
PKMS PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN UMKM DODOL RUMPUT LAUT DI DESA SAMPULUNGAN KABUPATEN TAKALAR PROVINSI SULAWESI

St.Hatidja¹, Lina Mariana²

¹Manajemen, STIE AMKOP Makassar, Jl. Meranti Raya No 1 Pakakkukang Makassar

²Administrasi Pemerintahan, Politeknik LP3I Makassar, Jl Minasa Upa No 7 Makassar

¹Alamat e-mail sthatidja68@gmail.com

Abstrak

Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas UMKM Dodol Rumput Laut yang ada di desa Sampulungan Kabupaten Takalar melalui pelatihan pemasaran berbasis media sosial dan pengadaan penambahan alat produksi, peningkatan pengetahuan mitra mengenai laporan keuangan dan peningkatan pengetahuan mitra mengenai inovasi dan desain produk. Pengabdian pada masyarakat ini berlangsung tiga tahap. Tahap pertama, yakni mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada para mitra; tahap kedua, yakni melakukan pendampingan; dan tahap ketiga, mengevaluasi dan merefleksikan hasil dari pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan yang telah diberikan kepada mitra di desa Sampulungan. Setelah melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM Dodol Rumput laut, 1) mitra melakukan inovasi produk dari segi kemasan dan varian rasa, 2) Mitra mampu membuat gambar desain kemasan sederhana dengan menggunakan aplikasi Canva, dan 3) Mitra sudah dapat melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp Group, Facebook dan marketplace.

Kata Kunci: Peningkatan pendapatan, Inovasi, Pemasaran Berbasis media Sosial.

Abstract

This community service is carried out with the aim of increasing the productivity and profitability of Dodol Seaweed MSMEs in Coverungan village, Takalar Regency through social media-based marketing training and procurement of additional production tools, increasing partner knowledge about financial reports and increasing partner knowledge about product innovation and design. This community service lasts three stages. The first stage, namely conducting socialization and training to partners; the second stage, namely providing assistance; and the third stage, evaluating and reflecting on the results of the mentoring, counseling, and training that has been provided to partners in Coverungan village. After conducting training and mentoring activities for Dodol Seaweed MSMEs, partners can already 1) innovate products in terms of packaging and flavor variants, 2) Partners are able to make simple packaging designs using the Canva application, and 3) Partners can already do product marketing by utilizing social media such as Whatsapp Group, Facebook and marketplaces.

Keywords: Revenue Increased, Innovation, Social Media Marketing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam perekonomian di Indonesia. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat membantu perekonomian negara. Selain keberadaan UMKM berperan dalam menumbuhkan perekonomian, UMKM juga berperan serta dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu UMKM juga mampu mendistribusikan hasil-hasil pembangunan dan UMKM mampu bertahan sampai hari ini bahkan dengan jumlah yang sudah semakin meningkat.

Deputi Bidang UKM yang memiliki tugas menyiapkan UKM terutama yang berorientasi dan berkontribusi terhadap ekspor, agar mendorong UKM untuk meningkatkan kontribusinya terhadap ekspor nasional. Deputi Bidang UKM targetnya mampu meningkatkan kontribusi UKM terhadap ekspor dari 14% akan ditingkan 15,12%. (*Kemenkop UKM Siapkan Sejumlah Stimulus Untuk UMKM Pada 2021*, n.d.).

Kriteria modal usaha UMKM terbaru berdasarkan Pasal 35 ayat (3) PP 7 tahun 2021 adalah sebagai berikut: a) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, b) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, c) Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Kriteria Hasil Penjualan Tahunan UMKM terbaru yang dimaksud dalam Pasal 35 ayat (6) PP 7/2021 yaitu sebagai berikut: a) Usaha Mikro. Mempunyai hasil penjualan tahunan hingga dengan paling banyak Rp2 miliar, b) Usaha Kecil. Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp2 – 15 miliar, dan c) Usaha Menengah. Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp15 – 50 miliar. Meski demikian, terdapat pengecualian untuk tidak memakai kriteria modal usaha. Dalam hal pengecualian yang demikian, yang dipakai yaitu kriteria hasil penjualan tahunan.

