

Pemberdayaan dan Pengembangan UKM sebagai Pendorong Ekonomi Desa (Studi Kasus pada Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Sumatera Utara)

Ayu Permata Sari^{*1}, Mardina Ratna Sari Ritonga², Rahmah Aulia³, Wahyuni Syahfitri⁴,
Heri Firmansyah⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*e-mail : permataayu819@gmail.com ¹, mardinaratnasariritonga@gmail.com ², rahmahaulia2204@gmail.com ³, 07wahyunisyahfitri@gmail.com ⁴, herifirmansyah@uinsu.ac.id ⁵

Abstract

SMEs or Small and Medium Enterprises in national economic development because small companies are in economic growth, in term of the economic crisis that occurred in the country caused by the Covid-19 pandemic, which collapsed many on a large scale, Small and Medium Enterprises (SMEs) proved to be more resilient in the face of a crisis. Small and Medium Enterprises (SMEs) Mawar Indah is located in Kramat Gajah Village, Galang, North Sumatra, Has problems and obstacles in terms of selling products widely due to limited skills and product socialization. Thus, the UINSU Group 28 Community Service Program conducted a program to improve product quality, product packaging, product quality, socialize the importance of halal certification and labeling, as well as Digital Marketing training through E-commerce and social media as well as collaboration. The method carried out is based on service and empowerment with Participatory Action Research with three main steps, namely reflection and socialization, Planning and evaluation. This program can improve the quality and productivity of Small and Medium Enterprises (SMEs) so as to encourage the rural economy.

Keywords : Production, Packaging, Socialization of Halal, Digital Marketing

Abstrak

UKM atau Usaha Kecil dan Menengah memiliki andil yang cukup penting dan strategis dalam peningkatan perekonomian nasional karena perannya yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dalam hal terjadinya Krisis ekonomi yang mulai terjadi di Negara ini akibat dari Pandemi Covid-19, yang memengaruhi menurunnya keuntungan dari beberapa perusahaan dalam skala besar, tetapi lain hal nya dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terbukti bisa lebih tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi tersebut. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Mawar Indah berada di Desa Kramat Gajah, Galang, Sumatera Utara, Memiliki masalah dan kendala dalam hal memasarkan produknya di kalangan umum secara luas, hal ini disebabkan dengan adanya keterbatasan keterampilan dan sosialisasi produk. Sehingga, KKN Kelompok 28 UINSU melakukan program peningkatan kualitas produk, kemasan produk, kualitas produk, sosialisasi pentingnya serifikasi dan labelisasi halal, serta Pelatihan digital Marketing melalui E-commerce dan social media serta kerjasama. Adapun metode yang dilakukan dalam hal ini ialah berbasis pengabdian dan pemberdayaan melalui Participatory Action Research dengan tiga hal utama yaitu refleksi dan sosialisasi, perencanaan dan evaluasi. Langkah-langkah utama ini dilakukan sebagai strategi dalam mengembangkan kualitas dan produktivitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tersebut untuk menjadi lebih baik lagi sehingga dapat mendorong Ekonomi Pedesaan.

Kata Kunci : Produksi, Kemasan, Sosialisasi Labelisasi Halal, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Dalam struktur perekonomian di Indonesia, UKM (Usaha Kecil dan Menengah) merupakan suatu kegiatan ekonomi rakyat yang produktif dimana UKM dirasa mampu bertahan dalam kondisi krisis, selain itu keberadaan dari UKM dirasa mampu menyediakan banyak lapangan kerja, mampu mengurangi kemiskinan, mampu mengurangi pengangguran dan mampu menekan arus urbanisasi, serta menjadi motor penggerak pembangunan nasional dan daerah (Luthfi Chabib., 2016). Dengan

adanya UKM disuatu daerah secara tidak langsung membuka suatu lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang ada disekitarnya, dengan begitu masyarakat sekitar yang sebelumnya pengangguran dan tidak mempunyai penghasilan tetap bisa mempunyai penghasilan tambahan dari penjualan produk yang dihasilkan, dengan adanya peningkatan pendapatan serta berkurangnya pengangguran, maka kegiatan UKM ini dapat membantu meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bagi warga sekitar (Ramadhan et al., 2021).

