

Pemberdayaan UMKM Menuju Rintisan Desa Devisa di Desa Tropodo Kabupaten Sidoarjo

Sediono¹, M. Fariz Fadillah Mardianto^{1*}, Sa'idah Zahrotul Jannah¹, Marcel Laverda Subiyanto¹, Antonio Nikolas Manuel Bonar Simamora¹, Citra Imama¹, Arum Eka Ismiranda Putri¹

¹Program Studi Statistika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Airlangga
Jl. Dr. Ir. H. Soekarno, Mulyorejo, Kec. Mulyorejo, Kota SBY, Jawa Timur 60115

*E-mail : m.fariz.fadillah.m@fst.unair.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i2.16812>

Naskah diterima 2 September 2022, Revisi 15 Oktober 2022, Terbit 29 Oktober 2022

Abstrak

Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) sangat berperan penting dalam stabilitas ekonomi Indonesia, dimana sejalan dengan salah satu target *Sustainable Development Goals*. Seperti UMKM di Desa Tropodo dengan produk unggulannya yaitu kembang telang yang bergerak untuk berusaha menjadi Desa Devisa agar mampu membawa produk lokal ke mancanegara. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam rangka mewujudkan Desa Tropodo menjadi desa devisa melalui beberapa tahap yaitu: identifikasi kegiatan, sosialisasi kegiatan, identifikasi potensi desa, pembentukan kader UMKM untuk menggerakkan pelaku usaha mikro, riset pemasaran dengan pendekatan Statistika untuk mengetahui potensi dan target pasar, pemaparan hasil riset, kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan mahasiswa, inovasi dan implementasi kegiatan pelatihan dengan mengundang narasumber yang ahli dibidangnya, *monitoring* dan evaluasi implementasi kegiatan, publikasi kegiatan, rencana keberlanjutan proyek. Hasil dari pengabdian masyarakat adalah UMKM mendapatkan ilmu yang bermanfaat serta dapat terus dikembangkan khususnya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pemasaran digital produk UMKM baik domestik maupun mancanegara.

Kata Kunci : rintisan desa devisa, UMKM, media sosial, riset pemasaran, pemasaran digital

Abstract

MSMEs play an important role in Indonesia's economic stability, which is in line with the 8th point of the Sustainable Development Goals, namely Decent Work and Economic Growth. Such as MSMEs in Tropodo village with their superior product, namely Kembang Telang which is moving to try to become a "Desa Devisa" in order to be able to bring local products to foreign countries. The implementation method used in order to realize Tropodo Village into a "Desa Devisa" through several stages, namely: identification of activities, socialization of activities, identification of village potential, formation of MSME cadres to mobilize micro business actors, marketing research with a statistical approach to determine the potential and target market, presentation of research results, training and mentoring activities with students, innovation and implementation of training activities by inviting resource persons who are experts in their fields, monitoring and evaluating the implementation of activities, publication of activities, project sustainability plan. The result of community service is that MSMEs get useful knowledge and can continue to be developed, especially to improve the community's economy through marketing MSME digital products both domestically and globally.

Key Words : desa devisa pioneer, MSME, social media, marketing research, digital marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Sektor UMKM memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menjaga stabilitas ekonomi, di mana hal ini sejalan dengan poin ke-8 *Sustainable Development Goals*, yakni *Decent Work and Economic Growth* (Fajar &

Larasati, 2021). Pelaku industri UMKM paling banyak terdapat di Indonesia, yaitu antara 56,54 – 62,92 unit (Sedyastuti, 2018). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022) menyatakan bahwa kontribusi UMKM tercatat mencapai kisaran 61 persen terhadap PDB nasional dan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja. Di tengah krisis, UMKM dinilai mampu mempertahankan eksistensinya

menjadi *buffer*, bersifat resilien, dan bisa pulih seiring berjalannya waktu dengan baik (Paramitha & Suhartini, 2022).

Desa Tropodo, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo adalah salah satu daerah yang mempunyai banyak potensi UMKM. Produk unggulan desa tersebut adalah pengolahan kembang telang. Tanaman tersebut mempunyai beberapa potensi salah satunya adalah sebagai pewarna makanan dan minuman (Suganda *et al*, 2020). Makanan dan minuman yang diberikan warna kembang telang berpotensi mempunyai kualitas ganda yaitu lebih menarik dan berkhasiat sebagai antioksidan (Melati & Rahmadani, 2020). Selain itu, kembang telang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pangan dan obat tradisional yang mempunyai potensi farmakologis sebagai anti mikroba, antioksidan, anti depresan, antelmintik, anti kanker, dan anti diabetes (Purba, 2020).

