

Pendampingan Kemitraan Pemasaran UMKM Rengginang Dan Kopi Bujal (Bumdes Jaya Laksana) Desa Wates Jaya Dalam Upaya Keberlangsungan Usaha

Assistance For The Marketing Partnership of MSMEs Rengginang And Kopi Bujal (Bumdes Jaya Laksana) Wates Jaya Village In An Effort To Continue Business

Nur Hidayah Agustin¹

¹Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720, e-mail: nur.hidayah@unida.ac.id

(Diterima: 14-03-2022; Ditelaah: 15-10-2022; Disetujui: 10-08-2023)

Abstrak

Masalah yang terjadi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor adalah mengenai pemasaran, seperti pada UMKM Rengginang 2jett dan Kopi BUJAL (BUMDES Jaya Laksana). Adapun beberapa faktor yang menyebabkannya yaitu masih kurangnya pengembangan dan pendampingan unit usaha menengah kecil masyarakat (UMKM) di Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor, sehingga masih banyak UMKM yang belum berkembang, bahkan tidak memproduksi lagi. Selain itu, masih kurangnya pemahaman masyarakat akan pemasaran dan pengembangan bisnis berbasis online. Pemanfaatan antara Sumber Daya Manusia (SDM) yang dirasa belum cukup optimal dalam pengelolaan beberapa produk UMKM. Solusi yang diberikan adalah memberikan pendampingan kemitraan pemasaran untuk pelaku UMKM rengginang dan kopi berupa pendampingan dan pelatihan pemasaran. Diharapkan program pendampingan kemitraan UMKM ini diharapkan bisa menjadi solusi ditengah situasi dan kondisi terkini bagi para pelaku UMKM setempat dimana penulis melakukan PKM. Tujuan dari program ini yaitu untuk mengembangkan mitra pemasaran produk rengginang dan kopi desa Wates Jaya. Metode pelaksanaan yang dilakukan penulis yaitu melakukan wawancara dan diskusi terhadap pemilik UMKM tentang kondisi saat ini di tengah kondisi pandemi COVID-19. Serta melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis online. Sehingga pendapatan pelaku UMKM dapat meningkat melalui peningkatan pemasaran dan juga meningkatkan dalam pengetahuan dan keterampilan. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM rengginang dan kopi dari program ini yaitu sudah memiliki mitra untuk usahanya, yaitu mitra bahan baku dan mitra pemasaran untuk produk rengginang dan kopi. Dan produk UMKM rengginang dan kopi sudah mempunyai toko online yang bisa digunakan sebagai media pemasaran online agar dapat memasarkan produknya secara luas dan pendapatan juga meningkat.

Kata Kunci: UMKM, Kemitraan, Pendapatan

Abstract

The problem that occurs in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the village of Wates Jaya, Cigombong District, Bogor Regency is regarding marketing, such as the Rengginang 2jett MSME and BUJAL Coffee (BUMDES Jaya Laksana). There are several factors that cause it, namely the lack of development and lack of assistance for small and medium community business units (UMKM) in Wates Jaya Village, Cigombong District, Bogor Regency, so that there are still many MSMEs that have not developed, and do not even produce anymore. Lack of public understanding of online-based marketing and business development. Utilization of Human Resources (HR) which is considered not optimal enough in the management of several MSME

products. The solution provided is to provide marketing partnership assistance for rengginang and coffee SMEs in the form of marketing assistance and training. It is hoped that this MSME partnership assistance program is expected to be a solution in the midst of the current situation and conditions for local MSME actors where the author conducts PKM. The purpose of this program is to develop marketing partners for Wates Jaya village coffee and rengginang products. The method of implementation carried out by the author is conducting interviews and discussions with MSME owners about the current conditions in the midst of the COVID-19 pandemic. As well as conducting online-based marketing training and assistance. So that the income of MSME actors can increase through increased marketing and also increase in knowledge and skills. The results obtained by rengginang and coffee MSME actors from this program are that they already have partners for their business, namely raw material partners and marketing partners for rengginang and coffee products. And the rengginang and coffee MSME products already have online stores that can be used as online marketing media so that they can market their products widely and increase income.

Keywords: MSME, Partnership, Income.

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang pada dasarnya tidak dapat hidup sendiri. Begitu pula dengan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM. Sebuah UMKM tidak dapat berdiri sendiri tanpa bantuan orang atau perusahaan lain. UMKM akan bertahan jika tidak berjalan sendiri dalam dunia bisnis yang penuh persaingan serta ketidakpastian saat ini. UMKM tidak bisa hanya mengandalkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai keunggulan daya saingnya, untuk itu UMKM membutuhkan pihak lain. UMKM perlu melakukan kemitraan atau kerja sama dengan pihak lain, baik dengan supplier, distributor, bahkan dengan pesaingnya (Paramita et al., 2019).