Adanya internet, tak bisa dipungkiri, telah mengubah sebagian besar perilaku hidup kita sehari-hari. Jika sebelumnya kita lebih sering berbelanja langsung ke toko, sekarang ada online shop yang siap sedia setiap saat sebagai tempat untuk berbelanja secara online. Bagi para pebisnis, mempraktekan strategi pemasaran bisnis online yang baik tentu menjadi hal yang wajib dilakukan setelah melihat trend membeli secara online saat ini. UMKM Home industri Dodol Rumput Laut yang tergabung sebagai anggota di Koperasi Serba Usaha TURIN di desa Sampulungan seharusnya mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk melakukan penjualan atau pemasaran produk Dodol Rumput Laut di Desa Sampulungan Kabupaten Takalar.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2021, jumlah penduduk Kabupaten Takalar 304.856 jiwa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, di Kabupaten Takalar jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini mencapai 9.876 unit UMKM, yang terbagi atas 9.735 merupakan usaha mikro dan 141 merupakan usaha kecil. Upaya sektor UMKM telah cukup membantu pertumbuhan ekonomi di Takalar dengan menyumbang produk domestik regional

bruto daerah (PDRB) yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Takalar.

Pendapatan asli daerah (PAD) di Takalar salah satunya bersumber dari pengelolaan komoditas rumput laut yang dilakukan masyarakat pesisir. UMKM yang berada di desa Sampulungan sebagian besar bergerak di usaha rumput laut. Berbagai produk olahan rumput laut telah di hasilkan oleh kelompok ibu-ibu di desa Sampulungan yang tergabung di Koperasi Serba Usaha (KSU) TURIN Sampulungan.

Beberapa UMKM yang tergabung menjadi anggota dalam Koperasi Serba Usaha (KSU) TURIN yang berada di desa Sampulungan saat ini mengalami penurunan produksi dan keuntungan disebabkan karena kondisi pandemik saat ini. UMKM yang berada di desa Sampulungan saat ini tidak semua dalam bentuk kelompok usaha. Karena sistem usaha yang ada di desa Sampulungan, sifatnya masih usaha pribadi. Adapun jika UMKM memakai tenaga kerja, merupakan tenaga kerja yang digunakan masih sistem kekeluargaan.

UMKM di Desa Sampulungan banyak melibatkan para para pelaku industri rumahan, usaha rumput laut dan ikan. Produk yang dihasilkan oleh Koperasi Serba usaha TURIN ada beberapa salah satunya adalah dodol rumput laut.



Gambar 1. Anggota KSU Turin

Usaha dodol rumput laut merupakan usaha yang sudah di sudah dimulai sejak tahun 2015. Dodol rumput laut ini awalnya di inisiasi oleh ketua Koperasi Serba Usaha (KSU) TURIN yang juga ketua dari KUB Sampulungan Caddi yaitu ibu Diana Dg Ngai yang membuat inovasi olahan produk makanan dari rumput laut. Sampai saat ini tidak semua UMKM yang tergabung dalam KSU TURIN konsisten memproduksi dodol rumput laut. Hal ini dikarenakan mereka kekurangan

peralatan dan kurangnya permintaan pasar. Padahal produk dodol rumput laut khusus dengan cita rasa jahe sudah mendapat repeat order dari salah satu wisatawan dari Australia yang pernah berkunjung ke desa Sampulungan. Selama ini produk dodol rumput laut kurang begitu dikenal di pasar dan kurang diminati. Hal ini dikarenakan karena kemasan yang kurang menarik dan juga belum adanya inovasi dari segi rasa dan bentuk. Harga jual untuk produk dodol rumput laut adalah Rp 20.000/bungkus untuk cita rasa jahe dan 10.000/bungkus untuk cita rasa nenas. Saat ini yang diproduksi oleh KSU TURIN hanya 2 rasa saja. Berdasarkan data awal yang tim kumpulkan adalah jarang mitra memproduksi dodol rumput laut, karena kurangnya permintaan pasar.



Gambar 2. FGD Awal

Secara umum, permasalahan pelaku UMKM di desa Sampulungan sebenarnya hampir sama dengan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM lain di Indonesia yaitu : kurangnya modal usaha, kesulitan pemasaran, tidak percaya diri dengan produk yang mereka hasilkan, kurangnya inovasi produk, kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran berbasis media sosial dan kurangnya pengetahuan dan kemampuan manajerial umkm sehingga membutuhkan pelatihan serta pendampingan.

Kendala yang juga dihadapi oleh pemerintah desa adalah ketika UMKM diberikan bantuan oleh pemerintah desa, tetapi belum ada peningkatan dari segi produktivitas dikarenakan belum ada pelatihan dan pendampingan terutama untuk produk dodol rumput laut, sehingga pemerintah desa sangat mengharapkan adanya kegiatan yang mampu memberikan peningkatan produksi yang dapat

bersaing dengan home industry lainnya. Para pelaku Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dodol Rumput laut yang ada di desa Sampulungan memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Takalar.