Saat ini, UMKM Desa Tropodo mempunyai 25 produk untuk dipasarkan di pangsa pasar domestik dan 10 produk pangsa pasar global seperti stik keju, kue, teh, permen, *nata de coco*, kripik, dan lain-lain. Produk-produk tersebut secara umum adalah makanan khas Indonesia sehingga dapat membawa nama Indonesia di pasar global (Rahmadani & Subroto, 2022). Selain itu, produk tersebut juga membawa potensi kesehatan yang dihasilkan dari kembang telang. Hal ini membuat produk-produk UMKM tersebut menjadi potensial untuk dipasarkan secara luas. Sebagai contoh, produk tersebut dapat menjadi produk oleh-oleh khas Sidoarjo sehingga masyarakat akan lebih mengenal daerah tersebut dan produk-produknya.

Impian Desa Tropodo untuk dapat memasarkan produk secara global sejalan dengan tujuan Desa Devisa yang merupakan program dari Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI). Program tersebut berjalan untuk memberikan kesempatan bagi daerah yang memiliki produk unggulan berorientasi ekspor. Desa Devisa dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi kesejahteraan masyarakat daerah tersebut (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021). Desa Tropodo melalui produk unggulan kembang telang, bergerak untuk berusaha menjadi Desa Devisa yang mampu produk lokal ke mancanegara. Hal ini memerlukan pemetaan lebih lanjut untuk memastikan bahwa produk-produk tersebut dapat mengantarkan Desa Tropodo menjadi Desa Devisa melalui ikon unggulan kembang telang.

Hal ini bertujuan agar Desa Tropodo memenuhi kriteria untuk menjadi Desa Devisa yang dinyatakan oleh LPEI, yakni memiliki produk hasil ciptaan sendiri, mempunyai keunikan, mempunyai pasar ekspor, dan terdapat kelembagaan kelompok sebagai pendukung atau pendamping UMKM di desa tersebut (Aziza *et al*, 2018). Dengan demikian, solusi permasalahan pelaku UMKM di desa tersebut disesuaikan dengan indikator pembentukan Desa Devisa. Harapannya, Desa Devisa Tropodo dapat berdampak positif secara langsung ke warga sekitar.

Upaya UMKM Desa Tropodo untuk bertumbuh menjadi desa devisa tidak terlepas dari beberapa kendala. Kendala tersebut disampaikan ketika observasi langsung oleh perwakilan dari Program Studi S1 Statistika Universitas Airlangga ke Desa Tropodo. Kendala utama yang terjadi adalah pemasaran produk dan perizinan usaha. Produk olahan kembang telang belum banyak dikenal oleh masyarakat (Suganda *et al*, 2019). Selain itu, di desa tersebut juga tidak terdapat kader yang menggerakkan sektor UMKM sehingga pelaku usaha mikro tidak mempunyai banyak tenaga untuk melakukan pemasaran produk. Kemudian, para pelaku UMKM juga kekurangan informasi mengenai pengurusan perizinan usaha. Kendala-kendala tersebut sangat penting untuk diselesaikan mengingat legalitas produk adalah hal yang utama supaya produk dapat menjamah pasar yang lebih luas terutama internasional (Dewi *et al*, 2021). Selain itu, semakin baik pemasaran suatu produk, maka penjualan produk juga akan meningkat (Nirwana *et al*, 2021). Oleh karena itu, pada program ini difokuskan pada masalah pemasaran produk dan pengurusan perizinan usaha mikro. Hal ini dilakukan guna meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM Desa Tropodo secara global.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Tropodo dapat diselesaikan melalui pendekatan riset pemasaran dan pelatihan kepada masyarakat pelaku UMKM. Riset pemasaran mencakup pengolahan data mengenai kualitas produk, konsumen, harga produk, dan target pasar. Selain itu, melalui riset pemasaran juga dapat mengidentifikasi kondisi penjualan dan potensi perbaikan produk (Setiawan *et al*, 2021). Hal ini dapat membantu permasalahan pelaku UMKM di bidang pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk. Kemudian, hasil riset tersebut disosialisasikan kepada masyarakat

untuk merencanakan strategi pemasaran terutama secara digital. Selain itu, masyarakat juga akan mendapatkan pelatihan tentang bagaimana mengelola media sosial untuk memasarkan produk secara *online*. Pemasaran *online* mempunyai peluang untuk meningkatkan penjualan produk. Kemudian, warga desa juga akan mendapatkan sosialisasi tentang perizinan usaha mikro. Hal ini akan mempermudah pelaku UMKM untuk mengurus legalitas usaha.