Kemitraan adalah suatu kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku usaha mikro, kecil, dan Menengah maupun dengan usaha besar. Maksud dan tujuan dari kemitraan adalah win-win solution dimana kedua belah pihak yang melakukan kemitraan sama-sama mendapat keuntungan dan tidak ada yang dirugikan. UMKM dapat memperoleh beberapa manfaat penting dengan melakukan kemitraan. Banyak perusahaan yang memperoleh manfaat dari kemitraan yang dilakukannya, terutama perusahaan kecil yang melakukan kemitraan dengan perusahaan yang lebih besar (Sutoni, 2021).

Dimasa kini, kemitraan merupakan salah satu cara yang harus dilakukan oleh sebuah usaha khususnya UMKM. Karena, banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari proses kemitraan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemitraan selalu menghasilkan dampak positif bagi UMKM yang bermitra. Beberapa dampak positif/manfaat yang didapat dari kemitraan yaitu dapat memanfaatkan kemampuan yang dimiliki mitra, salah satunya diuntungkan dari segi pemasaran yaitu pengembangan pemasaran. UMKM dapat memperluas jaring-jaring pemasarannya dengan melakukan kemitraan (Trisnawati, 2021). Disamping itu UMKM juga dapat melakukan promosi langsung melalui kemitraan dengan pihak tertentu yang susah dijangkau oleh kemampuan UMKM itu sendiri (Wijayanti et al., 2022). Selain itu, kemitraan dapat memberi jalan

masuk ke pasar bagi UMKM yang bermitra dengan luasnya jaring-jaring pemasaran perusahaan. Dengan demikian, semakin banyak mitra yang diperoleh UMKM, maka semakin luas jaringan pemasarannya yang menghasilkan semakin banyak pelanggannya. Hal ini akan berpengaruh juga terdapat peningkatan pendapatan (Paramita et al., 2019; Zaki, 2019).

Untuk mewujudkan hal itu tentunya harus ada upaya kolaborasi yang baik antar pihak saling bahu-membahu saling melindungi saling membantu saling memberdayakan UMKM agar mampu bangkit kembali menggerakkan roda ekonomi Indonesia yang sedang dalam masa sulit (Utomo, 2017). Program Pengabdian Kepada Masyarakat dirancang agar kegiatan yang dilakukan dapat membantu permasalahan yang ada di masyarakat. Tujuan dari pengabdian adalah memperbaiki keadaan masyarakat kearah yang lebih baik. Adapun permasalahan yang ada yaitu masih kurangnya perkembangan dan kurangnya pendampingan Unit Usaha Menengah Kecil Masyarakat (UMKM) di Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor. Alasan dipilih kampung Ciletuh Hilir desa Wates Jaya sebagai tempat pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) 2021 adalah karena UMKM di Desa tersebut masih memerlukan bantuan dan pendampingan kemitraan pemasaran untuk memperluas produk UMKM Desa Wates Jaya dengan memasarkan produk UMKM secara offline maupun online untuk meningkatkan perekonomian terutama UMKM rengginang dan kopi. Sehingga perlu adanya pengabdian kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, penulis memilih program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM rengginang dan kopi untuk membantu UMKM tersebut dalam kondisi pandemi Covid-19 ini yang serba sulit, dimana para UMKM agar memiliki mitra dalam usahanya sehingga dapat tetap berjalan dan berkembang.

Desa Wates Jaya memiliki kondisi geografis lingkungan yang berdekatan antara satu rumah dengan rumah lainnya sehingga hanya memungkinkan untuk bersosialisasi antara tetangga sekitar. Namun masyarakat sekitar khususnya kampung Ciletuh Hilir RW 06 tempat PKM aktif dalam pengembangan beberapa produk UMKM seperti makanan tradisional rengginang dan kopi BUJAL, yang dimana proses produksinya umum dikelola di tempat tinggal masing-masing. Akan tetapi dalam pemasaran produk UMKM tersebut hanya di sekitar wilayah kampung Ciletuh Hilir saja. Selain itu UMKM Rengginang dan Kopi ini belum mempunyai mitra tetap untuk pemasaran produk tersebut. Ditambah lagi dengan adanya wabah Covid-19 yang melanda dunia, mengakibatkan UMKM di Desa Wates Jaya juga mengalami dampak turunnya tingkat penjualan sehingga keuntungan yang diperoleh pun menurun. Untuk itu maka diperlukan suatu mitra untuk pemasaran produk UMKM rengginang dan kopi agar wilayah pemasarannya lebih luas. Maka dari itu dengan adanya program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM yang dilakukan bersama masyarakat kampung Ciletuh Hilir Desa Wates Jaya diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar terutama bagi pelaku UMKM Rengginang 2jett dan

