



## **Strategi Pengembangan Kualitas UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun III Desa Mekarlaksana**

**Aisha Putri Amandari<sup>1</sup>, Bayu Adi Nugroho<sup>2</sup>, Hafid Rafi Nurdin<sup>3</sup>, Luthfiah Assyfa<sup>4</sup>, Silvy Aulia Wahyuni<sup>5</sup>, Maman<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [aishaamandari@gmail.com](mailto:aishaamandari@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [bayuadinugroho0211@gmail.com](mailto:bayuadinugroho0211@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [hinhafizh25@gmail.com](mailto:hinhafizh25@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [luthfiaassifa@gmail.com](mailto:luthfiaassifa@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [aulasilvy22@gmail.com](mailto:aulasilvy22@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [mamanabduljalil@uinsgd.ac.id](mailto:mamanabduljalil@uinsgd.ac.id)

### **Abstrak**

Desa Mekarlaksana, khususnya Dusun III, memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbasis sumber daya alam lokal, seperti pertanian dan kerajinan. Namun, sebagian besar UMKM di daerah ini masih menggunakan metode perdagangan tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Penelitian dan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM di Dusun III melalui pelatihan digitalisasi, khususnya dalam pemasaran produk melalui platform online. Dengan menggunakan metode pemberdayaan masyarakat (Sisdamas), program ini mencakup beberapa siklus, mulai dari sosialisasi, pemetaan sosial, hingga pelaksanaan program dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran, yang diharapkan dapat mendorong ekonomi lokal. keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran, yang diharapkan dapat mendorong ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** UMKM, Pelaku UMKM, Pemasaran, Media Sosial.

### **Abstract**

*Mekarlaksana Village, especially Hamlet III, has great potential in developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) based on local natural resources, such as agriculture and crafts. However, the majority of MSMEs in this area still use traditional trading methods and have not utilized digital technology optimally. This research and service aims to increase the capacity of MSME players in Dusun III through digitalization training, especially in marketing products via online platforms. Using the community empowerment method (Sisdamas), this program includes several cycles, starting from socialization, social mapping, to program implementation and*

*evaluation. The results show an increase in understanding and skills of MSME players in using social media for marketing, which is expected to boost the local economy.*

**Keywords:** *MSMEs, MSME Actors, Marketing, Social media*

## **A. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki potensi besar baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pengembangan potensi UMKM ini terjadi pada ranah pedesaan memiliki potensi masa depan yang begitu cerah. (Adyan (Lubis, S. H. 2023) UMKM merupakan kekuatan yang berpotensi dalam upaya pembangunan perekonomian sosial, sehingga UMKM adalah bagian vital dalam memegang serta menggerakkan perekonomian dan menciptakan lapangan kerja. Desa Mekarlaksana merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Ciparay, desa ini memiliki potensi dalam meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dikarenakan keberadaan desa yang dikelilingi pegunungan dan kaya akan sumber daya alamnya sehingga sebagian masyarakat memiliki usaha baik dalam bidang pertanian dan perkebunan. Karena hal ini, kebanyakan para masyarakat memiliki UMKM hasil dari perkebunan, pertanian dan kerajinan seperti kerupuk, kicimpring, opak, kerupuk jempol dan lainnya.

Sumber daya alam haruslah diiringi dengan pemanfaatan teknologi yang ada sehingga dapat menciptakan taraf ekonomi di kalangan masyarakat (Ginting et al., 2018). Hal ini sesuai dengan survei dan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pelaku usaha yang ada di Dusun III Desa Mekarlaksana, kebanyakan para pemilik usaha memiliki cara perdagangan yang sama seperti zaman dahulu yaitu dengan melakukan kunjungan ke setiap rumah warga untuk menawarkan barang dagangannya. Melalui penjualan seperti ini mayoritas UMKM belum berkembang dengan baik dan melebarkan usaha mereka. Permasalahan utama yang dihadapi adalah terkait penggunaan media sosial yang berkembang di masyarakat sehingga pelaku usaha dapat melebarkan usaha mereka.

Penelitian terkait pengembangan UMKM pernah dilakukan oleh (Gipari, N. L., Deswita, D. A., Fauzi, M. R., & Baihakhi, M. A. 2023) yang menganalisis pengembangan UMKM di daerah Wargaluyu, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung yang mengalami kekurangan dari segi *branding* dan pemasaran produk yang kurang sehingga diperlukan adanya strategi pemasaran melalui media sosial atau digital.

