

Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada UMKM Kelurahan Gudang Kota Bogor

Saefudin Zuhdi, Iswandi Sukartaatmadja,
Stanislaus Bandung Argoputro

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
E-Mail: iswandi@ibik.ac.id

Leveraging Product
Quality for Small
Business

115

Submitted:
MARET 2023

Accepted:
JULI 2023

ABSTRACT

Problems that occur in home industries or Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bogor City revolve around product quality. Awareness of maintaining product quality, there are several factors that determine product quality, including products that are clean in terms of materials and processes (hygienic), product safety (not using chemical materials and dyes), product appearance, and product packaging. The solution provided is providing assistance, in the form of counseling and training, to MSMEs in Bogor City is to increase the empowerment of partners according to the problems faced by MSMEs, namely increasing the knowledge and skills of MSME actors. Likewise, the number of products, production capacity, number of assets, total turnover, and management capabilities have increased. The planned activities that will be carried out are assistance and training on quality production. The aim of this activity is for MSME players to increase their knowledge and skills. The results obtained by MSME players are products that are fit for distribution, products can be marketed widely, product safety is guaranteed, and buyer confidence increases.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, SMEs

ABSTRAK

Masalah yang terjadi pada industri rumahan atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bogor berkisar mengenai kualitas produk. Kesadaran untuk menjaga kualitas produk, adapun beberapa faktor yang menentukan kualitas produk di antaranya adalah produk yang bersih secara bahan dan proses (higienis), keamanan produk (tidak menggunakan bahan dan pewarna kimia), tampilan produk, dan kemasan produk.. Solusi yang diberikan adalah memberikan pendampingan, berupa penyuluhan dan pelatihan, terhadap UMKM yang ada di Kota Bogor adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu pengetahuan, dan keterampilan dari pelaku UMKM meningkat. Begitu juga dengan jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, dan kemampuan manajemen meningkat. Rencana kegiatan yang akan dilakukan adalah pendampingan dan pelatihan tentang produksi yang berkualitas. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku UMKM meningkat dalam pengetahuan dan keterampilan. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM adalah produk yang layak edar, produk bisa dipasarkan secara luas, keamanan produk terjamin, dan kepercayaan pembeli meningkat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Inovasi Produk, , UMKM

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kota Bogor merupakan kota penyangga Ibu Kota tentu menjadi Kota sangat strategis baik posisi maupun strategis untuk meningkatkan kemampuan dalam pengembangan produk UMKm sehingga peningkatkan ekonomi kerakyatan dapat menjadi penopang dalam kesejahteraan masyarakat. Pelaku UMKM Kota Bogor yang berjumlah kurang

JADKES

Jurnal Abdimas Dedikasi
Kesatuan
Vol. 4 No. 2, 2023
page 115-122
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745 – 7508
DOI: 10.37641/jadkes.v4i1.2422

lebih ada 40 ribu orang menurut data sensus dari Dinkopukmdagin Kota bogor yang disampaikan oleh Kabid bapak R. Medi Sandora pada tahun 2022.

Oleh sebab itu salah satu untuk meningkatkan nilai jual hasil UMKM yaitu dengan meningkatkan kualitas produk mereka, baik dari segi produk maupun kemasan, harapannya adalah produk UMKM penjualan meningkat dan bisa mensejahterakan mereka dan masyarakat sekitar.

Peningkatan kualitas produk tentu dapat menaikkan positioning produk dan tentu juga akan sangat berpengaruh kepada penjualan produk. Kegiatan ini menjadi lebih menarik karena dengan beragamnya produk UMKM tentu menjadi tantangan tersendiri untuk meningkatkan kualitas, serta bagaimana inovasi yang bisa dilakukan dengan menambah varian juga jenis dari produk yang mereka hasilkan.

Tujuan dari kegiatan pendampingan “meningkatkan kualitas produk pada UMKM Kota Bogor adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana cara meningkatkan kualitas produk mereka sehingga mempunyai nilai lebih dibandingkan produk sejenis yang ada dipasaran
2. Menjelaskan apa saja yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk, salah satunya adalah inovasi produk sehingga hasil produksinya tidak monoton, sehingga calon pembeli tidak mengalami kejenuhan.