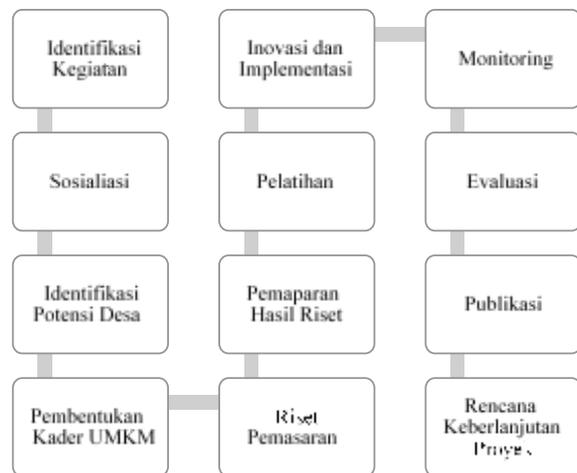
Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, kegiatan ini akan melakukan pemberdayaan masyarakat berkaitan dengan strategi pemasaran melalui riset pemasaran dan pelatihan bagi warga desa dalam rangka mendampingi Desa Tropodo menuju Desa Devisa. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan penilaian kualitas produk UMKM yang meliputi beberapa aspek, di antaranya aspek produk dan produksi, pemasaran, desain, dan aspek lainnya. Dengan demikian, produk yang dihasilkan oleh UMKM Desa Tropodo mampu bersaing di tingkat lokal, nasional, dan berpotensi menyentuh pasar global.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tropodo, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan selama 6 bulan yakni pada bulan Mei hingga Oktober tahun 2022. Kegiatan akan dilakukan dengan metode pendekatan berupa pelatihan, pendampingan, *monitoring*, dan evaluasi. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam rangka mewujudkan Desa Tropodo menjadi desa devisa melalui beberapa tahap yaitu: (1) identifikasi kegiatan; (2) sosialisasi kegiatan; (3) identifikasi potensi desa; (4) pembentukan kader UMKM untuk menggerakkan pelaku usaha mikro; (5) riset pemasaran dengan pendekatan Statistika untuk mengetahui potensi dan target pasar; (6) pemaparan hasil riset; (7) kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan mahasiswa; (8) inovasi dan implementasi kegiatan pelatihan dengan mengundang narasumber yang ahli dibidangnya; (9) *monitoring* dan evaluasi implementasi kegiatan; (10) publikasi kegiatan; (11) rencana keberlanjutan proyek.

Tahap pelatihan dilakukan melalui 3 macam pelatihan, yaitu pemaparan hasil riset pemaparan untuk mendukung target pasar produk UMKM, pelatihan mengelola media sosial sebagai sarana pemasaran digital, dan sosialisasi perizinan usaha mikro oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo.

Tahap pendampingan dilakukan dalam proses implementasi kegiatan pelatihan yang telah didapatkan oleh kader UMKM. Pelaku UMKM akan mengimplementasikan materi salah satunya adalah tentang bagaimana mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang akan didampingi langsung oleh pihak Universitas Airlangga. Tahap *monitoring* dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah materi pelatihan telah dipahami dengan baik oleh para peserta. Media sosial para pelaku UMKM akan dimonitor bagaimana cara menampilkan produk, memasarkan produk dengan foto dan tulisan, membuat konten, dan lain-lain. Proses *monitoring* dan evaluasi ini juga dapat menjadi saran bagi para pelaku usaha terkait cara memasarkan produk.



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Tropodo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tropodo yang berada di Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo memiliki satu ikon unggulannya yaitu pengolahan kembang telang oleh mitra UMKM yang mulai dipasarkan ke luar negeri. Pelaku UMKM yang berada di Desa Tropodo mampu mengembangkan produk olahan yang berasal dari kembang telang menjadi berbagai olahan seperti *jelly*, permen dan produk lainnya. Selain itu tanaman tersebut mempunyai beberapa potensi salah satunya adalah sebagai pewarna makanan dan minuman. Makanan dan minuman yang diberikan warna kembang telang berpotensi mempunyai kualitas ganda yaitu lebih menarik dan berkhasiat sebagai antioksidan.



