

Penguatan Daya Saing UMKM pada Rangkaian Kegiatan 17 Agustus Berbasis Partisipasi Warga di Perumahan Makarya Binangun, Sidoarjo

Strengthening the Competitiveness of SMEs through a Series of August 17th Commemoration Activities Based on Community Participation in Makarya Binangun Housing Estate, Sidoarjo

Sudarso^{1*}, Yuyu Sriwahyuni², Mirza Elmy Safira³

¹Program Studi Teknik Sipil, Universitas Sunan Giri, Indonesia

²⁻³Program Studi Teknik Sipil, Universitas Sunan Giri, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sudarsokaira@gmail.com

Published: December , 2025

ABSTRAK

This community service program aimed to strengthen the competitiveness of community-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through a series of activities commemorating Indonesia's Independence Day on August 17 at Makarya Binangun Housing Estate, Sidoarjo. The program focused on empowering 20 housewives as potential MSME actors using a participatory and community-organizing approach. The implementation methods included coordination and MSME mapping, entrepreneurship training delivered in four sessions during June–July 2025, hands-on entrepreneurial practice through an MSME bazaar and product parade held on August 14–17, 2025, and program evaluation. The training materials covered basic entrepreneurship concepts, product packaging and standardization, pricing and simple financial record-keeping, as well as marketing strategies and customer service. The results indicated a significant improvement in participants' entrepreneurial readiness, increasing from approximately 35% before the program to 80% after completing all activities. In addition to enhanced knowledge and technical skills, the program fostered greater self-confidence, collaboration among residents, and active participation in community-based economic activities. These findings demonstrate that integrating entrepreneurship training with social and community events is an effective strategy for promoting social change and strengthening local economic resilience.

Keywords: Community service, MSMEs, community participation, community entrepreneurship, MSME bazaar

ABSTRAK

Kegiatan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis komunitas melalui rangkaian kegiatan peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus di Perumahan Makarya Binangun, Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan difokuskan pada pemberdayaan 20 orang ibu rumah tangga sebagai pelaku UMKM potensial melalui pendekatan partisipatif dan pengorganisasian komunitas. Metode pelaksanaan meliputi koordinasi dan pemetaan UMKM, sosialisasi serta pemberian materi kewirausahaan yang dilaksanakan sebanyak empat kali pertemuan pada bulan Juni–Juli 2025, praktik kewirausahaan melalui bazar dan parade produk UMKM pada tanggal 14–17 Agustus 2025, serta evaluasi kegiatan. Materi yang diberikan mencakup pengenalan kewirausahaan, pengemasan dan standarisasi produk, penentuan harga dan pencatatan keuangan sederhana, serta strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kesiapan berwirausaha peserta, dari sekitar 35% sebelum kegiatan menjadi 80% setelah mengikuti seluruh rangkaian program. Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kepercayaan diri, kerja sama antarwarga, dan partisipasi aktif dalam aktivitas ekonomi berbasis komunitas. Program ini membuktikan bahwa integrasi pelatihan kewirausahaan dengan momentum sosial kemasyarakatan efektif dalam mendorong perubahan sosial dan penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: pengabdian masyarakat, UMKM, partisipasi warga, kewirausahaan komunitas, bazar UMKM

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, pengentasan kemiskinan, dan penguatan ekonomi berbasis komunitas (Yolanda et al, 2024). Di tingkat lokal, UMKM sering kali tumbuh dari aktivitas rumah

tangga dan lingkungan perumahan, terutama yang dijalankan oleh ibu rumah tangga sebagai bentuk kontribusi ekonomi keluarga (Supandi et al, 2023). Namun demikian, sebagian besar UMKM skala rumah tangga masih menghadapi kendala dalam hal manajemen usaha, pemasaran, inovasi produk, serta keberanian bersaing di ruang publik (Rainanto, 2019).

Berbagai program pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya (Noffiyanti et al, 2024). Pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dasar kewirausahaan, seperti perencanaan usaha, pengemasan produk, penentuan harga, dan strategi pemasaran (Fu'aidah et al, 2025). Selain itu, pendekatan berbasis praktik langsung dinilai lebih mudah diterima oleh pelaku UMKM pemula dibandingkan metode ceramah semata (Septarina et al, 2024).