METODE

Adapun Pelaksanaan kegiatan PKMS di mitra KSU TURIN adalah melibatkan tim pengusul berjumlah 1 orang ketua dan 1 orang anggota, dan melibatkan pula mahasiswa sebanyak 3 orang (mono tahun) dan dari mitra melibatkan 10 orang yang terdiri dari ketua KSU Turin dan anggota UMKM dodol rumput laut yang bergabung dalam KSU TURIN. Pelaksanaan kegiatan ini direncanakan dalam waktu 6 bulan (sesuai kontrak) di tahun 2022. Adapun metode atau pendekatan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat meliputi 4 tahap yaitu: 1) Pelatihan. Tahapan pertama dari kegiatan PKMS yaitu dengan memberikan pelatihan kepada mitra. Penyajian materinya ditempuh dengan metode persentasi menggunakan power point dan metode praktik berupa a) mitra diberi pengetahuan dasar mengenai pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk, b) mitra diberi pendampingan cara menggunakan media social untuk memasarkan produk, c) mitra diberi pelatihan cara menyusun laporan keuangan sederhana, dan d) mitra diberi pelatihan inovasi produk dan desain kemasan menggunakan **Canva** melalui smartphone. Pelatihan dan bimbingan pemasaran berbasis media sosial, yang mencakup kompetensi penguasaan memanfaatkan media sosial dengan luaran meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra beserta karyawan. 2) Metode FGD (Focus Group Discussion). Pada tahap kedua yaitu FGD, membuka kesempatan kepada para mitra untuk mengajukan pertanyaan atas materi yang disampaikan, serta mengajukan pertanyaan atas kendala yang dihadapi. Sehingga dari tim pendamping, memberikan solusi atas kendala yang di hadapi para UMKM 3) Pendampingan. Pada tahap pendampingan, mitra di bagi beberapa kelompok lalu di berikan pendampingan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi mulai dari membuat akun hingga posting produk di akun medsos. Mitra juga di beri pendampingan cara membuat laporan keuangan sederhana serta pembukuan. 4) Evaluasi. Tahap selanjutnya, yakni mengevaluasi yang dilaksanakan pada akhir kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan jalan menugaskan seluruh peserta untuk memposting produk di akun media social yang telah dibuatkan, memberi tugas kepada peserta untuk membuat desain logo produk/kemasan menggunakan canva, serta memberikan studi kasus untuk membuat pembukuan dan laporan keuangan. Tim pengabdian juga akan bekerjasama dengan pihak pemerintah setempat untuk terus melakukan pendampingan meskipun waktu kegiatan telah selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei dan kuesioner awal yang telah dibagikan kepada para peserta PKMS, sebagian besar responden yaitu UMKM dodol rumput laut menyatakan permasalahan yang dialami. Mereka tidak memiliki pengetahuan dan wawasan yang cukup tentang keterampilan produksi, pengemasan produk, penjualan dan tidak memahami pembuatan laporan keuangan atau pembukuan sederhana. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim PKMS menyarankan dan menerapkan solusi berupa pelatihan dan pendampingan inovasi produk dari segi rasa dan kemasan, pelatihan dan pendampingan pemasaran menggunakan media sosial dan pelatihan dan pembuatan laporan keuangan.

Pelatihan dan pendampingan inovasi produk

Tim PKMS memberikan pelatihan dan pendampingan inovasi kepada mitra berupa pelatihan desain kemasan menggunakan Canva.

Tim PKMS mendapat kendala di lapangan, karena yang awalnya peserta di targetkan 10 orang menjadi 50 orang. Hal ini disebabkan karena antusiasnya masyarakat setempat untuk mengikuti kegiatan pelatihan. Hanya saja tidak semua peserta menguasai teknologi. Dan tidak semua peserta pelatihan memiliki *smartphone*. Sehingga yang diberikan pelatihan hanya peserta UMKM dodol rumput laut yang memiliki *smartphone*.