Kopi BUJAL (BUMDES Jaya Laksana).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan penulis yaitu dengan melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembuatan, pengemasan, hingga bagaimana produk tersebut didistribusikan. Setelah itu, wawancara dengan pemilik UMKM Rengginang dan Kopi BUMDES Jaya Laksana mengenai permasalahan-permasalahan yang dihadapi dan kondisi saat ini di tengah kondisi pandemi COVID-19. Lalu diskusi mengenai program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM Rengginang dan Kopi untuk mengembangkan mitra pemasaran produk tersebut dengan cara melakukan pendampingan pemasaran dengan toko yang lebih besar yang ada di wilayah Cigombong serta melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis online untuk memperluas wilayah pemasaran sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan pelaku UMKM tersebut.

Alasan dipilihnya Desa Wates Jaya sebagai lokasi pengabdian kepada masyarakat karena Desa Wates Jaya memiliki UMKM yang cukup potensial, khususnya UMKM Rengginang dan kopi, sehingga memerlukan banyak bantuan dan bimbingan untuk mengembangkan potensi-potensi tersebut, terutama bantuan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengembangkan produk usaha dan mitra pemasarannya untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pemasarannya sehingga perlu adanya bimbingan atau pendampingan kepada masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada. Adapun pelaksanaan program pendampingan kemitraan pada UMKM Rengginang ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data, dilakukan dengan Survey lokasi di Kampung Ciletuh Hilir Rt 02 Rw 06 Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor pada tanggal 04 September 2021. Hasil yang didapat dari survey tersebut bahwa UMKM rengginang dan Kopi yang ada di Desa Wates Jaya memang memerlukan adanya pendampingan pemasaran untuk UMKM tersebut. Banyak UMKM yang ada di kampung Ciletuh Hilir, namun pemasarannya masih belum luas, dan masyarakat hanya memasarkan disekitaran wilayah kampung Ciletuh Hilir.
2. Tahap Memahami Permasalahan, pada tahap ini penulis memahami permasalahan dengan melakukan diskusi kepada pelaku UMKM rengginang dan Kopi di Kp Ciletuh Hilir Desa Wates Jaya dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merencanakan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi ditemukan bahwa permasalahan yang ada di Desa Wates Jaya adalah pemasaran produk yang belum luas dan tidak memiliki mitra tetap untuk pemasarannya sehingga diperlukan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan perekonomian tersebut.

3. Tahap Membuat Solusi, Pada tahap membuat solusi yang dilakukan merupakan survey lokasi yaitu mengunjungi UMKM rengginang dan kopi. Dengan cara melihat potensi UMKM tersebut. Kemudian untuk mencari tahu segala yang berkaitan dengan produk UMKM tersebut. Dengan tujuan untuk mengetahui pemasaran produk dan akan diminta sharing mengenai pengalaman selama ini dalam pemasaran produk UMKM yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM rengginang dan kopi serta memberikan pengetahuan tentang digital marketing. Penulis menyampaikan terlebih dahulu kepada pelaku UMKM tentang konsep market place. Adanya pelatihan untuk memberikan pengetahuan tentang market place agar keterampilan pemasaran pada pelaku UMKM di Desa Wates Jaya agar memiliki nilai ekonomi tinggi. Pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan dan sekaligus mempraktekan penjualan produk melalui media sosial yang sudah populer seperti Facebook, Instagram dan Shopee. Selanjutnya mengajarkan cara menggunakan media sosial seperti membuat account shopee, dan memposting produknya.
4. Tahap Melaksanakan Solusi, pada tahap ini pertama kali penulis lakukan yaitu membantu membuat toko online untuk produk Rengginang yang dilaksanakan pada tanggal 13 September 2021 pukul 13.00 dan Kopi dilaksanakan pada tanggal 14 September 2021 pukul 13.00, toko online dibuat dengan memanfaatkan market places seperti shopee dan media sosial yaitu whatsapp, facebook dan instagram. Pelatihan digital marketing ini dilaksanakan kepada pelaku UMKM di Kampung Ciletuh Hilir. Sebelum pelatihan dilaksanakan, penulis menyampaikan terlebih dahulu kepada pelaku UMKM tentang konsep market place. Pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan dan sekaligus mempraktekan penjualan produk melalui media sosial yang sudah populer seperti Facebook, Instagram dan Shopee. Setelah dibuatkan Toko online maka tahap selanjutnya penulis melakukan Pelatihan dan pendampingan cara melakukan pemasaran online UMKM rengginang dan Kopi untuk meningkatkan pemasaran usaha tersebut tidak hanya secara offline tapi juga secara online, sehingga dapat memperluas target pasar tidak hanya masyarakat setempat saja, dengan mengajarkan cara menggunakan media sosial seperti memberi tahu cara memposting produknya. Program pelatihan ini dikembangkan dengan lebih sederhana yaitu dengan diskusi dan santai/informal sehingga masyarakat tidak telalu berat dalam menerima materi-materi pelatihan. Metode pelatihan digital marketing dengan diskusi bertujuan untuk mendorong partisipasi dan perhatian peserta yang lebih intens. Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa setelah mengajarkan pelatihan digital marketing tersebut pelaku UMKM langsung memahami dan mempraktekannya dan program-program pelatihan digital marketing terus berkelanjutan, program pengabdian masyarakat melakukan kegiatan pendampingan dan evaluasi. Setelah pelatihan dan pendampingan digital marketing, penulis juga membantu mencarikan mitra