Partisipasi aktif masyarakat merupakan kunci keberhasilan program pemberdayaan UMKM (Sara et al, 2022). Kegiatan yang dirancang berbasis komunitas, seperti bazar warga atau pameran produk lokal, tidak hanya menjadi sarana promosi tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan (Harisandi, 2023). Beberapa penelitian pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan bazar mampu menjadi media pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif karena peserta langsung berinteraksi dengan konsumen (Yahya et al, 2017).

Momentum kegiatan sosial kemasyarakatan, seperti peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus, dapat dimanfaatkan sebagai sarana penguatan UMKM berbasis partisipasi warga (Mutmainah, 2020). Kegiatan ini memiliki keunggulan karena melibatkan banyak pihak, memiliki daya tarik massa, serta menciptakan ruang ekonomi temporer yang inklusif (Susanti et al, 2025). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa integrasi UMKM dalam kegiatan perayaan masyarakat dapat meningkatkan omzet penjualan sekaligus memperluas jejaring sosial pelaku usaha (Hayu et al, 2024).

Ibu rumah tangga sebagai bagian dari masyarakat memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM lokal (Suardi et al, 2025). Namun, keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan usaha sering menjadi penghambat utama (Nofriadi et al, 2024). Oleh karena itu, program pengabdian yang menasar ibu rumah tangga perlu dirancang dengan pendekatan sederhana, komunikatif, dan kontekstual agar mudah dipahami dan diterapkan (Fadli et al, 2023). Pendampingan yang dilakukan secara bertahap, mulai dari pemetaan potensi hingga evaluasi, menjadi model yang direkomendasikan dalam berbagai kegiatan pengabdian masyarakat (Marpaung et al, 2022).

Perumahan Makarya Binangun, Sidoarjo, merupakan salah satu lingkungan perumahan dengan potensi partisipasi warga yang cukup tinggi, ditandai dengan keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Meskipun demikian, pemanfaatan potensi tersebut dalam kegiatan kewirausahaan, khususnya yang berbasis UMKM, masih belum optimal. Berdasarkan studi pengabdian masyarakat sebelumnya, pemetaan UMKM di tingkat lingkungan menjadi langkah awal yang penting untuk mengidentifikasi potensi, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi pelaku usaha sehingga program yang dirancang dapat lebih tepat sasaran (Chaerani et al., 2020). Selanjutnya, sosialisasi program dan pemberian materi kewirausahaan secara berkala berperan penting dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kesiapan peserta sebelum terjun langsung ke praktik usaha (Putri et al., 2020).

Program pengabdian masyarakat ini dirancang dalam beberapa tahapan, yaitu koordinasi dan pemetaan UMKM, sosialisasi program dan pemberian materi kewirausahaan, pelaksanaan bazar atau parade produk UMKM pada rangkaian kegiatan 17 Agustus, serta evaluasi kegiatan. Model tahapan ini sejalan dengan praktik baik pengabdian masyarakat yang menekankan kesinambungan antara teori dan praktik (Kurniawan, 2020). Melalui empat kali pertemuan sosialisasi pada bulan Juni–Juli 2025 dan praktik langsung pada bazar 17 Agustus 2025, diharapkan peserta memperoleh pengalaman kewirausahaan yang utuh dan aplikatif. Dengan melibatkan 20 orang ibu rumah tangga sebagai peserta, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal, menumbuhkan semangat kewirausahaan berbasis komunitas, serta memperkuat peran warga dalam pembangunan ekonomi lingkungan perumahan. Pendekatan berbasis partisipasi warga ini diharapkan dapat menjadi model pengabdian masyarakat yang berkelanjutan dan mudah direplikasi di lingkungan perumahan lainnya (Pratiwiningtyas et al, 2020).

METODE

Subjek dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 20 orang ibu rumah tangga yang berdomisili di Perumahan Makarya Binangun, Kabupaten Sidoarjo. Peserta dipilih berdasarkan minat dan potensi awal dalam kegiatan kewirausahaan, baik yang telah memiliki usaha skala rumah tangga maupun yang baru berencana memulai usaha. Lokasi pengabdian berada di lingkungan Perumahan Makarya Binangun yang memiliki karakteristik sosial dengan tingkat partisipasi warga yang cukup aktif. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan Juni–Agustus 2025, yang meliputi tahapan persiapan, pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, praktik kewirausahaan, serta evaluasi kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (community-based participatory approach) yang menekankan keterlibatan aktif subjek dampingan sejak tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong rasa kepemilikan (sense of ownership) warga terhadap program serta memastikan keberlanjutan kegiatan setelah program pengabdian selesai. Strategi yang digunakan adalah pengorganisasian komunitas (community organizing), di mana tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dalam proses identifikasi kebutuhan, pemetaan potensi, dan perumusan kegiatan bersama warga. Subjek dampingan dilibatkan secara langsung dalam diskusi kelompok, pengambilan keputusan, serta penyusunan rencana aksi kewirausahaan yang akan dilaksanakan pada rangkaian kegiatan peringatan 17 Agustus.



Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat meliputi koordinasi dengan pengurus lingkungan serta pengurus Perumahan Makarya Binangun sebagai mitra, sosialisasi dan pemberian materi kewirausahaan kepada peserta, pelaksanaan bazaar dan parade UMKM, serta evaluasi program.

HASIL

Pendampingan dimulai dengan fase koordinasi dan pemetaan (koordinasi dengan pengurus lingkungan, survei singkat, dan identifikasi 20 peserta). Pada fase sosialisasi dan pelatihan (empat pertemuan) pelaksanaan bersifat partisipatif dan praktik-berbasis: ceramah singkat, demonstrasi, kerja kelompok, simulasi penjualan, serta latihan penyusunan biaya dan pencatatan sederhana. Aksi teknis yang dilakukan tim pendamping dan peserta mencakup (1) standarisasi tampilan produk label, kemasan sederhana, dan informasi harga; (2) praktik merchandising dan layout stan; (3) simulasi transaksi tunai dan pencatatan penjualan harian; (4) pembuatan materi promosi sederhana (foto produk, deskripsi singkat untuk brosur dan posting media sosial), serta (5) koordinasi logistik bazar (penjadwalan, pembagian stan, kebutuhan listrik/meja/kursi, dan penataan alur pengunjung). Selama pra-bazar tim melakukan pendampingan on-site untuk fine-tuning produk, uji harga, dan latihan pelayanan pelanggan sehingga saat bazar peserta sudah memiliki pengalaman praktik langsung.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Materi

Rangkaian kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui empat kali pertemuan yang berlangsung setiap hari Sabtu, yaitu pada 7 Juni 2025, 21 Juni 2025, 5 Juli 2025, dan 19 Juli 2025, dengan materi yang disusun secara bertahap dan saling berkesinambungan. Pertemuan pertama difokuskan pada pengenalan kewirausahaan dan pemetaan potensi produk peserta, dilanjutkan pada pertemuan kedua dengan materi pengemasan, pelabelan, dan standarisasi produk. Pertemuan ketiga membahas penentuan harga, perhitungan biaya produksi, serta pencatatan keuangan sederhana, sedangkan pertemuan keempat menekankan pada strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, dan persiapan teknis bazar. Seluruh materi tersebut kemudian diimplementasikan secara langsung melalui kegiatan bazar dan parade UMKM yang diselenggarakan pada tanggal 14–17 Agustus 2025 dalam rangka peringatan Hari Kemerdekaan, di mana peserta mempraktikkan hasil pelatihan melalui aktivitas penjualan produk, pengelolaan stan, promosi kepada pengunjung, serta pencatatan penjualan, sehingga bazar tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk UMKM, tetapi juga sebagai media pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman. Berikut perubahan tingkat kesiapan dan pengetahuan warga yang diukur menggunakan metode pengukuran survei pre-post (kuesioner tertutup + skala likert), tes pengetahuan singkat, observasi lapangan, dan rekaman penjualan selama bazar.

Tabel. 1 Presentase Perubahan Pemahaman Peserta

Kondisi Peserta	Sebelum Kegiatan (%)	Setelah Kegiatan (%)
Kesiapan berwirausaha (produk siap + percaya diri jual)	35	80
Pengetahuan pemasaran & promosi (nilai rata-rata soal/tes)	30	75
Kemampuan pengemasan & presentasi produk (observasi)	25	70
Kepercayaan diri berjualan (skala 1–5; ≥ 4 counted)	40	85
Partisipasi aktif dalam pengorganisasian bazar (hadir & ambil peran)	50	92