Melalui pelatihan UMKM atau digitalisasi UMKM pada media sosial di Dusun III Rancaheulang, Desa Mekarlaksana ini, diharapkan dapat membantu dan membangun perekonomian masyarakat melalui para pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan digitalisasi UMKM ini. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan nasional yang dimulai dari tingkat desa (Fahrial et al., 2019).

## **B. METODE PENGABDIAN**

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu menggunakan langkah – langkah berbasis pemberdayaan masyarakat (Sisdamas). Sisdamas ialah kemampuan komunitas untuk mengidentifikasi masalah, memberikan solusi, dan memfasilitasi proses perubahan selanjutnya (Husnul Qodim et al., 2023).

Pengabdian yang dilakukan menggunakan sebuah teknik, yaitu teknik observasi atau dapat disebut juga dengan terjun langsung menghadapi masyarakat sekitar, hasil yang diharapkan dengan menggunakan teknik observasi yaitu dapat menyelesaikan program – program, menggali potensi, pengembangan, dan lain sebagainya yang akan dijadikan sebuah acuan untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat setempat.

Terdapat beberapa tahapan – tahapan yang dapat digunakan untuk mendukung keberhasilan pengabdian. Tahapan pertama yaitu sebuah sosialisasi awal kepada para pemimpin desa seperti kepala dusun (Kadus), ketua Rt dan Rw, dan dilanjutkan sosialisasi awal dengan masyarakat setempat untuk mengetahui potensi, permasalahan, dan juga kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat sekitar. Kedua, dilakukannya sebuah pemetaan sosial, hal ini dilakukan sebagai langkah awal untuk menyusun sebuah perencanaan kegiatan atau program yang akan dilakukan sesuai dengan masalah dan potensi yang ada pada dusun tersebut. Langkah ketiga yaitu dilaksanakannya program yang difokuskan pada UMKM yang bertepatan di dusun III.

Observasi ini dilakukan di lingkungan masyarakat dusun III, Desa Mekarlaksana yang dimana pada desa ini masih minim atau kurang tentang pengetahuan mengenai strategi dan pengembangan pemasaran untuk kualitas UMKM yang lebih baik. Oleh karena itu, pengabdian yang dilakukan menyajikan program kerja berupa strategi pengembangan digitalisasi UMKM yang bertujuan untuk mengembangkan dan memunculkan rasa ingin tahu para pelaku usaha mengenai strategi pemasaran pemanfaatan teknologi. Langkah yang terakhir atau langkah keempat yaitu melaksanakan sebuah evaluasi untuk mengetahui apakah program kerja tersebut berhasil atau tidak, dengan mengikuti rangkaian yang sudah di tentukan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan UMKM adalah program pendidikan atau pelatihan yang dirancang khusus untuk membantu pemilik UMKM memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik (Astrina et al., 2021). Tujuan dari pelatihan UMKM adalah untuk meningkatkan kemampuan para wirausaha dalam menghadapi tantangan bisnis, meningkatkan hasil penjualan produk dengan strategi pemasaran yang efektif.

Pengabdian yang dilakukan di Dusun III, Desa Mekarlaksana merupakan jenis kegiatan dalam aspek ekonomi. Berdasarkan hasil dari refleksi dan pemetaan sosial dalam pelaksanaan kegiatannya, pengabdian ini fokus dalam membantu pelatihan pemberdayaan UMKM di Dusun III Desa Mekarlaksana terkait dengan *sosial media marketing* dan pembuatan akun sosial media.

Kegiatan ini diselenggarakan dari tanggal 20 Agustus 2024 pada hari Kamis pada pukul 10.00-12.00 WIB. Dalam pelaksanaannya pengabdian ini memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dengan memberikan materi mengenai *branding* dan sosial media marketing untuk meningkatkan hasil penjualan produk.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dalam beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Kegiatan diawali dengan sosialisasi dengan masyarakat, (2) Pendekatan dengan Masyarakat yang berperan sebagai pelaku usaha, (3) Memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada para pelaku usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat tiga UMKM yang menjadi objek dalam kegiatan ini, diantaranya:

- 1) UMKM Sarung Tangan dan Tas  
UMKM ini bergerak dalam bidang pembuatan Sarung Tangan dan Tas. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk tahapan pembuatan akun penjual pada media sosial.
- 2) UMKM Kecimpring,  
UMKM ini bergerak dalam pembuatan kecimpring. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk modul pelatihan untuk dipelajari oleh pelaku usaha.
- 3) UMKM Sprei  
UMKM ini bergerak dalam pembuatan Sprei. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk modul pelatihan untuk dipelajari oleh pelaku usaha.