Gambar 2. Produk Olahan UMKM

Berdasarkan komunikasi yang dilakukan dengan anggota UMKM dan pihak desa, kelompok UMKM dibagi menjadi 11 kelompok dimana ada 7 kelompok yang bergelut di bidang makanan ada 4 kelompok yang dibidang non makanan. Tiap kelompok UMKM dibuatkan grup *WhatsApp* didampingi oleh 2 mahasiswa dan 1 orang dosen untuk membantu mengatasi masalah atau kendala dalam satu kelompok UMKM.

Berdasarkan riset yang dilakukan dosen dan mahasiswa Program Studi Statistika Universitas Airlangga permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Tropodo adalah tentang penentuan target pasar sebanyak 11,1%, pemasaran digital 22,2%, perizinan usaha 50%, dan permasalahan lain 16,7%. Masalah utama UMKM di Desa Tropodo terkait perizinan sejalan dengan penelitian Redi dkk., (2022) yang mengatakan bahwa perizinan merupakan masalah utama UMKM di Indonesia. Sebelum dilakukan proses pelatihan dan pendampingan UMKM Desa Tropodo dilakukan penilaian berdasarkan beberapa aspek. Aspek tersebut antara lain aspek produk dan produksi, aspek pemasaran, aspek desain, dan aspek lain. Aspek produk dan produksi terdiri dari kualitas produk, nilai manfaat, keterlibatan lingkungan dan sosial, inovasi produk, dan legalitas produk (Sukarno, 2011). Aspek pemasaran terdiri jangkauan pemasaran, upaya pemasaran, potensi perluasan pasar, dan penggunaan media sosial (Syarif dkk., 2022). Aspek desain terdiri dari orisinalitas desain, kreativitas desain, inovasi desain, bentuk desain, dan penunjang seperti merek, logo, dan *tagline* produk (Natadjaja, 2007). Aspek lain terdiri dari manajemen organisasi, manajemen keuangan, dan semangat maju dan berjuang.

Proses pelatihan dan pendampingan UMKM Desa Tropodo dilakukan oleh mahasiswa program studi Statistika Universitas Airlangga. Pendampingan dilakukan secara daring

menggunakan media sosial *WhatsApp*. UMKM Desa Tropodo terbagi menjadi 11 grup *WhatsApp*, sesuai dengan pembagian kelompok UMKM. Fokus dari tahap pendampingan masing-masing kelompok UMKM adalah mengenai media pemasaran, riset pemasaran, pelaporan keuangan, dan praktik berusaha.

Program pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo pada tanggal 20 Agustus 2022. Pada program pelatihan dihadiri oleh tiga orang narasumber. Masing-masing narasumber memaparkan materi yang telah ditentukan sebelumnya. Narasumber pertama adalah Lita Eka Yufida, pemilik dari BITHA *Brand* UD. Bunda Foods. Narasumber pertama memaparkan materi mengenai Kiat Sukses dalam UMKM dari Perspektif Pelaku UMKM Wanita. Narasumber kedua adalah Agus Darsono, ST.MM, Kepala Bidang Perindustrian Disperindag Kabupaten Sidoarjo. Narasumber kedua membawakan materi tentang Informasi Izin Usaha dan Sertifikasi terkait UMKM.



Gambar 3. Foto Bersama Perwakilan UMKM dan Pihak Desa Tropodo

Sebelum dilakukan proses pelatihan dan pendampingan UMKM Desa Tropodo dilakukan penilaian berdasarkan beberapa aspek. Aspek tersebut antara lain aspek produk dan produksi, aspek pemasaran, aspek desain, dan aspek lain. Aspek produk dan produksi terdiri dari kualitas produk, nilai manfaat, keterlibatan lingkungan dan sosial, inovasi produk, dan legalitas produk (Sukarno, 2011). Aspek pemasaran terdiri jangkauan pemasaran, upaya pemasaran, potensi perluasan pasar, dan penggunaan media sosial (Syarif dkk., 2022). Aspek desain terdiri dari orisinalitas desain, kreativitas desain, inovasi desain, bentuk desain, dan penunjang seperti merek, logo, dan *tagline* produk (Natadjaja,

2007). Aspek lain terdiri dari manajemen organisasi, manajemen keuangan, dan semangat maju dan berjuang.