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa waktu lalu, yang disebabkan oleh Pandemi *Covid-19* menyebabkan banyaknya usaha berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, tetapi dalam hal ini justru Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti dapat menangani krisis dengan lebih baik dan strategis dalam usahanya sehingga tidak terjadinya stagnasi atau berhentinya dari usaha tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, sekiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha dalam skala besar.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dalam membangun perekonomian suatu Negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan di Indonesia hal ini terbukti dari bertahannya sektor UKM saat terjadi krisis hebat tahun 1998 dan Pandemi *Covid-19*, bila dibandingkan dengan sektor lain yang lebih besar justru tidak mampu bertahan dengan adanya krisis (Suhermanto, 2020). Pada masa krisis ekonomi yang berkepanjangan UKM terbukti dapat bertahan dan mempunyai potensi untuk berkembang. Dengan demikian UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif, serta persoalan-persoalan yang menghambat usaha-usaha pemberdayaan UKM harus dihilangkan (Multazam Nasruddin, 2016). Konstitusi kebijakan ekonomi Pemerintah harus menempatkan UKM sebagai prioritas utama dalam pemulihan ekonomi, untuk membuka kesempatan kerja dan mengurangi jumlah pengangguran (Sholawati, 2020).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. *Pertama*, karena jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. *Kedua*, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, setiap unit investasi pada sektor UKM dapat menciptakan lebih banyak tenaga kerja jika dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. *Ketiga*, kontribusi UKM dalam pembentukan produk domestik regional bruto (PDRB) cukup signifikan (Jihan et al., 2021).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) oleh Ina Primiana dalam bukunya “Menggerakkan Sektor Rill UKM Industri (2009) sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Dan sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat dan usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari segi lapangan lapangan kerja yang tercipta maupun dari segi jumlah usahanya (Yuliani dan Widyakanti, 2020).

Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara memiliki Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bernama UKM Mawar Indah. Kelompok ini terdiri dari 20 Anggota yang tersebar di 3 Dusun dan semuanya bergerak dibidang makanan dan minuman kesehatan serta juga di beberapa Dusun memiliki tanaman obat keluarga (TOGA) sebagai salah satu bahan pendukung dalam pembuatan minuman kesehatan seperti Jahe.

Berdasarkan hasil observasi awal Penulis bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, belum berjalan secara efektif

dan sulit untuk berkembang maksimal. Antara lain dalam hal estetika kemasan sehingga Kelompok UKM Mawar Indah hanya berfokus menjual dan menjual tanpa memikirkan bagaimana kualitas kemasan dari produknya seperti produk pangan khususnya dikemas dan dilabel tidak sesuai dengan yang diinginkan, tidak terlalu menarik bagi konsumen, masih banyak pelaku UKM yang belum memahami design kemasan, dan estetika kemasan produk UKM tidak ada, sehingga ketika baru dilihat kemasannya konsumen sudah tidak berminat. Kemudian minim dan terbatasnya pangsa pasar penjualan produk yang dihasilkan. Berdasarkan permasalahan diatas, dalam kegiatan KKN UINSU Penulis ingin memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang Khususnya produk Bandrek Instant.

2. METODE

Metode pengabdian yang dilakukan adalah berbasis pada metode *Participatory Action Research* (PAR), dengan tiga hal utamanya yang apabila diurutkan sesuai prosesnya yaitu *research*, *action*, dan *participatory*. Menurut Gitosaputro dan Chambers (Dalam Amali, 2020), *Participatory Action Research* adalah metode pendekatan dengan melakukan pemberdayaan manusia untuk berbagi melalui sikap dan perilaku, menganalisis dan meningkatkan pengetahuan tentang kehidupan dan kondisi, serta merencanakan, bertindak, memantau, mengevaluasi, dan merefleksikannya. Menurutny dengan melakukan metode ini masyarakat desa akan saling berbagi, meningkatkan dan menganalisis pengetahuan yang mereka miliki tentang kondisi dan kehidupan desanya, serta membuat perencanaan dan bertindak dalam mengatasi permasalahan desanya. Pada metode PAR ini berfokus dalam pemberian fasilitas kepada masyarakat untuk berperan dan berpartisipasi dalam menganalisis permasalahan, kebutuhan, dan solusinya dalam melakukan aksi transformatif.

