

LAPORAN

KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

MENGEMBANGKAN SUMBER DAYA DAN UMKM KREATIF MELALUI DIGITAL MARKETING DI KAMPUNG KADUODENG BANJARSARI



Tim Pelaksana:

Ketua Tim

Rulin Swastika

Anggota:

Dea Arini

Fathurohman

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS AL-KHAIRIYAH

TAHUN 2023

“Mengembangkan Sumber Daya dan UMKM Kreatif Melalui Digital Marketing di Kampung Kaduodeng, Banjarsari”

Abstrak

Sumber Daya Alam yang dihasilkan Desa Banjarsari sangat melimpah, akan tetapi sumber daya alam yang dimiliki Desa Banjarsari belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh masyarakatnya, sehingga perlu adanya bimbingan kepada masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada. Salah satunya dengan memanfaatkan produk olahan kelapa yang dibuat menjadi sebuah makanan dengan harga nilai jual tinggi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Banjarsari banyak didirikan dengan ilmu manajemen usaha yang mumpuni. Pelatihan manajemen usaha yang dilaksanakan di Desa Banjarsari bertujuan untuk dapat meningkatkan produktivitas, kualitas dan pengembangan UMKM. Karena pelatihan terhadap sumber daya manusia merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia secara terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan secara spesifik pada suatu pekerjaan untuk dapat mencapai tujuan dari sebuah organisasi/perusahaan. Melihat permasalahan dan potensi yang ada, masyarakat desa dinilai perlu mengetahui lebih dalam mengenai cara pengolahan dan manfaat dari kelapa sehingga dapat meningkatkan profit atau dapat dijadikan sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat. Pemasaran digital merupakan suatu pemasaran produk

atau layanan yang menggunakan teknologi melalui internet, media sosial, telepon seluler, atau media digital lainnya. Hal ini juga merupakan istilah umum yang dapat mencakup berbagai strategi pemasaran digital seperti pemasaran media sosial, pengoptimalan mesin telusur (SEO), dan juga pemasaran email. Strategi pemasaran digital ini berbeda dengan pemasaran tradisional seperti media cetak, papan reklame, dan TV. Strategi digital marketing ini tentu didorong oleh data. Tujuan dari digital marketing ini yaitu dapat menarik konsumen dan calon konsumen dengan cepat. Seperti yang Anda tahu, bahwa penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran apabila kegiatan digital marketing dijadikan pilihan utama oleh setiap perusahaan. Akibatnya setiap perusahaan saling berkompetisi dan berlomba dalam membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Pelatihan ini dibagi menjadi beberapa tahap pelaksanaan tahap yang pesertanya terlihat sangat antusias, dengan adanya pelatihan ini terlihat banyak peserta yang hadir dan aktif dalam kegiatan pelatihan ini. Dari rekap kuesioner diperoleh peserta merasa senang mengikuti pelatihan ini, materi yang diberikan sudah dipahami dan dapat meningkatkan keterampilannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan telah dapat dikuasai oleh setiap pesertanya.

Kata kunci: Sumber daya, UMKM, Manajemen, Digital Marketing.