Manfaat dari kegiatan ini untuk pelaku UMKM adalah, memberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana proses menaikkan kualitas produk. Adapun manfaat yang dicapai antara lain:

1. Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Kota Bogor dalam peningkatan kualitas produknya sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan mereka
2. Memberikan pemahaman hal-hal apa saja yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk sehingga produk mampu bersaing dipasar, dengan demikian bisa memberikan dampak positif kepada usaha yang mereka jalani

PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini diperuntukan untuk pelaku UMKM Kota Bogor yang dilaksanakan pada tanggal 23 Maret 2022

Kerangka Pemecahan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan bagaimana cara yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk bagi UMKM Kota Bogor. Kerangka pemecahan masalah dimaksud dengan melakukan penerapan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peserta dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Kota Bogor binaan Institut Bisnis dan Informatika Kesatua dan Dinkopukmdagin Kota Bogor.
2. Kompetensi yang disampaikan adalah;
 - a. Bagaimana meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagaimana meningkatkan kualitas produk
 - b. Bagaimana merancang strategi untuk meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing dengan produk yang lain.

Khalayak Sasaran Antara yang Strategis

Sasaran dalam kegiatan pendampingan dan pelatihan ini adalah pelaku UMKM Kota Bogor, sasaran yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan kualitas produk bagi UMKM Kota Bogor sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk sejenis.

Keterikatan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini merupakan proses pendampingan dan pelatihan dari perguruan tinggi. Teknis pelaksanaan pendampingan dikoordinir oleh team Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dengan didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki latar belakang keilmuan dibidang pemasaran.

Hal-hal yang berkaitan dengan sumber daya manusia LPPM IBI Kesatuan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Tenaga Pengajar yang profesional dan berpengalaman.
- b. Berpengalaman dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan dan pelatihan serta mempunyai standarisasi keahlian.

Target Luaran dalam program pendampingan ini adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu pengetahuan, dan keterampilan dari pelaku UKM meningkat. Begitu juga dengan jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, dan kemampuan manajemen meningkat.

UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam AUFAR (2014).

Usaha rumah tangga/ UMKM biasanya menggunakan potensi sumber daya yang ada di daerah tersebut. Salah satunya sumber daya alam. Potensi sumber daya di suatu daerah bisa dipilih menjadi produk unggulan di daerah tersebut. Sumber daya, bisa sumber daya alam maupun sumber daya manusia berupa keahlian. Hal ini didapat dengan menggunakan beberapa kriteria diantaranya sumber daya alam yang melimpah, kesiapan pemerintah, dan keunikan dari produk yang akan dihasilkan (Sutoni, 2018) .

Konsep pemberdayaan bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat. Pembangunan tidak lagi berpusat pada pemerintah tetapi juga dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Hal ini agar komunitas di tingkat Mikro terjangkau dan mendapat pengaruh. (Hikmat, 2006).

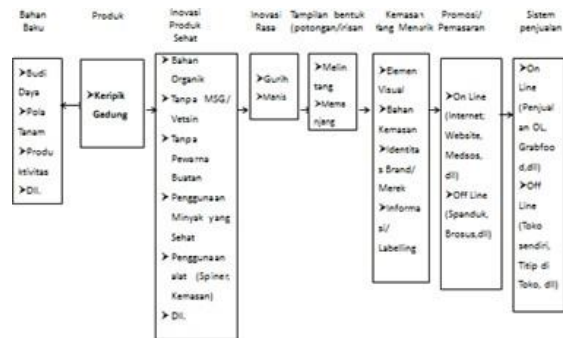
Menurut Wrihatnolo dan Dwijowijoto pemberdayaan melalui proses atau tahapan. Yaitu tahapan penyadaran, *capacity building*, dan pendayaan. Tahap penyadaran merupakan tahap dimana target yang hendak diberdayakan diberi “pencerahan” dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mencapai “sesuatu”. (Wrihantolo, dkk., 2007).