Dalam langkah *research* ini dilakukan penggambaran awal pada bagaimana kondisi permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh UKM Mawar Indah. Adapun proses identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UKM Mawar Indah bertujuan untuk mengetahui dengan jelas sebab dan akibat masalah tersebut. Untuk mengatasi suatu permasalahan seperti itu, hal ini yang dilakukan pada langkah *research* adalah dengan melakukan refleksi dan sosialisasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal tersebut. Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dari hal tersebut dilakukan wawancara secara mendalam dengan Ketua Kelompok UKM Mawar Indah dan para anggotanya. Observasi yang dilakukan bertujuan mempersiapkan data yang akan diperlukan nantinya.

Kemudian dalam langkah *action*, tentunya akan terdapat hasil identifikasi dan analisis yang dapat di diskusikan untuk selanjutnya dirancang berbagai program kerja sebagai upaya mencari solusi dari pemecahan masalah. Dalam tahap ini juga dilakukan proses membangun kepercayaan dengan para anggota UKM Mawar Indah agar para anggota UKM Mawar Indah dapat menerima ide dan masukan program yang telah disiapkan.

Adapun terdapat beberapa solusi yang diusulkan oleh tim Pengabdi dari KKN UINSU yaitu *Pertama*, dengan mengadakan Pendampingan Inovasi Pengembangan dan Pengemasan Produk untuk menciptakan identitas pada sebuah produk, sehingga mudah diingat oleh konsumen secara lebih luas. *Kedua*, Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal, agar produk yang dihasilkan oleh UKM Mawar Indah dapat lebih diterima oleh masyarakat dan *Ketiga*, adalah Pelatihan Pengenalan *Digital Marketing* melalui *E-commerce* dan *Sosial Media*, mengingat sekarang segala sesuatu sudah dilakukan secara digital termasuk dalam hal pemasaran produk, maka hal ini sangat penting dilakukan agar Produk UKM Mawar Indah bisa lebih luas pemasarannya dan dapat meningkatkan penjualan.

Selanjutnya ialah langkah terakhir yaitu *partisipatory*, dalam hal ini dimaksudkan bahwa kedua langkah di atas dilakukan secara partisipatoris. Dengan kata lain menyertakan para anggota Kelompok UKM Mawar Indah untuk mengidentifikasi masalah sekaligus mencari solusi bersama-sama atas permasalahan yang ada, sehingga segala rancangan yang telah disiapkan juga hasilnya dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh UKM Mawar Indah, serta diharapkan mendapat respon yang positif dan dukungan dari berbagai pihak yang berkaitan.

Adapun tahap Pengabdian yang dilakukan meliputi tiga tahapan. Pertama, tahap refleksi dan sosialisasi. Pada tahapan ini tim Pengabdi KKN UINSU terjun langsung dalam kegiatan proses produksi yang ada pada UKM Mawar Indah untuk dapat mengidentifikasi apa potensi dan kendala yang dihadapi secara tertulis dan terdokumentasi. Kedua, tahap perencanaan partisipatif dan sinergi program. Pada tahap ini dilakukan penetapan prioritas program sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi UKM Mawar Indah sesuai kesepakatan dengan UKM Mawar Indah. Dan Ketiga, tahap pelaksanaan dan monitoring evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Inovasi Pengembangan dan Pengemasan Produk