pemasaran yaitu dengan bermitra dengan toko Galery Inovasi UMKM Cigombong, dimana toko ini merupakan toko terbesar untuk UMKM yang ada khususnya di wilayah cigombong yang banyak sekali dikunjungi oleh pengunjung dari berbagai daerah.

HASIL & PEMBAHASAN

Pendampingan kemitraan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya para pelaku UMKM rengginang dan kopi. Selain itu, merupakan salah satu cara untuk mendukung ekonomi kreatif melalui berbagai inisiatif pengembangan serta pemberdayaan pelaku UMKM agar meningkatkan kemampuan dan meraih peluang usaha sehingga potensi yang dimiliki bisa berkembang. Dalam hal ini para pelaku UMKM rengginang dan kopi sangat antusias sekali terhadap pelaksanaan program ini. Pada bagian ini diuraikan hasil dari program Pendampingan Kemitraan UMKM rengginang dan kopi ini yaitu:

Peningkatan jumlah kemitraan pemasaran untuk produk rengginang dan kopi yang sebelumnya tidak memiliki mitra dan hanya memasarkan di daerah setempat saja, maka setelah adanya program ini produk UMKM rengginang dan kopi memiliki mitra pemasaran tetap salah satunya yaitu bermitra dengan toko gallery inovasi UMKM di Cigombong. Sehingga dengan bermitra produk UMKM rengginang dan kopi lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya warga Desa saja. Tidak hanya mitra pemasaran, UMKM rengginang juga memiliki mitra untuk bahan baku yaitu bermitra dengan toko beras zona yang letaknya tidak jauh dari wilayah pelaku UMKM.



Gambar 1. Mitra pemasaran produk

Peningkatan jumlah kemitraan pemasaran untuk produk rengginang dan kopi yang sebelumnya tidak memiliki mitra dan hanya memasarkan di daerah setempat saja, maka setelah adanya program ini produk UMKM rengginang dan kopi memiliki mitra pemasaran tetap salah satunya yaitu bermitra dengan toko gallery inovasi UMKM di

Cigombong. Sehingga dengan bermitra, produk UMKM rengginang dan kopi dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya warga lokal saja. Tidak hanya mitra pemasaran, UMKM rengginang juga memiliki mitra untuk bahan baku yaitu bermitra dengan toko beras zona yang letaknya tidak jauh dari wilayah pelaku UMKM.



Gambar 2. Mitra bahan baku

Dengan adanya mitra pemasaran untuk UMKM rengginang dan kopi, penjualan Peningkatan jumlah kemitraan pemasaran untuk produk rengginang dan kopi yang sebelumnya tidak memiliki mitra dan hanya memasarkan di daerah setempat saja, maka setelah adanya program ini produk UMKM rengginang dan kopi memiliki mitra pemasaran tetap salah satunya yaitu bermitra dengan toko gallery inovasi UMKM di Cigombong. Sehingga dengan bermitra produk UMKM rengginang dan kopi lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya warga Desa saja. Berikut merupakan hasil penjualan produk UMKM rengginang dan kopi dengan mitranya:

Tabel 1. Hasil Penjualan rengginang dan kopi dengan mitra Pemasaran

No	Nama Produk	Mitra Penjualan	Jumlah
1	Rengginang 2jett	Pesantren Tarbiyatul Falah	15 pack
		Galeri Inovasi UMKM	100 pack
		Masjid Al-ikhlas	10 pack
		Warung-warung	20 pack
		<i>Reseller</i>	15 pack
Total			160 pack
2	Kopi BUJAL	Galeri Inovasi UMKM	100 pcs
		Café	50 pcs
		Pelanggan	200 pcs
Total			350 pcs