Proses pelatihan dan pendampingan UMKM Desa Tropodo dilakukan oleh mahasiswa program studi Statistika Universitas Airlangga. Pendampingan dilakukan secara daring menggunakan media sosial *WhatsApp*. UMKM Desa Tropodo terbagi menjadi 11 grup *WhatsApp*, sesuai dengan pembagian kelompok UMKM. Fokus dari tahap pendampingan masing-masing kelompok UMKM adalah mengenai media pemasaran, riset pemasaran, pelaporan keuangan, dan praktik berusaha. Program pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo pada tanggal 20 Agustus 2022. Pada program pelatihan dihadiri oleh tiga orang narasumber. Masing-masing narasumber memaparkan materi yang telah ditentukan sebelumnya. Narasumber pertama adalah Lita Eka Yufida, pemilik dari BITHA *Brand* UD. Bunda Foods. Narasumber pertama memaparkan materi mengenai Kiat Sukses dalam UMKM dari Perspektif Pelaku UMKM Wanita. Narasumber kedua adalah Agus Darsono, ST.MM, Kepala Bidang Perindustrian Disperindag Kabupaten Sidoarjo. Narasumber kedua membawakan materi tentang Informasi Izin Usaha dan Sertifikasi terkait UMKM. Narasumber terakhir adalah perwakilan Bank BRI Kantor Wilayah Jawa Timur dengan materi yang dibawakan adalah Manajemen Pembukuan UMKM dan Pengenalan Kredit Usaha Rakyat.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan dengan Narasumber Ahli

Selanjutnya adalah tahap *monitoring* dan evaluasi. *Monitoring* dan evaluasi dilakukan untuk menilai apakah proses pelatihan dan pendampingan mampu diterapkan dengan baik oleh UMKM Desa Tropodo. Evaluasi dilakukan dengan menilai ulang hasil produk UMKM Desa

Tropodo dengan standar penilaian yang sama sebelum dilakukan tahap pelatihan. Setelah itu, dilakukan uji-t berpasangan (*paired t-test*) untuk masing-masing aspek yang dinilai. Montolalu & Langi (2018) menyatakan bahwa uji-t berpasangan adalah salah satu metode pengujian hipotesis di mana data yang digunakan tidak bebas (berpasangan). Ciri-ciri yang paling sering ditemui pada kasus yang berpasangan adalah salah satu individu (objek penelitian) mendapat 2 buah perlakuan yang berbeda. Walaupun menggunakan individu yang sama, peneliti tetap memperoleh 2 macam data sampel, yaitu data dari perlakuan pertama dan kedua. Berdasarkan hasil uji t berpasangan nilai *p-value* untuk masing-masing aspek kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM Desa Tropodo berpengaruh signifikan pada peningkatan produk UMKM Desa Tropodo.

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk peningkatan produk UMKM Desa Tropodo mampu meningkatkan kualitas produk-produk UMKM menjadi lebih baik dan dapat bersaing di pasaran secara kualitas. Selanjutnya terkait rekomendasi dan keberlanjutan yang dapat diberikan adalah terkait kegiatan lanjutan berupa pendampingan perizinan usaha yang *output*-nya berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk masing-masing UMKM. Diharapkan nantinya kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu mendorong terwujudnya Desa Tropodo menjadi Desa Devisa.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM di desa Tropodo dengan produk unggulan kembang telang sangat berperan penting dalam stabilitas ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan kembang telang tersebut memiliki kualitas ganda selain dapat menjadikan produk lebih menarik dengan kandungan warnanya juga berkhasiat sebagai antioksidan yang dapat mengobati berbagai penyakit. Pada tahap akhir pengabdian masyarakat dilakukan proses *monitoring* dan evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan menilai ulang hasil produk UMKM Desa Tropodo dengan standar penilaian yang sama sebelum dilakukan tahap pelatihan. Berdasarkan hasil uji t berpasangan nilai *p-value* untuk masing-masing aspek kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM Desa Tropodo berpengaruh signifikan pada peningkatan produk UMKM Desa