Program yang diberikan yaitu mengenai pendampingan inovasi pengembangan dan pengemasan produk. Kemasan sebuah produk merupakan hal yang paling penting karena kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari bakteri ataupun gangguan lain yang dapat merusak kualitas produk, kemasan juga hal yang paling pertama dilihat oleh konsumen. Kemasan yang unik dapat menjadi daya tarik tersendiri dari sebuah produk (Dewi, 2021). Salah satu permasalahan yang ada pada kelompok UKM Mawar Indah adalah mengenai kemasan atau *packaging* dimana, dalam hal pengemasan Kelompok UKM Mawar Indah masih menggunakan kemasan plastik biasa dan kurang menarik, sehingga dalam hal ini Penulis memberikan Inovasi Pengembangan dan Pengemasan Produk dengan cara menyarankan terhadap jenis plastik kemasan yang dipakai, yang awalnya menggunakan kemasan plastik biasa untuk beralih menggunakan kemasan *Aluminium Foil* agar lebih menarik dan produk dapat lebih terjaga dari bakteri atau gangguan lain. Penulis juga memberikan Inovasi dalam hal mendesain dan mencetak logo usaha yang nantinya akan digunakan pada kemasan, hal ini dilakukan berdasarkan kesepakatan dari pihak UKM. Tujuan dari dilakukannya Inovasi ini adalah untuk menciptakan identitas pada sebuah produk, sehingga mudah diingat oleh konsumen secara luas.



Gambar 1. Kemasan Sebelum dan Sesudah Pendampingan Inovasi kemasan Produk

Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal

Indonesia merupakan Negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia yang mayoritasnya adalah beragama Islam. Indonesia juga menjadi Negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Hal ini menjadi sebuah kewajiban di Indonesia untuk menetapkan standar halal terhadap semua produk yang beredar di kalangan masyarakat, faktor halal adalah suatu hal yang penting bagi umat muslim dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Vita et al., 2022). Indonesia mempunyai sistem yang mandiri dalam menjalankan standart Thoyyib atau mutu untuk pendistribusian produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat, yaitu dengan sistem yang dikerjakan oleh Badan Pengawasan dan Makanan (BPOM). Dalam mengimplementasikan standar halal, penerapan dilaksanakan oleh suatu lembaga pengawasan dan sertifikasi dalam hal ini dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui kewajibannya (Amir, 2021).

Sejak pengesahan UU JHP Pemerintah serta para pegiat gerakan halal mengalami beberapa kendala yaitu kurangnya pemahaman masyarakat secara umum mengenai ketentuan-ketentuan mendasar mengenai produk halal. Produk UKM Mawar Indah memiliki rasa yang khas tanpa bahan pengawet. UKM Mawar Indah sangat berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki produk yang unik dan merupakan inovasi produk yang masih jarang ditemui di masyarakat. Namun, permasalahan mengenai minimnya Pengetahuan Kelompok UKM Mawar Indah tentang pentingnya labelisasi halal dan sertifikasi halal merupakan kendala dalam upaya pengembangan UKM Mawar Indah. Maka, dibutuhkan penyuluhan dan pemahaman kepada Kelompok UKM Mawar Indah agar dapat diterapkan dalam produk bisnis UKM Mawar Indah sehingga produk yang diproduksi dapat lebih diterima oleh masyarakat sebagai konsumen.

Dalam mengatasi persoalan di atas, maka Penulis melakukan peningkatan kualitas produk melalui sosialisasi atau penyuluhan labelisasi halal dan sertifikasi halal. Permasalahan mengenai minimnya Pengetahuan UKM Mawar Indah tentang pentingnya sertifikasi dan labelisasi halal pada produk menuntut semua pihak terkait seperti Pemerintah dalam hal ini MUI, LPPOM dan Kementerian Kesehatan bersama Perguruan Tinggi (dalam hal ini Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) sebagai bagian dari elemen masyarakat, untuk memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat muslim khususnya, agar perilaku sebagai produsen ataupun sebagai konsumen dapat mencerminkan nilai-nilai bisnis dan manajemen Syari'ah.

Sosialisasi ini dilakukan sebagai salah satu usaha dalam memberikan edukasi bagi anggota UKM Mawar Indah, yang mana melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan para anggota UKM Mawar Indah dan pelaku usaha dapat mengerti dan memahami tentang pentingnya sertifikasi halal dan labelisasi halal. Adapun program kegiatan sosialisasi ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya standar halal suatu produk
2. Memberikan pemahaman tentang pengetahuan dan kesadaran para anggota UKM Mawar Indah mengenai prinsip-prinsip halal dan thoyyib suatu produk terkhusus tentang ketentuan yang dimuat dalam UU BPJPH (UU No. 33 Tahun 2014)
3. Memberikan pemahaman kepada para anggota UKM Mawar Indah tentang Lembaga Keuangan Syari'ah, meningkatkan minat terhadap lembaga keuangan Syari'ah dalam mendukung pengelolaan usaha yang sedang dijalankan.