Abstract

The natural resources produced by Banjarsari Village are very abundant, but the natural resources owned by Banjarsari Village have not been fully utilized by the community, so there is a need for guidance to the community to take advantage of the existing potential. One of them is by utilizing processed coconut products that are made into food with a high selling price. Many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banjarsari Village were established with qualified business management knowledge. The business management training carried out in Banjarsari Village aims to increase productivity, quality and development of MSMEs. Because training in human resources is one of the efforts to develop human resources in a planned manner to increase knowledge, skills specifically on a job to be able to achieve the goals of an organization/company. Seeing the problems and potentials that exist, the village community is considered to need to know more about how to process and benefit from coconut so that it can increase profits or can be used as a source of additional income for the community. Digital marketing is the marketing of products or services using technology via the internet, social media, cell phones, or other digital media. It is also an umbrella term that can cover a variety of digital marketing strategies such as social media marketing, search engine optimization (SEO), as well as email marketing. This digital marketing strategy is different from traditional marketing such as print media, billboards, and TV. This digital marketing strategy is certainly data driven. The purpose of digital marketing is to attract consumers and potential customers quickly. As you know, the acceptance of technology and the internet in society is very broad, so it is not surprising that digital marketing activities are the main choice for every company. As a result, every company competes with each other and competes in creating interesting content to be displayed in its marketing in cyberspace. This training is divided into several stages of implementation stages where the participants look very enthusiastic, with this training it can be seen that many participants are present and active in this training activity. From the recap of the questionnaire, it was found that participants were happy to participate in this training, the material provided was understood and could improve their skills. This shows that the training has been mastered by each participant.

Keywords: Resources, Micro Small Medium Enterprises, Management, Digital Marketing

A. PENDAHULUAN

Tri dharma perguruan tinggi mempunyai aturan tentang bagaimana kampus bisa berguna untuk masyarakat melalui bentuk pengabdian berjenjang oleh para dosen, terlebih untuk bisa memecahkan masalah yang terjadi di dalam masyarakat. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah salah satu bentuk dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pihak Universitas Al-Alkhiriyah, program PKM yang menitik beratkan kepada pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang

dilakukan mempunyai tujuan untuk memberdayakan masyarakat yang sudah memiliki sebuah usaha ataupun belum agar bisa lebih berkembang (Rohmah, Nuari et al., 2022).

Melalui beberapa bentuk kegiatan pengenalan, penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat agar bisa mencapai target yang diharapkan dalam pelaksanaan program PKM tentang UMKM ini. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi disebagian besar negara (Chandra, 2015; Sindakis &

Theodorou, 2017). Eksistensi dari UMKM pada masa sekarang ini di gadang-gadang sebagai salah satu sektor ekonomi yang mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dan menjadi roda penggerak ekonomi. Salah satunya adalah UMKM yang ada di Kecamatan Anyar yang memiliki banyak sekali potensi UMKM, salah satunya adalah Desa Banjarsari yang memiliki salah satu UMKM yang sudah cukup tinggi dengan sumber daya alam yang dihasilkan yaitu

melinjo, kelapa, pisang, dll (Alan et al., 2022; Rohmah, 2022; Yesi et al., 2022). Desa Banjarsari yang menjadi lokasi PKM Universitas Al-Khairiyah periode 2022. Di Desa Banjarsari terdapat usaha - usaha mikro kecil menengah yang berdiri namun demikian berdasarkan hasil survey, Usaha Mikro Kecil terhadap UMKM Cikalan Chip di Desa Menengah (UMKM) di daerah tersebut didirikan tanpa ilmu manajemen yang cukup. Di dalam pelatihan manajemen ilmu yang kurang mengenai usaha ini peserta pelatihan akan memperoleh usaha, usaha tersebut tidak akan dapat berjalan dengan kualitas yang baik dan perkembangan yang kurang pesat jika dibandingkan dengan pengelola dengan ilmu

Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya organisasi yang penting yang didirikannya. Perlunya peningkatan Sumber daya manusia mempengaruhi efisiensi pengelolaan UMKM yang baik dan kreatif dan efektifitas dari sebuah perusahaan, karena jika UMKM tersebut dapat merancang dan memproduksi, mengalokasikan berkembang dengan pesat dan besar dapat sumber daya finansial, menentukan strategi dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat arah dari sebuah organisasi. Sehingga sumber setempat, pemenuhan barang dan jasa, dapat daya manusia memiliki peran yang besar menciptakan lapangan pekerjaan, dalam meningkatkan nilai tambah yang dapat organisasi usaha dan menghasilkan menurunkan angka kemiskinan dan keunggulan untuk dapat bersaing dengan pertumbuhan ekonomi (Febriyantoro, dkk: organisasi usaha lainnya (Wastu : 2015). Oleh

2019).