Sumodingrat menyatakan Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat merupakan usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan keluarga. Ekonomi rakyat berbeda dengan ekonomi kerakyatan. Ekonomi rakyat merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat itu sendiri dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu pangan, sandang, dan papan. Sedangkan ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan rakyat (Sumodiningrat, 1999).

Menurut Sutoni dan Masrofah (2018), dalam Inovasi sebuah produk makanan di UMKM dibutuhkan beberapa hal penting, yaitu :

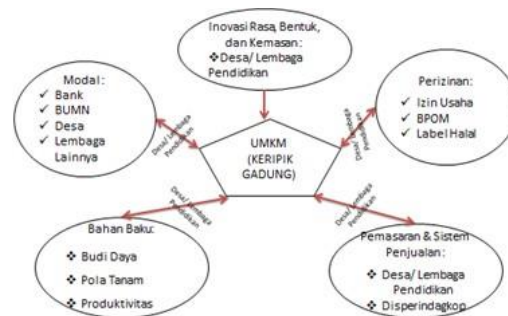
1. Pemodalan
2. Ketersediaan Bahan Baku
3. Inovasi produk yang sehat dan higienis
4. Inovasi Rasa
5. Tampilan bentuk potongan/ bentuk irisan
6. Kemasan yang menarik (bungkus)
7. Promosi Sistem Penjualan
8. Manajemen Usaha

Adapun konsep pengembangan Inovasi menurut Sutoni dan Masrofah (2018) mengenai konsep Inovasi Keripik Gadung bisa dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Konsep pengembangan inovasi keripik Gadung.

Adapun konsep pembinaan Inovasi menurut Sutoni dan Masrofah (2018) dalam penelitiannya tentang Konsep Inovasi Keripik Gadung adalah bisa dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Konsep pembinaan inovasi keripik Gadung.

Dalam membuat Kualitas Produk yang baik juga harus didukung oleh pemasaran yang baik. Kita mempromosikan bahwa produk kita layak untuk dibeli, karena mempunyai kualitas produk yang baik, baik dalam proses maupun distribusi.

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, Philip. 1985).

Rencana strategis pemasaran menurut (Assauri, Sofjan. 2008) mempunyai ciri penting, yaitu :

1. Penyusunannya melihat perusahaan secara keseluruhan.
2. Dampak kegiatan yang direncanakan bersifat menyeluruh.
3. Diusahakan dalam memahami kekuatan yang bisa mempengaruhi perkembangan perusahaan dalam penyusunannya.
4. Jadwal dan waktu yang ditentukan adalah yang sesuai dan juga mempertimbangkan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan.
5. Penyusunan rencana dilakukan secara realistis dan relevan dengan lingkungan yang dihadapi.

Yang dimaksud pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural. Pemberdayaan ekonomi dapat berupa program pengembangan sistem pendukung usaha UKM dan pemberdayaan usaha skala mikro (Suharto, Edi. 2004)

Permasalahan

Permasalahan UMKM yang ada di desa Rancagoong yaitu kurang sadarnya pelaku UMKM terhadap Kualitas Produk, terutama mengenai Kebersihan dan Kesehatan

Produk, baik dalam proses pengolahan, Proses sesudah pengolahan, Kemasan, dan tampilan produk. Sehingga produk-produk tersebut kurang diminati. Hal ini berdampak pada omset penjualan dan keuntungan. Apalagi di masa Pandemi Covid-19 sekarang ini, penjualan sangat drastic menurun. Hal ini menyangkut juga dalam hal pemasaran. Pemasaran dilakukan masih secara tradisional, dari mulut ke mulut, dan dijual secara berkeliling. Jika pelaku UMKM sudah menyadari pentingnya Kualitas Produk, ke depannya bisa didaftarkan/ dibuatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Dengan mempunyai Sertifikat ini, diharapkan masyarakat/ Konsumen lebih percaya terhadap produk yang dibuat oleh UMKM yang ada di desa Rancagoong. Tetapi Sertifikat tersebut bisa didapat, jika UMKM sudah melakukan persyaratan Proses Produksi secara berkualitas. Jika konsumen percaya terhadap produk secara berkualitas maka akan ada manfaat lain yaitu produk sudah layak beredar, produk bebas dipasarkan secara luas, keamanan dan mutu produk terjamin, kepercayaan pembeli meningkat. Hal ini akan berdampak meningkatnya nilai jual produk. Sehingga pemberdayaan masyarakat akan berlangsung dengan baik.