Gambar 2. Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Kelompok UKM Mawar Indah

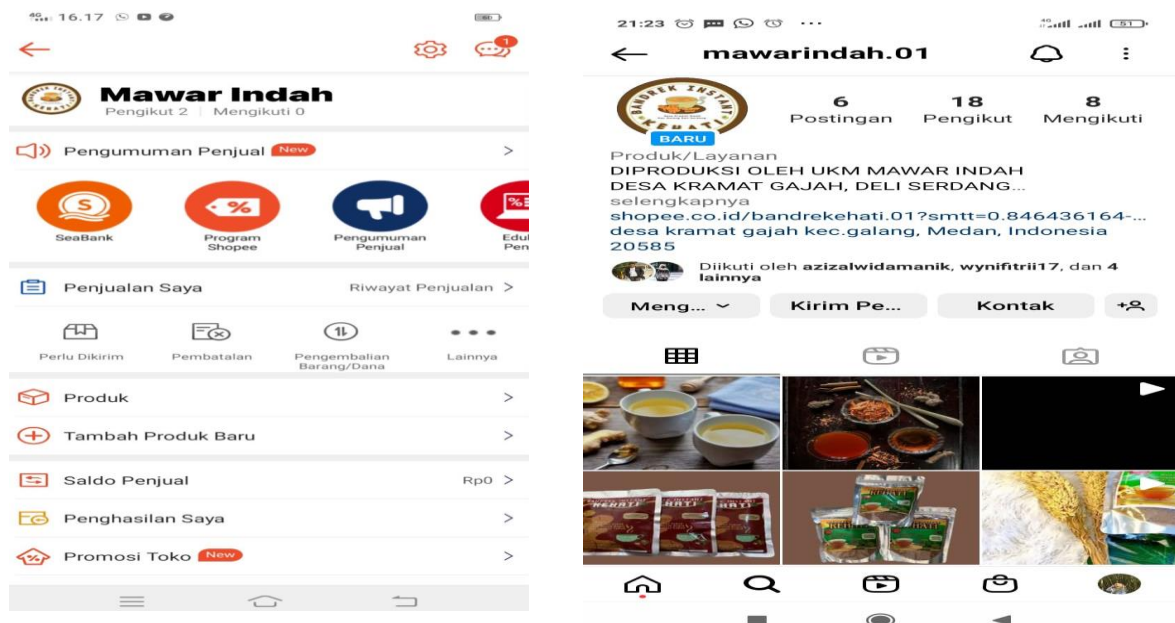
Pelatihan Pengenalan Digital Marketing melalui *E-Commerce* dan *Sosial Media*

Digital marketing merupakan suatu cara yang dapat membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa yang mereka punya (Nurdian et al., 2021). *Digital marketing* juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi maupun jarak (Jihan et al., 2021). Selain itu dengan biaya yang minim, *media social* dapat membantu sebuah bisnis untuk meningkatkan citra perusahaan atau produk dengan biaya yang hampir tidak ada.

Program Pengabdian masyarakat selanjutnya yaitu Pelatihan Pengenalan Digital Marketing melalui *E-Commerce* dan *Sosial Media*, program ini didasarkan pada wawancara yang dilakukan bersama Ketua UKM Mawar Indah yang diberitahukan mengenai bagaimana proses pemasaran yang terdapat pada UKM Mawar Indah masih menggunakan cara konvensional sehingga pemasaran produk belum merata secara luas dalam artian masih terbatas hanya di kalangan masyarakat setempat dan belum adanya juga media *online* dalam pemasaran produknya di kalangan umum yang berbasis online.