Gambar 3. pelatihan Membuat Desain Menggunakan Canva



Gambar 4. Desain kemasan produk dodol rumput laut

Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan diperoleh hasil bahwa sebagian peserta ada yang merasa kurang kreatif dalam menghasilkan ide untuk membuat produk yang inovatif dan menarik. Mereka juga kurang menguasai teknologi dan sebagian besar mitra tidak menggunakan sosial media. Sehingga tim PKMS memberikan materi terkait inovasi produk. Ketika peserta sudah memahami apa itu inovasi produk, maka tim PKMS melakukan pelatihan membuat desain menggunakan Canva. Pelatihan membuat desain dengan menggunakan Canva tim PKMS di bantu oleh 3 orang mahasiswa. Yaitu 2 orang mahasiswa dari STIE AMKOP Makassar dan 2 orang dari kampus Politeknik LP3I Makassar. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan inovasi produk dihasilkan sebagian anggota KSU Turin sudah mampu menggunakan Canva untuk membuat desain kemasan, dan para mitra juga sudah mampu membuat inovasi produk dari segi rasa dan kemasan. Inovasi yang mitra berhasil lakukan selama pendampingan adalah inovasi produk dodol rumput laut dari segi rasa. Sebelum kegiatan PKMS ini, dodol rumput laut hanya tersedia dari varian rasa jahe, kemudian dibuat inovasi rasa tambahan yaitu rasa strawberry dan nenas. Meskipun rasa strawberry dan nenas masih dalam tahap pengembangan untuk mendapatkan komposisi rasa yang cocok dilidah, tetapi mitra sudah berusaha untuk menciptakan inovasi tersebut.

Pelatihan dan pendampingan pemasaran melalui media sosial

Dalam upaya melakukan promosi usaha, kita dapat dengan mudah menggunakan media sosial di manapun kita berada. Kita tetap bisa mempromosikan barang – barang yang ingin kita jual dengan sangat sederhana yaitu bisa dilakukan melalui aplikasi yang ada di smartphone, sementara itu, jika tanpa media sosial kita harus melakukan kordinasi terlebih dahulu ke kantor pemasaran dan tentunya akan memakan waktu yang lama karena harus melalui proses yang panjang ketika ingin melakukan promosi. Pelatihan yang diberikan kepada peserta PKMS adalah pelatihan memasarkan produk dengan menggunakan media sosial (Facebook, WAG , instagram dan youtube).

Diketahui dari survey awal bahwa mitra tidak pernah menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, sehingga pelatihan dan pendampingan pemasaran menggunakan media sosial menjadi solusi agar produk ini bisa di kenal lebih luas.



Gambar 5. Pelatihan pemasaran oleh Tim PKMS



Gambar 6. Pendampingan Pemasaran Menggunakan Media Sosial

Dari kegiatan tersebut diperoleh hasil bahwa mitra sudah mampu menggunakan WAG (*whatsappgrup*) sebagai sarana pemasaran dan juga *facebook* sebagai media pemasaran produk. Peserta yang menerima pendampingan hanya mitra yang memiliki smarthphone dengan type android. Melalui pemasaran menggunakan media sosial, mitra mendapat konsumen baru sehingga berpengaruh terhadap tingkat permintaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devi Maulidasari & Rahmad Hidayat, 2019) yang mengatakan bahwa sosial media untuk sarana pemasaran yaitu untuk mempermudah para konsumen mengidentifikasi produk yang nantinya akan

mereka pesan/beli melalui media sosial contohnya dalam segi pembelian secara online. Dengan adanya media sosial dalam bentuk online maka memudahkan para konsumen dalam hal berbelanja, tidak payah menunggu lama dan tidak harus berpergian ke lokasi tujuan konsumen tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh (Farm, n.d.) situs jejaring sosial terpopuler yang banyak digunakan adalah; Face book, Twitter, YouTube, LinkedIn dan Flickr. Sebenarnya, Facebook, twitter dan YouTube adalah saluran perusahaan yang paling sering digunakan dalam pemasaran online mereka karena menciptakan kesadaran merek atau hanya terlibat dengan pelanggan.

Pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pembukuan sederhana agar mereka mempunyai pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan usahanya, mencatat modal dan penjualan serta dapat mengetahui perkembangan usahanya melalui pembukuan yang baik dan sistematis.

Menurut (Abdi et al., 2021) pengelolaan keuangan menjadi salah satu aspek penting bagi kemajuan usaha. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui akuntansi. Akuntansi merupakan proses sistematis untuk menghasilkan informasi keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi penggunaannya. Sepanjang UMKM masih menggunakan uang sebagai alat tukarnya, akuntansi sangat dibutuhkan oleh UMKM.

Materi yang disiapkan dalam pelatihan pembukuan sederhana, yaitu pertama memberikan motivasi tentang perlunya memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kedua, metode pencatatan sederhana yaitu mulai dari laporan arus kas yang menjelaskan tentang jumlah penerimaan dan pengeluaran uang. Ketiga, latihan soal praktek pembukuan sederhana.