Berdasarkan hasil survey, dengan melihat sumber daya yang melimpah seperti Kelapa. Yang dimana potensi itu tidak di olah dengan masyarakat setempat di sebabkan minim nya nilai jual kelapa. Oleh karena itu, kreatifitas mahasiswa PKM untuk mengolah kelapa menjadi sebuah produk terbaru di desa Banjarsari yang di beri label “Cikalan Chip”. Manajemen merupakan proses tindakan

tindakan dari mulai perencanaan,

pengorganisasian, penggerakan dan

pengendalian untuk mencapai sasaran yang di

targetkan dengan memanfaatkan sumber daya

manusia yang dimiliki dan sumber daya -

Desa Banjarsari terdapat usaha - usaha mikro

sumber daya lainnya (Hasibuan,2011). Oleh

kecil menengah yang berdiri namun demikian

karena itu dilaksanakan pelatihan manajemen

berdasarkan hasil survey, Usaha Mikro Kecil terhadap

UMKM Cikalan Chip di Desa

Menengah (UMKM) di daerah tersebut

Banjarsari merupakan salah satu upaya untuk

didirikan tanpa ilmu manajemen yang cukup.

meningkatkan kualitas pengelolaan UMKM di

Tentunya menjalankan sebuah usaha dengan

Desa tersebut. Di dalam pelatihan manajemen

ilmu yang kurang mengenai manajemen

usaha ini peserta pelatihan akan memperoleh

usaha, usaha tersebut tidak akan dapat

beberapa materi selama pelatihan ini, yaitu

berjalan dengan kualitas yang baik dan

manajemen keuangan, manajemen produksi

perkembangan yang kurang pesat jika di

manajemen pemasaran digital.

bandingkan dengan pengelola dengan ilmu

Sumber daya manusia merupakan salah

salah satu sumber daya organisasi yang penting.

karena itu pelatihan ini dilaksanakan kepada sumber daya manusia yang memiliki dan menjalankan UMKM.

Pelatihan manajemen usaha bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola UMKM dalam mengelola usahanya sehingga dapat lebih maju dan berkembang yang dikelola dari yang sebelumnya.

Karena pelatihan merupakan kegiatan terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan secara spesifik pada sesuatu pekerjaan untuk dapat mencapai tujuan (iswan: 2021).

UMKM yang dapat berkembang akan dapat meningkatkan kesejahteraan di Desa nya karena akan menyerap kerja lebih banyak di Desa tersebut untuk memperoleh pekerjaan dan penghasilan setempat.

Peserta terlihat sangat antusias dengan adanya pelatihan ini terlihat dari banyaknya peserta yang hadir dan aktif dalam kegiatan pelatihan ini. Kegiatan ini didukung juga oleh Masyarakat setempat, dengan meminjamkan Aula sekolah untuk kegiatan pelatihan ini. Kegiatan pelatihan ini juga dibuka oleh pembimbing kami, dilanjutkan dengan pelatihan manajemen sumber daya manusia, manajemen produksi dan manaejem pemasaran digital.

B. METODE

Pada pelaksanaan program PKM kali ini kami memiliki program kerja yang berbasis penyuluhan kepada masyarakat desa Banjarsari khususnya di Kp. Kaduodeng. Pada PKM ini menjalankan program kerja tentang

pengembangan pemasaran khususnya bagi pelaku UMKM adalah fokus utama kami dalam menjalankan program kali ini, sehingga kami bisa menjalankan program kali ini yang fokus pada hal yang ingin kami berdayakan dan kami jadikan sebagai program pokok yang nantinya diharapkan dapat diterapkan oleh masyarakat

Biasanya UMKM menjadi salah satu bisnis yang paling banyak disukai pengusaha besar bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Dengan berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis

Cikalan Chip ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

Metode pengenalan tentang pengembangan hingga pemasaran yang digunakan adalah metode penyuluhan kepada

masyarakat Kp. Kaduodeng desa Banjarsari yang dilakukan di Aula Sekolah setempat yang dihadiri oleh para pelaku usaha UMKM yang diundang untuk bisa mengikuti penyuluhan ini. Di dalam penyuluhan itu dilakukan pengenalan tentang dasar-dasar manajemen bisnis, cara pembuatan produk Cikalan chip, dan prinsip pemasaran produk kepada masyarakat lalu diberikan bentuk dan cara-cara pemasaran yang baik dan benar kepada masyarakat, serta kami juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bertanya, kemudian akan dijawab oleh para pemateri yang terdiri dari para dosen yang sudah ditunjuk untuk menyampaikan materi dan para narasumber yang diundang untuk bisa mengikuti kegiatan penyuluhan di Aula Sekolah.

Selain penyuluhan di Aula Sekolah,

dilakukan penyuluhan langsung kepada pihak UMKM dengan cara terjun langsung ke tempat atau lokasi UMKM serta menjelaskan metode produksi dan pemasaran melalui media internet

kepada pelaku usaha UMKM, jadi dengan adanya metode terjun langsung ke UMKM ini diharapkan mereka bisa lebih memahami lagi dan lebih bisa menerapkan di kemudian hari (Iryanie & Handayani, 2019; Mulyani et al., 2021; Slamet et al., 2016).

Pelatihan ini dilaksanakan di Desa Banjarsari bertempat di Aula Sekolah MTs. Al khairiyah Banjarsari. Dihadiri oleh 30 orang peserta pelatihan.

Pada awalnya masyarakat desa kebingungan harus mulai berjualan dimana terlebih dahulu karena saat ini begitu banyak sekali pilihan yang bisa digunakan untuk memasarkan produk kita di dunia *online*.

Sebelum menentukan media *online* digital marketing, mereka harus memahami terlebih dahulu karakteristik target market dari produk kita. Manfaatkan media yang paling mudah digunakan dan mungkin juga kita merupakan salah satu pengguna media tersebut, seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan *Google Business*.

Jika produk kita target marketnya adalah perusahaan *Business to Business* (B2B) seperti usaha penyedia souvenir seminar atau tas promosi, tentunya akan berbeda media yang digunakannya dengan usaha tas yang dijual untuk retail. Usaha B2B akan lebih efektif.

Menggunakan website atau *Google Business* karena terlihat lebih profesional dan terpercaya, sedangkan untuk tas yang dijual retail bisa menggunakan media sosial terlebih

dahulu. Media sosial pun bermacam ragamnya. Sahabat UKM pasti ada yang sudah memiliki akun media sosial dan terbiasa

menggunakannya kan? Namun, jika kita ingin berjualan di media sosial, sebaiknya kita memiliki akun bisnis khusus dan dipisahkan dengan akun pribadi agar *social trust* (kepercayaan) pembeli meningkat dan lebih profesional (Muslem et al., 2017; Saputra et al., 2021; Shihab et al., 2022; Slamet et al., 2016).



Ga

mbar 1. Sosialisasi UMKM di aula sekolah MTs.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN Kami

berinovasi membuat produk dari Kelapa agar dapat dijual dengan harga tinggi dan dapat dikenal sebagai produk khas desa Banjarsari. Kelapa sering dijadikan masyarakat desa Banjarsari produk olahan berupa Minyak kletik, kelapa muda dan bahan bakar. Namun harga jualnya masih belum bisa membantu

membangkitkan perekonomian masyarakat desa karena keuntungannya masih sangat kecil. Oleh karena itu butuh bimbingan serta pendampingan untuk mengelola serta mengembangkan produk olahan desa Banjarsari ini agar kualitas dan harga jualnya dapat meningkat.