Berdasarkan hasil perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program pengabdian masyarakat, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator yang diukur. Kesiapan berwirausaha peserta mengalami peningkatan dari sekitar 35% pada kondisi awal menjadi 80% setelah mengikuti rangkaian kegiatan pendampingan, yang menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah memiliki produk yang siap jual, pemahaman dasar kewirausahaan, serta kepercayaan diri untuk terlibat dalam praktik penjualan. Peningkatan juga terjadi pada aspek pengetahuan pemasaran, kemampuan pengemasan

dan presentasi produk, serta partisipasi aktif dalam pengorganisasian bazar. Perubahan ini mengindikasikan bahwa metode pendampingan yang dilakukan secara bertahap, partisipatif, dan berbasis praktik mampu mendorong transformasi pengetahuan dan keterampilan peserta secara efektif.



Gambar 3. Pelaksanaan Bazaar dan Parade UMKM

DISKUSI

Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan pengorganisasian komunitas yang berbasis partisipasi warga efektif dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan ibu rumah tangga di lingkungan perumahan. Temuan ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif subjek dampingan dalam setiap tahapan program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Peningkatan kesiapan berwirausaha peserta dari kondisi awal yang relatif rendah menuju tingkat kesiapan yang lebih tinggi mencerminkan terjadinya proses pembelajaran sosial (social learning), di mana pengetahuan dan keterampilan tidak hanya diperoleh melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui interaksi, praktik bersama, dan pengalaman langsung di lapangan. Kegiatan bazar dan parade UMKM berfungsi sebagai arena praktik yang memperkuat internalisasi pengetahuan, sekaligus menguji kemampuan peserta dalam menghadapi dinamika pasar secara nyata, sehingga memperkuat relevansi antara teori kewirausahaan dan konteks sosial komunitas.

Secara teoritik, proses pengabdian ini mengonfirmasi bahwa perubahan sosial pada tingkat komunitas tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan yang berkelanjutan dan saling terkait. Dimulai dari pemetaan potensi dan kebutuhan sebagai bentuk kesadaran kritis awal, dilanjutkan dengan peningkatan kapasitas melalui edukasi dan pendampingan, hingga tercapainya tindakan kolektif dalam bentuk bazar UMKM sebagai manifestasi perubahan perilaku ekonomi. Transformasi yang terjadi tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif, terlihat dari meningkatnya kerja sama antarwarga, pembagian peran dalam pengorganisasian kegiatan, serta tumbuhnya rasa percaya diri komunitas untuk mengelola aktivitas ekonomi secara mandiri. Temuan ini memperkuat perspektif bahwa integrasi antara kegiatan sosial kemasyarakatan dan penguatan ekonomi lokal merupakan strategi yang efektif dalam mendorong perubahan sosial yang berkelanjutan, khususnya pada komunitas berbasis perumahan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Perumahan Makarya Binangun, Sidoarjo, menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis partisipasi komunitas efektif dalam meningkatkan kesiapan kewirausahaan ibu rumah tangga sebagai pelaku UMKM. Melalui rangkaian tahapan yang terstruktur—mulai dari pemetaan potensi, pemberian materi kewirausahaan secara bertahap, hingga praktik langsung melalui bazar terjadi perubahan positif pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta. Secara teoritis, temuan ini menegaskan bahwa proses pengorganisasian komunitas yang melibatkan subjek dampingan sebagai aktor utama mampu mendorong pembelajaran sosial dan perubahan perilaku ekonomi yang berkelanjutan, terutama ketika edukasi dipadukan dengan pengalaman praktik nyata dalam konteks sosial komunitas.