### Siklus I Sosialisasi Awal Kepada Masyarakat, Rembug Warga dan Refleksi Sosial



**Gambar 1.** Sosialisasi awal dan rembug warga

Siklus I dilaksanakan dari tanggal 29 Juli sampai 3 Agustus 2024. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi bersama masyarakat setempat seperti Kepala Dusun III Rancaheulang, para ketua RW, ketua RT, karang taruna dan penduduk Dusun III Rancaheulang Desa Mekarlaksana, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung dengan tujuan menggali informasi dari masyarakat terkait keadaan secara umum yang ada di Dusun III di dalamnya terdapat 6 RW dari mulai RW 08, 09, 10, 14, 15 dan 22. Tujuan dilaksanakan siklus I ini sebagai penggalan informasi mendalam dari warga Dusun III baik para RW dimulai ketua RW 08, 09, 10, 14, 15 dan 22, kemudian para RT Dusun III, karang taruna tentang kondisi masyarakat sosial warga setempat.

Setelah adanya penerimaan mahasiswa KKN kelompok 65 di Dusun III Desa Mekarlaksana. Kegiatan diawali dengan adanya rembug warga yang diadakan pada tanggal 29 Juli pada pukul 16:00 sore hari, kegiatan dilaksanakan setelah adanya pembukaan yang diadakan di Aula Desa Mekarlaksana. Kegiatan rembug warga

yang diadakan oleh kelompok 65 bertempat di masjid Uswatun Hasanah di RW. 09 yang dihadiri oleh 6 RW. Yakni RW. 08, 09, 10, 14, 15 dan 22, para ketua RT yang ada di Dusun III, perwakilan karang taruna dan tokoh masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut maka terdapat permasalahan yang disampaikan oleh warga yaitu sebagai berikut:

1. Kurang memaksimalkan UMKM melalui media sosial
2. Kurangnya tempat pembuangan sampah
3. Kurang aktifnya karang taruna dan hanya aktif ketika kegiatan agustusan saja
4. Kurangnya edukasi masyarakat terkait stunting

Maka dari itu, solusi yang dihadirkan untuk permasalahan yang muncul diantaranya sebagai berikut:

1. Membuat pelatihan pemasaran di media sosial
2. Mengadakan bank sampah
3. Melakukan pengaktifan kembali Karang Taruna
4. Melakukan penyuluhan mengenai pencegahan stunting

## Siklus II Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang ada di siklus I, kegiatan pemetaan sosial bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan, kebutuhan serta potensi yang ada di Dusun III Rancaheulang Desa Mekaraksana adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Pemetaan Sosial

No	Masalah	Kebutuhan	Potensi
1	Penanggulan dan edukasi sampah	Lahan tempat pembuangan sampah akhir	Pembuatan pembuangan sampah seperti bank sampah
2	Pemasaran UMKM belum maksimal	Pengembangan <i>soft skill</i> masyarakat dalam penggunaan media <i>online</i>	Pelatihan sosial media dalam meningkatkan penjualan dan nilai produk yang dijual
3	Pencegahan dan edukasi stunting	Pelaksanaan penyuluhan terkait pencegahan stunting	Adanya penyuluhan terkait stunting pada anak-anak, ibu-ibu dan remaja putri
4	Ketidakaktifan karang taruna	Pengaktifan kembali karang taruna yang sudah lama vakum	Adanya pemuda dan pemudi di Dusun III Desa Mekaraksana