Dalam pelatihan ini, Penulis sebagai mentor memperkenalkan kepada peserta pada berbagai macam platform *E-commerce* beserta cara menggunakannya. Mentor juga mendampingi peserta dalam membuat toko di salah satu platform *E-commerce* yaitu *Shopee*. Dengan adanya Pelatihan ini diharapkan produk yang sebelumnya dijual hanya secara konvensional oleh UKM Mawar Indah dengan cara menitipkan produknya ke warung-warung dapat dipasarkan melalui *E-commerce* tersebut.

Selanjutnya adanya pelatihan mengenai pembuatan label produk menggunakan *canva* serta Pelatihan penerapan strategi *social media marketing*. Pada pelatihan ini materi yang disampaikan untuk memberikan pengetahuan peserta mengenai cara pembuatan label dengan menggunakan media *canva* yang simpel serta memanfaatkan *media social* untuk digunakan sebagai tempat promosi sehingga produk dapat lebih dikenal di masyarakat secara lebih luas.

Gambar 3. Tampilan *E-commerce* dan *Sosial Media* UKM Mawar Indah

4. KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan di Desa Kramat Gajah dapat menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UKM Mawar Indah selama ini. Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan di UKM Mawar Indah sebagai Pendampingan Inovasi Pengembangan dan Pengemasan Produk, Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal, dan Pelatihan Pengenalan *Digital Marketing* melalui *E-Commerce* dan *Sosial Media*.

Adanya kegiatan-kegiatan tersebut yang telah dilaksanakan maka hal ini diperlukannya pendampingan secara kontinu terutama pada aktivitas *digital marketing* dan perluasan pangsa pasarnya. Pendampingan ini bersifat untuk memberdayakan sehingga UKM Mawar Indah diharapkan kedepannya dapat bergerak secara mandiri dalam meningkatkan usahanya terkhusus pemasaran dalam kalangan umum dengan berbasis digital maupun yang lainnya sehingga dengan berjalannya waktu pendampingan yang dilakukan dapat dikurangi tetapi tetap dilakukan pengawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amali, S. dan K. (2020). Peningkatan Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan Masyarakat Desa di tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*.
- Amir, R. dan A. D. A. (2021). *Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Pengusaha Home Industri dan UMKM di Kecamatan Gunung Kerinci Siulak Deras Kabupaten Kerinci*. 3(1), 1–5.
- Lutfi Chabib, Yosi, Abdul Hakim, Muhammad Safarullah, Bambang (2016). *Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Sebagai Penggerak Ekonomi Desa (Desa Harjobinangun Pakem, Sleman, Di Yogyakarta)*. *AJIE-Asian Journal of Inovation and Entrepreneurship*. 01(03), 203–209.
- Dewi, I. K. (2021). sosialisasi Legalitas Usaha Kaopi Sebagai Solusi Peningkatan Usaha Mikro pada UMKM Kaopi di Desa Kolowa Kecamatan Gu Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 5 No. 1.

- Ina, P. (2009). *Menggerakkan Sektor Rill UKM dan Industri*.
- Jihan, D., Pramudita, F., Aolia, N., & Solihah, M. (2021). *Pengembangan dan Pengelolaan Potensi Ekonomi Kreatif di Desa Wisata pada Desa Sukamaju Ciamis*. 40(November).
- Multazam Nasruddin. (2016). *Analisis Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan (Studi di CV. Citra Sari Kota Medan)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nurdian, Y., Informasi, S., Komputer, F. I., & Jember, U. (2021). *Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Toko Roti di Pabian Sumenep*. 5(3), 645–650.
- Ramadhan, K. A., Chaelani, S., & Rahman, A. (2021). *Pemberdayaan umkm jahe merah buntik dengan penggunaan instagram marketing*.
- Sholawati, L. D. (2020). *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku UMKM Melalui Digital Marketing di Tengah Pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar*. 1(1), 8–13.
- Suhermanto. (2020). *Pemberdayaan Pelaku Usaha Kecil Menengah Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Maros*. Universitas Islam Negeri Makassar.
- Vita, D., Soehardi, L., Soehardi, F., Lumintang, A., & Jannah, W. V. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Edukasi dan Literasi Gerakan Gaya Hidup Halal. Jurnal Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 642–648.
- Yuliani dan Widyakanti. (2020). *Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label pada UMKM. Jurnal Kuat (Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan)*, 2 No. 2, 71–76.