METODE

Metode yang digunakan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan UMKM yang ada di desa Rancagoong yaitu dengan Pengumpulan dan Analisis Data.

Pengumpulan Data

Adapun data-data yang diperlukan dalam pengabdian kepada masyarakat diperoleh dari:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis, khususnya pendampingan dalam meningkatkan kualitas produk. Wawancara ini dilakukan kepada pemilik industri rumahan, karyawan, sejumlah perangkat desa, dan masyarakat. Wawancara dilakukan untuk membahaskan tentang UMKM yang ada di desa Rancagoong yang sedang berjalan, permasalahan dan kendala yang dirasakan, dan keinginan-keinginan dalam meningkatkan kualitas produk.

2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek. Observasi yang dilakukan kali ini adalah pengamatan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa. Observasi dilakukan langsung ke lapangan untuk mengetahui potensi UMKM yang ada di desa Rancagoong dan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dalam kualitas produksi. Apa saja yang telah dan sedang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk UMKM yang ada di desa Rancagoong.

Jenis dari Observasi/ penelitian ini merupakan jenis penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D). Metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan dari produk tersebut (Sugiyono, 2015). Model R&D yang digunakan pada pendampingan ini sesuai dengan Thiagarajan, et. al (1974)

3. Dokumentasi (data sekunder) adalah data yang diperoleh dari tempat usaha, kantor desa, buku (kepuustakaan), Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Daerah, atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian, khususnya peningkatan kualitas produk UMKM dalam pemberdayaan masyarakat.

Pengolahan dan Analisis Data

Tahapan selanjutnya setelah data-data terkumpul, maka dilakukan pengolahan dan analisis data. Data-data yang didapat berupa kejadian aktual dalam peningkatan kualitas produk. Baik itu yang telah dilakukan, sedang dilakukan, maupun keinginan yang akan dilakukan. Data-data di atas tersebut memuat semua kelemahan dan kelebihan yang terjadi dalam peningkatan kualitas produk UMKM di desa Rancagoong. Kelemahan

yang ada adalah semua permasalahan yang terjadi. Sehingga dari pengolahan dan analisis data ini dibuat langkah-langkah untuk mencarisolusinya. Metodologi menjelaskan teori pendukung, kronologis pengabdian, termasuk desain pengabdian, prosedur pengabdian (dapat dalam bentuk algoritma atau lainnya), cara untuk menguji dan akuisisi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri rumahan/ UMKM yang ada di desa Rancagoong, kecamatan Cilaku, kabupaten Cianjur merintis usaha berawal dari keinginan mereka untuk membantu menambah penghasilan keluarga. Pemasaranyang dilakukan hanya dijajakan keliling di sekitar desa atau tetangga desa. Khusus untuk Kedai Makanan, yang menikmati makan mereka selama ini juga hanya masyarakat desa setempat, atau orang di luar desa yang kebetulan mampir di desa Rancagoong. Sehingga dari segi halpemasaran masih kurang dirasakan. Pemanfaatan teknologi belum dipakai untuk memuat promosi dan pemasaran produk. Pemasaran masih dilakukan secara tradisional/ *offline*.

Hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa selama ini UMKM tidak kurang peduli dan bukan prioritas terhadap kualitas produk. Merekan jarang memikirkan kebersihan produk, baik dalam proses produksi maupun sesuadh proses produksi. Hal ini terjadi karena mereka belum paham bagaimana pentingnya Kualitas produk dalam penjualan dan keuntungan. Sehingga masih banyak produk diproses tidak higienis. Dan masih banyak Produk menggunakan bahan kimia yang berlebihan, seperti penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*), dan zat-zat kimia lain misalnya Borax.

