlibatan penghulu desa dan perangkat desa sebagai fasilitator yang baik dan menjadi penghubung yang baik antara mahasiswa dengan para pelaku UMKM.

Kesimpulan

Kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat di Desa Maredan Barat Kecamatan Tualang Kab Siak, disimpulkan bahwa adanya kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini memberikan dampak positif yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan usaha mereka. Dengan adanya pemahaman mengenai *digital marketing*, *branding*, manajemen keuangan dan sertifikasi halal pelaku UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha mereka. Selain itu dengan adanya kolaborasi dengan penghulu dan perangkat desa memberikan dukungan yang kuat sehingga terbentuknya lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis UMKM. Melalui pemaparan materi yang telah disampaikan diharapkan para pelaku

UMKM dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka, memperluas pasar, dan memberikan kontribusi positif pada perkembangan ekonomi di Kampung Maredan Barat.

Ucapan Terimakasih

Tim Kukerta MBKM mengucapkan terimakasih kepada Dosen Pendamping Lapangan (DPL) yang telah bekerja sama dengan Desa Maredan Barat dalam upaya membantu terlaksananya kegiatan Kukerta MBKM dan Pengabdian kepada Masyarakat setempat.

Referensi

- Adviola, T. F., Priyambudi, N. A., Khotimah, A. A. H., Erlushandy, D. P., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Sosialisasi *Digital Marketing* dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 111–120. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.388>
- Buhari, G., Rusmawati, R., Inarmiawati, I., Syarif, I., & Elihami, E. (2023). Peningkatan Kompetensi Dasar Menggambar Rekayasa Teknik Melalui Pelatihan Autocad Siswa SMK Latanro Kabupaten Enrekang. *Maspul Journal of Community Empowerment*, 5(1), 81–87. <https://doi.org/10.33487/pengabdian.v5i1.6618>
- Dharma, B., Hasibuan, R., & Wiranti. (2023). Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus: Emir Roti). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 3(1), 26–32.
- Ferli, O., Rimadias, S., Widayanto, S., Virgayanti, N. P. M., Yulianti, E., Rohmah, A. O., & Pratiwi, D. (2022). Sosialisasi Strategi Branding Untuk Produk Lokal Pada Komunitas Bali Loves Handmade. *Jurnal Media Abdimas*, 1(3), 234–242.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Nurwandri, A., Marzuki, D., & Yanuardin. (2023). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal bagi pelaku UMKM di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 3(3), 60–65.
- Sari, P. N., Oktaria, E. T., Yusda, D. D., & Wengrum, T. D. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku Usaha UMKM di Desa Mekar Sari Kabupaten Mesuji. *JPU: Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(1), 38–42.
- Setiyani, A., Yuliyanti, T., & Rahmadanik, D. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425–433. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/112>
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16–22. <https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.34>
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *JURNAL ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476.