**Sumber:** Observasi Penulis (2024)

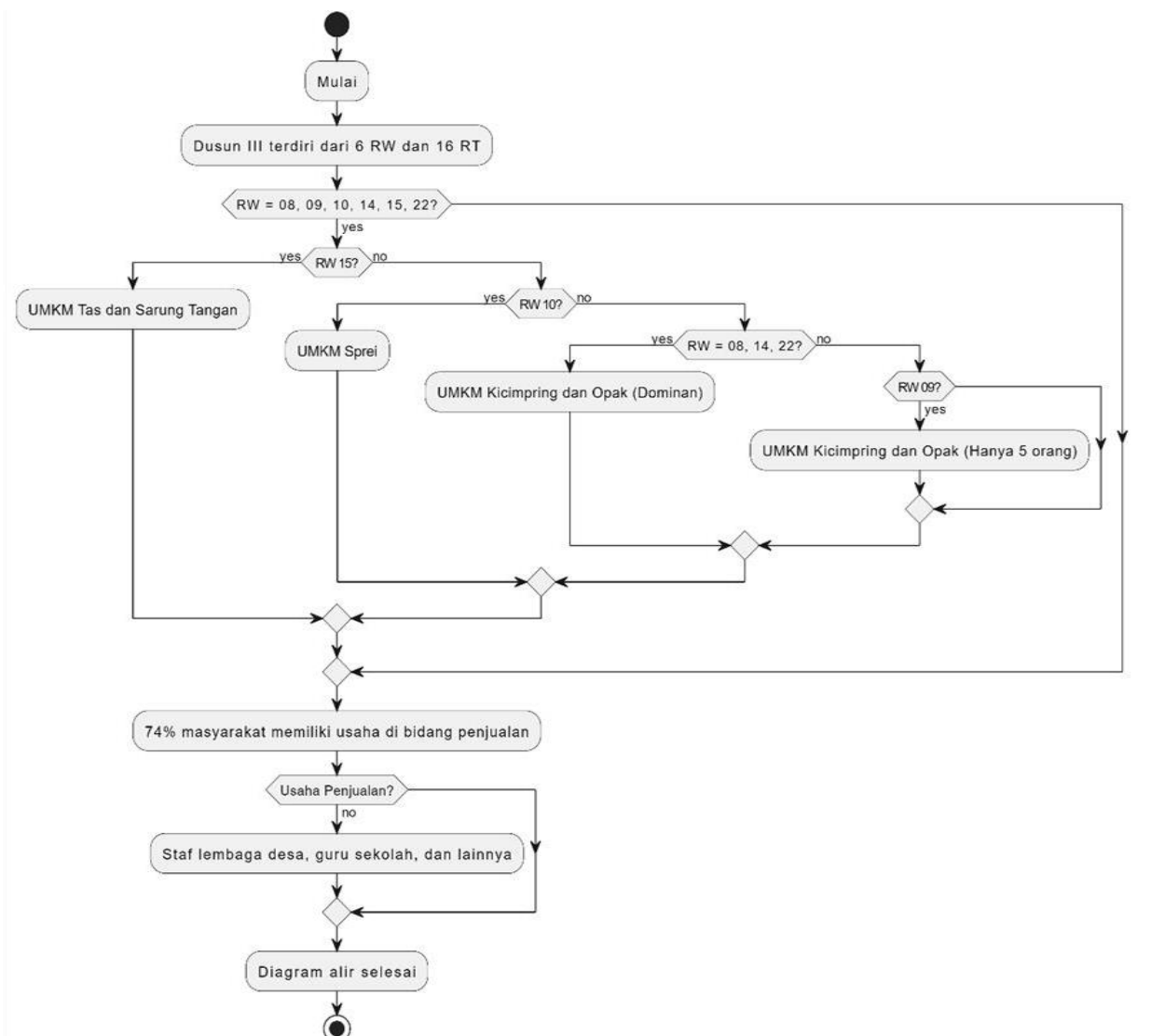
Permasalahan yang dihadirkan dalam dusun III Desa Mekaraksana adalah diantaranya pengaktifan karang taruna yang sudah lama vakum, stunting, bank sampah dan umkm masyarakat. Dari keempat permasalahan yang terjadi kalangan masyarakat Dusun III Desa Mekaraksana, terdapat tiga permasalahan yang menjadi sorotan utama yakni terkait sampah, stunting dan UMKM. Penyelesaian ketiga hal ini dapat dilaksanakan melalui program kerja yang diadakan seperti adanya penggunaan bank sampah sebagai tempat pembuangan sampah melalui inovasi pembakaran sampah yang tidak mengandung polusi, pelatihan media sosial kepada masyarakat sebagai alat dalam mengembangkan tingkat penjualan dan nilai produk



yang dijual dan adanya penyuluhan serta edukasi terkait stunting dikarenakan banyaknya anak-anak yang kurang dalam gizi.