Gambar 7. Pelatihan & Pendampingan Pengelolaan Keuangan

Materi yang diberikan kepada mitra yaitu pembukuan sederhana dengan metode pencatatan akuntansi kas. Metode pencatatan yang diberikan kepada mitra merupakan metode pencatatan sederhana yang mudah dipahami oleh peserta. Tim PKMS tidak bisa memberikan pelatihan pembukuan akuntansi, dikarenakan Tim terkendala para peserta tidak semuanya memahami akuntansi. Sehingga tim PKMS hanya memberikan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana agar mereka mengetahui pemasukan dan pengeluaran usaha, mitra dapat dengan mudah untuk merencanakan pengembalian modal usaha, target, penjualan, dan lain sebagainya.

Tanggal	Uraian	Debet	Kredit	Sisa Saldo

Gambar 8. Contoh materi pelatihan pembukuan

SIMPULAN

Usaha dodol rumput laut KSU Turin memiliki potensi jual yang sangat besar. Hanya saja masih kurang diminati dan diketahui oleh masyarakat terutama masyarakat sekitar. Karena usaha dodol rumput laut bukan usaha yang berkesinambungan. Mitra memproduksi dodol rumput laut ketika ada permintaan saja. Sehingga dengan adanya kegiatan PKMS ini mitra sudah dapat memperkenalkan dan memasarkan produk melalui media sosial dan berpengaruh pada tingkat permintaan produk dodol rumput laut, mitra mampu membuat desain kemasan pada produk mereka. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan, mitra juga sudah mampu membuat pembukuan dengan metode pencatatan sederhana yaitu terdiri dari uang masuk, uang keluar dan sisa saldo. Diharapkan kegiatan PKM ini dapat di lanjutkan terutama agar UMKM dodol rumput laut memperoleh legalitas dan sertifikat halalnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada kemenristekdikti yang telah memberikannya kepada TIM, ketua KSU Turin ibu Diana dg Ngai dan umkm dodol rumput laut, LP2M STIE Amkop Makassar dan LPPM Politeknik LP3I Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, J. K., Kepada, P., Pengelolaan, M., Bagi, K., Menengah, U. K., Desa, D., Kabupaten, W., Nuning, S., Dewi, N., & Fitriya, N. L. (2021). Pengabdian Kepada Masyarakat Pengelolaan

Keuangan Bagi Usaha Kecil Menengah Di Desa Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(1), 139–145. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/13843>

Anis S, Nandiroh , & Supriyanto A. (2007). Usaha Peningkatan Produktivitas Dengan Productivity Evaluation Tree (PET) Models. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, V(3), 106-112.

Devi Maulidasari, C., & Rahmad Hidayat, M. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(2). <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/1379>

Fatimah, N. (2014). *Produktivitas Budidaya Jamur Tiram Dalam Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Mitra Mandiri Di Kelurahan Simpang Baru Kec. Tampan Pekanbaru (Suatu Pendekatan Ekonomi Islam)*. Riau: reporsitory UNI Suska Riau.

Farm, R. Y. P. (n.d.). *Strategi Pemasaran Menggunakan Media Sosial untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan*. Retrieved December 21, 2022, from https://www.academia.edu/33764605/Strategi_Pemasaran_Menggunakan_Media_Sosial_untuk_Meningkatkan_Jumlah_Pelanggan

Kemenkop UKM Siapkan Sejumlah Stimulus untuk UMKM pada 2021. (n.d.). Retrieved December 21, 2022, from <https://money.kompas.com/read/2021/02/13/185755126/kemenkop-ukm-siapkan-sejumlah-stimulus-untuk-umkm-pada-2021>

Putri , M. (2017, Oktober). Pengaruh Profitabilitas Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pulp & Paper Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jom FISIP*, IV(2), 1-12.

PP No 7 (2021). Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Shanti Akhiriani, Akhiriani, S., & Indrayani, N. (2017). Peningkatan Produktivitas Agroindustri Sabun Susu Kambing Etawa “AFINDA”. *Warta Pengabdian*, II(4), 121-138. doi::10.19184/wrtp/v11i4.7241

Sumodiningrat, Gunawan and Wulandari, Ari. (2016). Membangun Indonesia dari Desa Pemberdayaan Desa sebagai Kunci Kesuksesan Pembangunan Ekonomi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Media Pressindo*, Yogyakarta