Kondisi bauran pemasaran padasaat ini adalah sebagai berikut :

1. Kebersihan produk/ kehygienisan produk masih kurang. Baik dalam produk maupun kemasan.
2. Jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM di desa Rancagoong beragam.
3. Tampilan kemasan masih kurang bagus, dan masih dikemas dengan bahan yang tidak sesuai untuk makanan.
4. Tempat pemasaran sangat terbatas. Hanya konsumen di sekitar desa Rancagoong.
5. Promosi yang dilakukan selama ini, yaitu menawarkan kepada setiap pedagang tentang produk ini.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di desa Rancagoong maka dilakukan solusi, yaitu :

1. Kebersihan Produk harus menjadi Prioritas.
2. Kesehatan/ Higienis produk harus diperhatikan, terutama penggunaan zat-zat kimia harus sesuai takaran (Penggunaan MSG dan Zat pewarna), kalau bisa dihilangkan.
3. Penggunaan Zat beracun dan berbahaya tidak boleh menjadi bahan pencampur produk (Misalnya penggunaan Borax, dll)
4. Kebersihan Perlengkapan dan peralatan produksi harus terjamin.
5. Kebersihan Kemasan.

Kualitas Produk tersebut adalah Kualitas Produk secara keseluruhan. Mulai Proses dan Rantai Pasok. Dimulai dari pengadaan Bahan dari Supplier, sampai distribusi kepada konsumen. Perlengkapan dan Peralatan, Proses Produksi, Proses Pengemasan, sampai kepada distribusi ke konsumen.

Tambahan lain dalam mendukung Kualitas produk ini adalah Merk dan Rasa. Merk merupakan nama ataupun panggilan yang akan dicapkan di setiap produk yang dipasarkan. Merk iniumumnya berfungsi untuk menciptakan persepsi konsumen. Merk memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan dan untuk menetapkan harga jual yang tinggi. Merk juga bisa menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk simping ini dengan usaha lainnya. Pembuatan logo baru dengan tampilan yang lebih menarik. Untuk Rasa, harus dibuat varian rasa produk UMKM di desa Rancagoong

Untuk kemasan produk dibuat semenarik mungkin. Misalnya dengan pembuatan logo, dll. Penggunaan kemasan ini dalam produk UMKM bertujuan untuk membuatnya terlihat "kekinian" dan lebih menarik.

Untuk Pemasaran produk melalui media sosial. Untuk pemasaran produk yang lebih luas

dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp dan Instagram. Media sosial sangat membantu untuk memasarkan produk dengan efektif dan murah. Media sosial juga memiliki beberapa perbedaan dengan media komunikasi pemasaran lainnya, yaitu Always On and Everywhere (Powers dkk, 2012).

Penyebaran informasi selain dilakukan oleh pemilik melalui media social, tetapi juga harus ada feedback dari konsumen/ pembeli (Khammash, 2008).

Dalam proses pengembangan produk ke arah yang lebih baik, dilakukan pendampingan dengan melakukan pelatihan untuk cara proses produksi yang berkualitas. Pengadaan Bahan, Proses Produksi, Kemasan, dll.