Permintaan keripik Cikalán Chip sebagai camilan di sekitar lingkungan dan di berbagai tempat kian melonjak sehingga usaha ini akan menjadi peluang usaha yang tetap

menguntungkan. Kelebihan dari usaha keripik untuk bisa ikut berinovasi menciptakan olahan Cikalan Chip ini antara lain segi modal kelapa yang dapat dijual dengan harga yang terjangkau, usaha mudah dijalankan, bahan baku lebih tinggi (Wulandari et al., 2022). Hasilnya mudah diperoleh, dan tidak memerlukan tempat masyarakat tertarik dan cukup menyukai produk yang khusus. Hampir semua masyarakat yang telah kami buat, kami harap kedepannya menyukai camilan keripik Cikalan Chip. Untuk lebih banyak lagi inovasi dan kreasi yang mencari konsumen dari usaha ini pun tidak sulit. Dihasilkan masyarakat desa petanang dalam Banyak warung kelontong, restoran/rumah mengelola kelapa daerahnya yang melimpah.

makan, pusat oleh-oleh dan bahkan pedagang Pelatihan sumber daya manusia asongan yang menjual camilan keripik Cikalan merupakan salah satu upaya untuk Chip sebagai usaha mereka. mengembangkan sumber daya manusia secara

Dengan adanya kenyataan di lapangan terencana untuk meningkatkan tersebut tentunya sangat mendukung untuk pengetahuan, keterampilan secara spesifik pada memulai usaha pembuatan keripik Cikalan Chip sesuatu pekerjaan untuk dapat mencapai tujuan aneka rasa karena bisnis tersebut sangat dari sebuah organisasi/perusahaan (iswan:2021).

menjanjikan untuk mendapatkan pendapatan Sumber daya manusia merupakan yang cukup sehingga mampu menggerakkan sumber daya salah satu terpenting dalam ekonomi keluarga yang notabene usaha ini menjalankan sebuah usaha. Sumber daya merupakan usaha skala mikro. Selain itu, manusia yang menentukan perencanaan, pengembangan bisnis keripik Cikalan Chip pelaksanaan usaha, penentu strategi sampai aneka rasa sendiri tidak hanya bermanfaat bagi dengan pemasaran produk akhir dari hasil pemproduksi tetapi juga sektor usaha lain produksi. Oleh karena itu diadakan pelatihan ini misalnya pedagang dan penanam kelapa untuk meningkatkan kemampuan pengelola Melihat realita dan prospek usaha keripik UMKM dalam menjalankan dan Cikalan Chip aneka rasa cukup cerah dan mengembangkan UMKM yang dijalkannya.

terbuka lebar maka usaha ini patut Dalam pelatihan ini peserta terlihat dikembangkan sebagai salah satu usaha bersemangat dan antusias, terlihat dari banyak pengolahan kelapa menjadi camilan yang peserta yang hadir dan selama pelatihan banyak disukai kalangan dan bisa meningkatkan berlangsung peserta banyak melontarkan pendapatan masyarakat desa Banjarsari, berbagai pertanyaan jika ada materi yang kurang Kecamatan Anyer, Kabupaten Serang. dipahami oleh peserta pelatihan. Peserta pun

Oleh karena itu kami buatlah salah satu mengikuti semua runtutan acara kegiatan dari produk olahan Kelapa berupa keripik Cikalan awal sampai dengan selesai. Kegiatan ini Chip yang kami tambahkan aneka rasa mendapat dukungan dari Warga setempat di dalamnya, tidak lupa kami juga berinovasi sehingga pelaksanaan disiapkan di suatu Aula di dengan Kemasan dan logo dari produk yang sekolah. Kami tim pun dijamu dengan baik oleh kami buat guna mendorong masyarakat desa kepala Warga setempat.