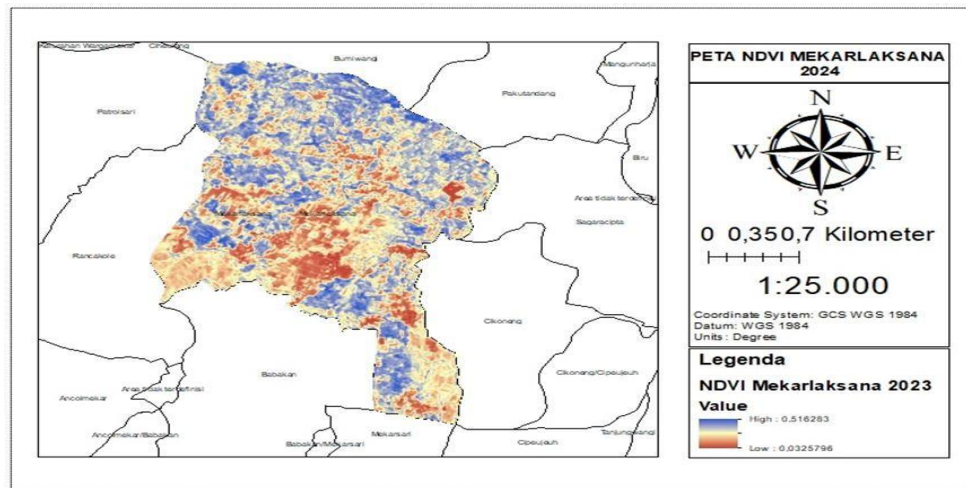
Dusun III Desa Rancaheulang di dalamnya terdiri dari 6 RW dan 16 RT. Dari keenam RW. Yaitu 08, 09, 10, 14, 15 dan 22. Kebanyakan masyarakat yang ada di Dusun III memiliki badan usaha dan mata pencahariannya masing-masing, seperti UMKM kicimpring, opak, spre, tas dan sarung tangan. Dari RW. 15 terdapat UMKM tas dan sarung tangan, dari RW. 10 memiliki UMKM berkaitan dengan spre dan dari RW. 08, 09, 14 dan 22 memiliki badan usaha dalam UMKM kicimpring dan opak, akan tetapi usaha kicimpring dan opak lebih dominan kebanyakannya dari RW. 08, 14 dan 22, sedangkan pada RW. 09 hanya ada 5 orang saja. Jika dipresentasikan dari Dusun III terdapat 74% masyarakat yang memiliki usaha dalam bidang penjualan seperti kicimpring, opak, spre, tas dan sarung tangan. Sedangkan sisanya ada yang menjadi staf di lembaga desa, menjadi guru di sekolah dan lainnya.

Siklus ini dapat digambarkan seperti pada diagram berikut ini :



**Gambar 2.** Siklus II

Apabila dilihat dari letak geografis maka akan dilihat seperti pada gambar di bawah ini :



**Gambar 3.** Peta Desa Mekarlaksana

### **Siklus III Perencanaan Partisipatif & Sinergi Program**

Siklus III merupakan tindak lanjut untuk siklus II (pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat). Pada siklus ini difokuskan kepada perencanaan program kerja yang akan dilaksanakan kedepannya, melalui sosialisasi yang dilaksanakan kepada ketua RW, RT, Kepada Dusun III, karang taruna dan masyarakat yang ada di Dusun III Desa Mekarlaksana. Pengenalan program ini pernah dilakukan pada tanggal 11 Agustus dengan mengadakan sosialisasi yang memperkenalkan masyarakat terkait pengembangan UMKM, pencegahan stunting dan adanya bank sampah.

### **Siklus IV Pelaksanaan Program, Monitoring dan Evaluasi**



**Gambar 4.** UMKM Produksi Kecimpring



**Gambar 5.** UMKM Kerupuk Jempol



**Gambar 6.** UMKM tas dan sarung tangan



**Gambar 7.** UMKM Sprei

Siklus IV adalah pelaksanaan program untuk menindaklanjuti siklus III (Perencanaan Partisipatif & Sinergi Program). Pada siklus ini difokuskan untuk pelaksanaan program pengembangan UMKM. Kegiatan dimulai dengan kunjungan kepada warga Dusun III Rancaheulang yang memiliki UMKM. Kunjungan pertama yaitu kepada RW 8, 14, 22, 9 yang memproduksi kicimpring. Kunjungan kedua kepada RW 15 yang memproduksi tas dan sarung tangan. Kunjungan terakhir kepada RW 10 yang memproduksi spreng.