Berdasarkan hasil tersebut, direkomendasikan agar model pengabdian masyarakat yang mengintegrasikan kegiatan kewirausahaan dengan momentum sosial kemasyarakatan dapat diterapkan secara berkelanjutan dan direplikasi di lingkungan perumahan lainnya. Program lanjutan perlu diarahkan pada penguatan aspek keberlanjutan usaha, seperti pendampingan pemasaran digital, pengembangan jejaring pasar, dan pengelolaan keuangan yang lebih sistematis. Selain itu, kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa/kelurahan, dan komunitas warga menjadi penting untuk memastikan dampak pengabdian tidak bersifat sementara, melainkan mampu berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal dan perubahan sosial yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan usaha mikro kecil menengah (umkm) pada masa pandemi covid-19 menggunakan analisis media sosial dalam upaya peningkatan pendapatan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 9(4), 275-282. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Fadli, F., Suryadi, S., Tanjung, A. F., Barmawi, B., Azzahra, A., & Mustika, J. (2023). Pendampingan Pengembangan Usaha UMKM Baru Dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2182–2188. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i10.490>
- Fu'aidah, A. L. N., & Hartono, S. (2025). Pengembangan Kepemimpinan Berbasis Komunitas melalui Pelatihan Kewirausahaan bagi Masyarakat Desa. *CivicAction: Jurnal Pengabdian Dan Inovasi Masyarakat*, 1(1), 37–43. <https://doi.org/10.59696/civicaction.v1i1.222>
- Harisandi, P. (2023). Pemberdayaan Dan Pemasaran Produk Umkm Kab. Bekasi Melalui Bazar UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(1), 16-21. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i1.39>
- Hayu, A. K. W. T., & Anwar, M. (2024). Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Kelurahan Rungkut Kidul Melalui Pasar Tradisional Berupa Bazar Hari Pahlawan. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 126-133. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v4i1.2398>
- Kurniawan, P. S. (2020). Sosialisasi dan pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi informasi bagi pelaku umkm di desa belatungan, pupuan, bali. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(4), 440-446. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i4.3981>
- Marpaung, J., Ramli, R. A., Ariyati, Y., & Sinaga, J. B. (2022). Pendampingan Sosialisasi Peran Umkm Dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Warga Rw. 001 Kecamatan Batu Aji Kelurahan Bukit Tempayan Kota Batam. *Minda Baharu*, 6(1), 91-100. <https://doi.org/10.33373/jmb.v6i1.4022>
- Mutmainah, N. (2020). Peran perempuan dalam pengembangan ekonomi melalui kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 6(1), 1-7. [https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6\(1\).4190](https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1).4190)
- Noffiyanti, N., Aurelia, N. J., & Rahmawati, B. (2024). Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pemasaran Produk Guna Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Margodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(5), 829-837. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.3026>
- Nofriadi, N., Elfiswandi, E., Rafki, R., & Lusiana, L. (2024). Analisis Hambatan dan Peluang Akses Pembiayaan bagi UMKM Perempuan: Studi Kasus Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(3), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i3.203>
- Pratiwiningtyas, L., Pamungkas, A. L. A., Saputri, A. T., Septifian, O. P., Hasna, R. T., & Lestari, T. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penguatan UMKM di Dusun Kedungpring Desa Sukorejo. *Madaniya*, 3(2), 187-193. <https://doi.org/10.53696/27214834.162>
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667-675. <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/jurpikat/article/view/1550/726>
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 201–210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Sara, I. M., Setini, M., & Tantra, I. G. L. P. (2022). Sinergi inovasi, modal budaya dan partisipasi masyarakat dalam menciptakan kesejahteraan UMKM. *Eknitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(1),

59-77. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5079>

- Septarina, L., Herwanto, R., & Purnomo, H. (2024). Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan Remaja Melalui Program Pengabdian Masyarakat di Desa Purworejo, Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 154-165. <https://doi.org/10.70900/jpkm.v2i2.77>
- Suardi, S., Triwati, I. ., Ampareng, T. ., & Elma, E. (2025). Penguatan Peran Ibu Rumah Tangga dalam UMKM melalui Peningkatan Keterampilan Komunikasi Efektif: Penguatan Peran Ibu Rumah Tangga dalam UMKM melalui Peningkatan Keterampilan Komunikasi Efektif. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 333–340. <https://doi.org/10.30605/atipm.v6i2.6220>
- Supandi, S., Ernawati, T., Yuaningrum, J., Yunita, Y., & Agustina, E. R. (2023). Pemberdayaan Komunitas Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Umkm Melalui Pelatihan Pembuatan Berbagai Macam Keripik. *Jurnal Bakti Tabsinia*, 1(3), 222-237. <http://jurnal.rakeyansantang.ac.id/jbt/article/view/534>
- Susanti, S., & Mawardi, A. I. (2025). STRATEGI PENGEMBANGAN CAFÉ DLAGOON BERBASIS KOLABORASI DENGAN EVENT EDUKASI DAN UMKM LOKAL. *BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 26 - 33. https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v5i1.4010
- Yahya, A. O., & Lubis, D. P. (2017). Efektivitas pameran sebagai media komunikasi pemasaran dewan kerajinan nasional daerah kota Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(3), 183. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/80579>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170-186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>