Pelatihan ini dibagi dalam 3 (tiga) sesi, 18
 dimana sesi yang pertama peserta diberikan 16
 pelatihan mengenai manajemen keuangan, pada
 sesi yang kedua peserta diberikan pelatihan
 manajemen produksi dan di sesi ketiga peserta 14
 diberikan pelatihan berupa manajemen
 pemasaran digital. 12

Dimana peserta langsung mencoba 10
 membuat akun sistem digital dan mencoba
 langsung untuk mengelolanya.

Berikut hasil dari pengolahan kuesioner 4
 yang dibagikan kepada peserta pelatihan setelah
 selesai mengikuti pelatihan :

Pemahaman 2

30

0 Mengerti Mengerti Peserta
 Cukup Mengerti Kurang- kat Meningkatkan Grafik 2. Motivasi

Grafik 1. Pemahaman Peserta

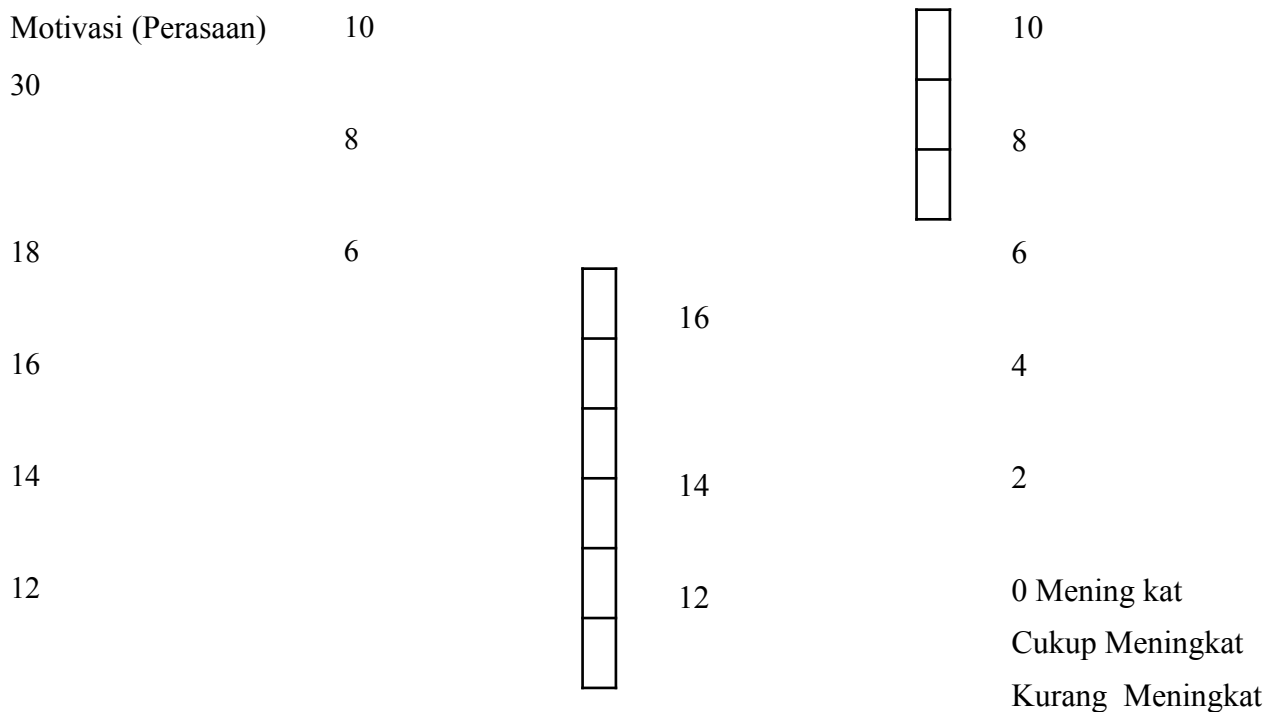
menyatakan cukup suka mengikuti pelatihan ini.