Kegiatan selanjutnya setelah kegiatan kunjungan yang termasuk kedalam tahap observasi dan pengumpulan data yaitu mengadakan sosialisasi mengenai pemasaran digital. Latar belakang diadakannya sosialisasi ini yaitu adanya potensi mengembangkan pemasaran produk melalui aplikasi digital dengan memanfaatkan platform online seperti Shopee dan Instagram. Tujuan dari diadakannya sosialisasi ini yaitu untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pemasaran digital, manfaatnya, dan bagaimana cara menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompetitif. Sosialisasi ini diharapkan untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan keuntungan. Dalam sosialisasi ini dipaparkan mengenai strategi pemasaran sebagai tahapan memperkenalkan dan memasarkan produk agar dapat dikenal oleh konsumen baru ataupun untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Strategi pemasaran diantaranya yaitu tentang bagaimana mempersiapkan produk, menetapkan harga, menetapkan wilayah penjualan, dan bagaimana promosi produk akan dilakukan. Keempat faktor tersebut harus saling berkesinambungan agar produk yang di pasarkan dapat optimal. Setelah pemaparan tersebut diadakan pelatihan pembuatan akun penjual pada platform Shopee dan Instagram yang diikuti oleh warga Dusun III Rancaheulang yang memiliki minat pada pemasaran digital.



**Gambar 8.** Program Kerja Digitalisasi UMKM

#### **D. KESIMPULAN**

Program pelatihan dan pengembangan UMKM di Dusun III Desa Mekarlaksana menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk dapat



meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar UMKM setempat. Melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat, program ini berhasil mengidentifikasi dan mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan terkait penggunaan platform online seperti Shopee dan Instagram berhasil meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM, yang berpotensi memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan pendapatan. Program ini juga menekankan pentingnya sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga pendidikan dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis UMKM.

## **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyadari bahwa keberhasilan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses kegiatan KKN ini :

1. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi secara lahir dan batin dalam bentuk segala hal
2. Bapak Drs. H. Maman, M.Ag selaku dosen pembimbing lapangan atas arahan dan bimbingan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Sisdamas kelompok 65 Desa Mekaraksana
3. Bapak Purwanto Nalapraya, S.IP selaku kepala Desa Mekaraksana yang telah mengizinkan dan mendukung pelaksanaan kegiatan KKN Sisdamas 2024
4. Bapak dan Ibu yang telah memfasilitasi kami dalam hal tempat tinggal selama pelaksanaan KKN Sisdamas Kelompok 65 di Desa Mekaraksa
5. Seluruh warga Dusun III Desa Mekaraksana yang telah memfasilitasi kami dalam hal tempat tinggal selama pelaksanaan kegiatan KKN Sisdamas Kelompok 65 di Desa Mekaraksana.
6. Rekan-rekan kelompok 65 KKN Sisdamas Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung 2024
7. Semua orang yang terlibat dalam proses kegiatan dan penulisan laporan KKN Sisdamas Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung 2024

## **F. DAFTAR PUSTAKA**

Adyan Lubis, S. H. (2023). Sosialisasi Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Puspasari. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 6804-6814.

Astrina, F., Afrida, A., Welly, Ningsih, N. H., Yanti, D., Yuliachtri, S., & Miroso, P. (2021). Pelatihan Kewirausahaan, Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Sentosa Kecamatan Seberang Ulu II. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Fahrial, F., Utama, A. S., & Dewi, S. (2019). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 251–264.

Ginting, M. A., Rivani, E., Saragih, J. P., Wuryandani, D., & Rasbin. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Gipari, N. L., Deswita, D. A., Fauzi, M. R., & Baihakhi, M. A. (2023). Strategi Pengembangan Kualitas UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun IV Desa Wargaluyu Kabupaten Bandung. *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 45-54.

Husnul Qodim, Aep Kusnawan, Sarbini, Deni Miharja, & Akmaliah. (2023). PETUNJUK TEKNIS KULIAH KERJA NYATA (KKN SISDAMAS) MODERASI BERAGAMA. Pusat Pengabdian kepada Masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.