Dari tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya mitra pemasaran untuk produk UMKM rengginang dan kopi dapat meningkatkan pemasaran produk tersebut sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan dari UMKM rengginang dan kopi. Yang dimana sebelum adanya program pendampingan kemitraan UMKM ini, para pelaku UMKM memproduksi produk tersebut ketika adanya pesanan dari konsumen yang ada di sekitar atau yang dekat dengan pelaku UMKM saja. Dan kini, pelaku UMKM dapat terus memproduksi produk tanpa harus menunggu pesanan terlebih dahulu, dikarenakan sudah adanya mitra tetap untuk pemasaran produknya.

Selain mencari mitra untuk pemasarannya, penulis juga melakukan Pelatihan dan pendampingan pemasaran secara online kepada pelaku UMKM rengginang dan kopi melalui market places yaitu Shopee dan media sosial yaitu Instagram. Hasilnya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM rengginang dan kopi meningkat serta pelaku UMKM bias mengoperasikan media pemasaran online tersebut untu terus digunakan dalam mepromosikan produknya.

Adapun hasil dari kegiatan inovasi produk adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan jumlah kemitraan pemasaran UMKM rengginang dan kopi. rengginang dan kopi.
2. Meningkatkan pendapatan pelaku UMKM rengginang dan kopi.
3. Memperluas wilayah pemasaran dengan bermitra dengan toko besar seperti gallery inovasi UMKM.
4. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM rengginang dan kopi terhadap pemasaran online. Dimana pelaku UMKM dapat mengoperasikan media pemasaran secara online untuk terus digunakan dalam memasarkan produknya secara online.
5. Pelaku UMKM dapat terus memproduksi produk rengginang dan kopi tanpa harus menunggu pesanan terlebih dahulu, karena sudah memiliki mitra pemasaran untuk bekerja sama dalam memasarkan produknya tersebut.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan selama 90 hari dari mulai tanggal 1 Agustus 2021 sampai dengan 30 Oktober 2021 di kampung Ciletuh Hilir Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor. Kegiatan PKM 2021 yang dilaksanakan di Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor berjalan dengan lancar karena masyarakat memberikan respon baik dan sangat mendukung terhadap adanya kegiatan yang dilakukan. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan menggunakan metode wawancara, diskusi, serta pelatihan dan pendampingan.

Adapun hasil dari program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM ini yaitu UMKM Rengginang maupun Kopi sudah memiliki mitra, diantaranya yaitu mitra bahan baku untuk produksi rengginang yaitu toko zona beras dan mitra pemasaran Galery Inovasi UMKM Cigombong sebagai mitra pemasaran produk rengginang dan kopi.

Dimana dalam pelaksanaan pendampingan kemitraan untuk pelaku UMKM rengginang dan kopi dengan mitra pemasarannya sudah terjalin dengan baik dan berjalan dengan lancar. Dengan adanya program ini juga, Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM mengenai pemasaran online, penjualan produk UMKM rengginang dan kopi semakin meningkat sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan pelaku UMKM tersebut dengan dipromosikannya melalui media sosial dan wilayah pemasarannya semakin luas yang awalnya hanya disekitaran rumah kemudian meluas ke Desa hingga sekarang ke wilayah luar kota daerah seperti Jakarta dan Jawa Tengah karena sudah memasarkan produknya melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Paramita, M., Munawar, W., & Brawijaya, A. (2019). Bogor City Government Policy Model on Sharia Financing for Micro Enterprises Through Islamic Microfinance Institution. *Proceeding UII-ICABE*, 305-312.
- Paramita, M., Brawijaya, A., & Munawar, W. (2019). Micro Small and Medium Enterprises Accessibility to Financing at Islamic Microfinance Institution in Indonesia. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(10), 1435-1441.
- Sutoni, Ahmad. 2021. Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 2 NO 4*
- Trisnawati, T. (2021). Pengembangan Produk dan Pemasaran Usaha Noga Kelapa Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kampung Mekarjaya Desa Padamulya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 54-59. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i1.2911>
- Utomo, Budi. 2017. Penguatan Ekonomi Lokal Menuju Kemandirian Daerah. *Jurnal Swarnabhumi* Volume 2 Nomor 1, 46-50.
- Wijayanti, S. W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., Komarudin, M., & Munawar, W. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119-125.
- Zaki, Achmad. 2019. Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital Di Desa Winduaji Kabupaten Brebes. *Madani: Indonesian Journal Of Civil Society*.