PENUTUP

Pelaku UMKM yang ada di desa Rancagoong, kecamatan Cilaku, kabupaten Cianjur setelah dilakukan pendampingan dalam Meningkatkan Kualitas Produk mulai bertambah pengetahuan dan keterampilannya. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM adalah produk yang layak edar, produk bisa dipasarkan secara luas, keamanan produk terjamin, dan kepercayaan pembeli meningkat. Hal ini ke depannya bisa didaftarkan untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Mereka mengerti seberapa besar arti Kualitas Produk. Sehingga hal ini akan meningkatkan Penjualan. Peningkatan Penjualan akan berdampak pada peningkatan aset, omset, dan jumlah tenaga kerja. Sehingga keuntungan akan semakin meningkat pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Alika, Rizky. 2020. Survei ILO: 70%UMKM di Indonesia SetopProduksi Akibat Covid-19. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5ed7c7e8cbb2a/survei-ilo-70-umkm-di-indonesia-setop-produksi-akibat-covid-19>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.
- Assauri, Sofjan 2008. ManajemenProduksi dan Operasi (Edisi Revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UniversitasIndonesia, Depok-Jawa Barat.
- Aufar, Arizali. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei PadaPerusahaan Rekanan PT. PLN(Persero) di Kota Bandung).
- Hikmat, Harry. 2006. Strategi Pemberdayaan Masyarakat.Humaniora Utama, Jakarta.
- Khammash, M. 2008. Electronic World- of-Mounth: Antecedents of Readig Customer Review inOn-line Opinion Platforms: A Quantitive Study From theUk Market. ADISInternational Conference.
- Kotler, Philip. 1985. Manajemen Pemasaran, AnalisisPerencanaan, Implementasi dan Pengendalian, (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat, Printice Hall, Edisi Indonesia.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 17 Tahun 2012Tentang Rencana Tata RuangWilayah Kabupaten Cianjur Tahun 2011 - 2031 Bagian Ketiga Paragraf 6 Kawasan Peruntukan PerindustrianPasal 39
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and Social Media inThe Purchase Decision Process, Journal ofAdvertising Research.
- Putri, Arum S. 2019. Peran UMKMdalam Perekonomian Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.
- Budiman, M. A., & Amyar, F. (2021). The effect of audit opinions, implementation of audit recommendations, and findings of state losses on corruption levels in the ministries and institutions of the Republic of Indonesia. *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, 7(1), 113–129. <https://doi.org/10.28986/jtaken.v7i1.471>
- Damik, D., Purba, E., & Hutabarat, A. S. (2021). The Effect of Population and Human Development Index on Economic Growth Pematangsiantar City. *BIRCI-Journal*, 4(3), 3658–3668.

- Evalin, Z. Z., Sukartaatmadja, I., & Mulyadi, M. N. (2021). Analisis Peran Kinerja Customer Service Dan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 151–160. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.767>
- Kartika, A. and Nuraini, A., 2020. Penerapan Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan SAK-ETAP Untuk Mengetahui Kinerja Keuangan UMKM Toko Angka Wijaya. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), pp.11-20.
- Kusuma, R.D., Sutjipto, S.S.U. and Hermawan, Y., 2021. Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM: Personal Branding Lewat Instagram. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), pp.155-160.
- Listari, S., Silaen, U. and Syarif, R., 2020. Pelatihan Tentang Teknik Mengakses Permodalan Perbankan (PT. Mahatani) Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.149-159.
- Mekaniwati, A. and Victor, H., 2020. Membangun Motivasi Dan Spirit Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kota Bogor Melalui Kegiatan Klinik Untuk Menciptakan Pengusaha Unggul. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.127-132.
- Muanas, M., Effendy, M., Mulia, I. and Gumilar, R., 2022. Pendampingan Penerapan Sistem Akuntansi Penggajian Karyawan Di PT Sanshiro Harapan Makmur. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), pp.9-18.
- Muanas, M. and Mulia, I., 2020. Peningkatan Pemahaman Pembukuan Koperasi Melalui Pemograman Sederhana. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.160-170.
- Mulyana, M., Roup, A. and Sulastri, S., 2021. Pelatihan Penerapan Potongan Harga Pada Layanan Dompot Digital OVO. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), pp.169-176.
- Mulyanti, K. and Supandi, S., 2022. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Budidaya Tanaman Sayuran. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), pp.1-8.
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A. and Maulina, D., 2021. PKM Pelatihan Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), pp.9-16.
- Nurjanah, Y., Zulkarnain, P.D., Sutjipto, S.S.U. and Gracia, S., 2020. Pendampingan Pelaporan Pajak Menggunakan E-Filing. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), pp.77-84.
- OECD. (2020). Coronavirus (Covid-19): SME Policy Responses. In *Oecd 2020* (Issue July).