Tropodo. Pada penelitian ini diketahui bahwa, kegiatan pengabdian masyarakat untuk peningkatan produk UMKM Desa Tropodo mampu meningkatkan kualitas produk-produk UMKM menjadi lebih baik dan dapat bersaing di pasaran secara kualitas, sehingga mampu mendorong Desa Tropodo menjadi Desa Devisa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziza, N., Ekasari, R., Prasnowo, M. A., Setiawan, & Purnamasari, W. 2018. *Pengembangan Kemampuan Entrepreneur Sebagai Upaya Meningkatkan Competitive Advantage UMKM di Desa Watu Golong Kec. Krian Kab. Sidoarjo*. ACCE: Annual Conference on Community Engagement, Vol 2, 1-7 pp.
- Dewi, S. R., Sriyono., Sumartik. 2021. *Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS, Vol 7 (1), 95-101 pp.
- Fajar, M., & Larasati, C. 2021. *Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan*. HUMANIS: Humanities, Management, and Science Proceedings, Vol 1 (2), 702-7015 pp.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Desa Devisa, Program LPEI untuk Mengembangkan Produk Ekspor Komunitas*. Diakses 1 September 2022, dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/desa-devisaprogram-lpei-untuk-mengembangkan-produk-ekspor-komunitas/>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi*. Diakses 1 September 2022, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Melati, R., Rahmadani, N. S. 2020. *Diversifikasi dan Preferensi Olahan Pangan dari Pewarna Alami Kembang Telang (Clitoria ternatea) di Kota Ternate*. In *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis* (pp. 84-88). Fakultas Pertanian Universitas Khairun.
- Montolalu, C. E. J. C., & Langi, Y. A. R. *Pengaruh Pelatihan Dasar Komputer dan Teknologi Informasi bagi Guru-Guru dengan Uji-T Berpasangan (Paired Sample T-Test)*. deCartesiaN: Jurnal Matematika dan Aplikasi, Vol 7 (1), 44-46 pp.
- Natadjaja, L. 2007. *Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal dan Ekspor*. Nirmana, Vol 9 (1), 20-30 pp.
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. 2021. *Implementasi Digital Marketing Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Study Pada UMKM Di Kabupaten Sidoarjo)*. BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal, Vol 18 (1), 29-35 pp.
- Paramitha, P. S., & Suhartini, D. 2022. *Business Resilience pada UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. Ekonomis: Journal of Economics and Business, Vol 6 (2), 405-409 pp.
- Purba, E. C. 2020. *Kembang Telang (Clitoria ternatea L.): Pemanfaatan dan Bioaktivitas*. Jurnal EduMatSains, 111-124 pp.
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. 2022. *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19*. JPAP: Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran Vol 10 (2), 167-181 pp.
- Redi, A., Marfugah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. 2022. *Perizinan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Bentuk Pemberdayaan, Perlindungan Hukum dan Mewujudkan Negara Kesejahteraan*. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol 6 (1), 282-292 pp.
- Sedyastuti, K. 2018. *Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global*. NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Vol 2 (1), 117-127 pp.
- Setiawan, A., Supriyono, & Setiaji P. 2021. *Meningkatkan Area Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo dengan Penjualan Online di Masa Pandemi Covid-19*. Muria Jurnal Layanan Masyarakat. Vol 3 (1), 33-37 pp.
- Suganda, T., Simarmata, I. N. C., Supriyadi, Y., & Yulia, E. 2019. *Uji In-Vitro Kemampuan Ekstrak Metanol Bunga dan Daun Tanaman Kembang Telang (Clitoria ternatea L.) dalam Menghambat Pertumbuhan Jamur Fusarium oxysporum f.sp. cepae*. Jurnal Agrikultura, Vol 30 (3), 109-116 pp.

- Suganda, T., Komalasari, P., Yulia, E., & Natawigena, W. D. 2020. *Uji In Vitro Keefektifan Ekstrak Air Daun dan Bunga Kembang Telang (Clitoria ternatea L.) terhadap Penyebab Penyakit Bercak Coklat pada Tanaman Tomat*. Jurnal Agrikultura, Vol 31 (2), 88-96 pp.
- Sukarno, G. 2011. *Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Peran Lingkungan, Inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran*. Ekuitas. Vol 15 (3), 332-351 pp.
- Syarif, A. R., Rahmadani, S., Ulya, K., Ardiantari, N. K. T., Ningrum, S. K., Rosiana, I. N., Islami, M., Afifah S.R., Y. M., Almusalli, M. H., Wahyu, R. D., & Budastra, I. K. 2022. *Pemanfaatan Media Sosial dalam Perluasan Jangkauan Pasar bagi Produk Usaha Kecil Desa Kuripan Timur*. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, Vol 5 (3), 91-95 pp.