Dari rekap hasil pemahaman peserta dari
 30 peserta yang hadir dalam pelatihan, terdapat
 20 orang mengerti materi pelatihan yang
 disampaikan dan terdapat 10 orang peserta yang
 cukup mengerti materi yang telah disampaikan.
 Hal ini menunjukkan materi yang disampaikan
 telah dipahami oleh peserta pelatihan.

Berdasarkan hasil rekap perasaan
 peserta mengikuti pelatihan ini seluruhnya
 menyatakan suka dengan pelatihan yang di
 ikutinya tentang manajemen usaha, Dimana
 secara detil terdapat 19 orang peserta
 menyatakan suka dan 1 orang peserta



Pemahaman



4 Meningkatkan Cukup Meningkatkan Kurang Meningkatkan
Grafik 3. Keterampilan Peserta

Berdasarkan grafik di atas dapat diartikan bahwa sebagian besar peserta merasa keterampilannya meningkat dan sebagian kecilnya cukup meningkat ketrampilannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan keterampilannya. Sumber daya manusia sebagai penggerak usaha yang dijalankan telah memiliki wawasan yang lebih mumpuni dan keterampilan yang lebih baik dalam mengelola, meningkatkan kualitas dan pengembangan usahanya.

Diharapkan hasil ilmu yang diperoleh dalam pelatihan ini dapat di implementasikan oleh setiap peserta dalam pengelolaan UMKM, sehingga UMKM dapat lebih produktif, peningkatan kualitas dan dapat jauh lebih berkembang. Selepas pelatihan ini tidak menutup kemungkinan untuk dikembangkannya jenis pelatihan-pelatihan lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat dalam

mengembangkan UMKM dan meningkatkan kualitas produksi yang dihasilkan.



Gambar 2. Proses Pembuatan Produk Olahan Kelapa



“Cikalan Chip”

Gambar 3. Inovasi Produk Hasil Olahan Kelapa Siap Dijual

D. KESIMPULAN

Pelatihan manajemen usaha dilaksanakan di Desa Banjarsari yang terbagi menjadi 3 sesi yaitu pelatihan keuangan, pelatihan manajemen produksi dan manajemen pemasaran digital dalam upaya peningkatan

pengelolaan UMKM dapat berjalan dengan Santoso A, dkk. 2019. Pelatihan Manajemen lancar. Pelatihan ini ditujukan bagi pengelola Usaha dan Pembuatan Merk. 1 (1), 14-20. UMKM, karena sumber daya manusia Trihudiyatmanto, M. 2019 . Membangun Minat merupakan salah satu faktor penting dalam Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh menentukan maju mundurnya sebuah usaha. Faktor E-Commerce, Pengetahuan Dimana tahapan pelatihan ini terdiri dari tahap Kewirausahaan dan Gender. 6(2), 93-103. perencanaan, tahap pelaksanaan yang terdiri dari pemaparan dan praktek, dan tahap terakhir adalah tahap refleksi. Dimana pada tahap refleksi peserta diminta mengisi kuesioner yang dibagikan. Berdasarkan rekap kuesioner peserta pelatihan telah memahami materi pelatihan yang diberikan, peserta menyukai pelatihan tersebut dan peserta telah merasa keterampilannya bertambah setelah mengikuti pelatihan tersebut.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Desa Banjarsari dan Universitas Al-khairiyah yang telah mendukung pelaksanaan pelatihan ini, kepada seluruh peserta pelatihan dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fabriyantoro, Trio Muhammad., dkk. 2019 . Pelatihan Kewirausahaan dan Peningkatan Kualitas Manajemen dan Tatakelola Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Lingkungan PKK Tiban Global Batam. 2 (2), 271-279
- Hasibuan, Malaayu, S.P, 2011. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi. Jakarta. Bumi Aksara
- Iswan. 2021. Manajemen Pendidikan dan Pelatihan. Depok : Rajawali.
- Wastu, Fidelis Yogiswara., dkk. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Unitel
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136–147.
- Widjadja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukanjie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (KB) Layang-Layang Palembang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 697–70