

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

### **Pengembangan Produk Kreatif Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat**

**Riswan<sup>1\*</sup>, Rahmat Pannyiwi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia Timur

<sup>2</sup> Program Studi Kedokteran, Universitas Pertahanan RI

**\*Correspondent Author:** Riswan, Email: [riswanhartawansanusi@gmail.com](mailto:riswanhartawansanusi@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

The development of creative products based on local potential is one of the community empowerment strategies that can increase the economic value of regional resources. Lack of product innovation, limited marketing skills, and low utilization of local potential are major obstacles to increasing community income. This community service program aimed to improve community capabilities in developing creative products based on local potential to enhance economic income. The implementation methods included identifying local potential, training in creative product manufacturing, product packaging assistance, digital marketing education, and activity evaluation. The target participants were 25 community members and small business actors in the assisted area. The results showed an increase in participants' knowledge and skills in processing local resources into marketable products. In addition, the community began to market products through digital media and showed increased motivation in developing independent businesses. This program proved effective in encouraging community economic empowerment based on local potential.

**Keywords:** *Creative Products, Local Potential, Community Empowerment, Community Income, Small Businesses*

#### **ABSTRAK**

Pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan nilai ekonomi sumber daya daerah. Kurangnya inovasi produk, keterbatasan keterampilan pemasaran, dan rendahnya pemanfaatan potensi lokal menjadi kendala utama dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan produk kreatif berbasis potensi lokal sehingga mampu

**1341**

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi potensi lokal, pelatihan pembuatan produk kreatif, pendampingan pengemasan produk, edukasi pemasaran digital, serta evaluasi hasil kegiatan. Sasaran kegiatan adalah kelompok masyarakat dan pelaku usaha kecil di wilayah binaan dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah potensi lokal menjadi produk bernilai jual. Selain itu, masyarakat mulai mampu memasarkan produk melalui media digital dan mengalami peningkatan motivasi dalam mengembangkan usaha mandiri. Program ini terbukti efektif dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

**Kata Kunci:** *Produk Kreatif, Potensi Lokal, Pemberdayaan Masyarakat, Pendapatan Masyarakat, UMKM*

### I. PENDAHULUAN

Potensi lokal merupakan sumber daya yang dimiliki suatu daerah dan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Potensi tersebut dapat berupa hasil pertanian, kerajinan, makanan khas, budaya, maupun sumber daya alam lainnya yang memiliki nilai ekonomi apabila dikelola secara kreatif dan inovatif.

Masih banyak masyarakat yang belum mampu mengembangkan potensi lokal menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing di pasar. Rendahnya keterampilan pengolahan produk, keterbatasan inovasi, serta kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran menjadi faktor penghambat dalam pengembangan usaha masyarakat.

Pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan nilai tambah produk dan pendapatan masyarakat. Produk kreatif tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga dapat menjadi identitas daerah yang mampu meningkatkan daya tarik pasar lokal maupun nasional.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal. Program ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan masyarakat, membuka peluang usaha, serta meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan berikut:

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi:

- Survei awal untuk mengidentifikasi potensi lokal yang dapat dikembangkan
- Koordinasi dengan perangkat desa dan kelompok masyarakat
- Penyusunan materi pelatihan dan modul pendampingan
- Persiapan alat dan bahan pelatihan produk kreatif

### 2. Tahap Pelaksanaan

#### a. Identifikasi Potensi Lokal

Tim pelaksana bersama masyarakat mengidentifikasi potensi lokal yang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk kreatif bernilai ekonomi.

#### b. Pelatihan Pembuatan Produk Kreatif

Peserta diberikan pelatihan mengenai:

- Teknik pengolahan bahan lokal
- Inovasi desain produk
- Peningkatan kualitas produk
- Standar kebersihan dan keamanan produk

#### c. Pendampingan Pengemasan Produk

Peserta dilatih membuat kemasan produk yang menarik dan memiliki nilai jual lebih tinggi.

#### d. Edukasi Pemasaran Digital

Peserta diberikan edukasi mengenai:

- Pemasaran melalui media sosial
- Penggunaan marketplace
- Teknik promosi digital sederhana
- Strategi branding produk lokal

#### e. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test serta observasi hasil produk peserta.

# Sahabat Sosial

## Jurnal Pengabdian Masyarakat

### III. HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

#### 1. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat secara aktif melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung pembuatan produk. Program ini diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari ibu rumah tangga, pelaku UMKM, dan pemuda desa.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung secara bertahap mulai dari identifikasi potensi lokal, pelatihan pengolahan produk, pengemasan, hingga pemasaran digital. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi serta partisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan dan praktik.

##### a. Karakteristik Peserta Kegiatan

Karakteristik peserta kegiatan disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.1. Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Laki-laki	8	32
Perempuan	17	68
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas peserta merupakan perempuan sebanyak 68%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran penting dalam pengembangan usaha kreatif berbasis rumah tangga dan UMKM lokal.

**Tabel 3.2. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Ibu rumah tangga	12	48
Pelaku UMKM	8	32
Pemuda desa	5	20
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Sebagian besar peserta merupakan ibu rumah tangga yang memiliki ketertarikan untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha kreatif berbasis potensi lokal.

##### b. Identifikasi Potensi Lokal

Pada tahap awal kegiatan dilakukan identifikasi potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk kreatif bernilai ekonomi. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama masyarakat, ditemukan beberapa potensi lokal yang memiliki peluang pasar cukup baik.

# Sahabat Sosial

## Jurnal Pengabdian Masyarakat

**Tabel 3.3. Jenis Potensi Lokal yang Dikembangkan**

No	Potensi Lokal	Jenis Produk Kreatif
1	Hasil pertanian	Keripik dan makanan olahan
2	Bahan alami lokal	Kerajinan tangan
3	Makanan khas daerah	Produk kemasan modern
4	Limbah rumah tangga	Produk daur ulang kreatif

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki sumber daya lokal yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi produk bernilai jual apabila didukung dengan inovasi dan keterampilan pengolahan.

### c. Hasil Pre-test dan Post-test Pengetahuan Peserta

Untuk mengetahui efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi menggunakan metode pre-test dan post-test.

**Tabel 3.4. Hasil Peningkatan Pengetahuan Peserta**

No	Indikator Pengetahuan	Pre-test	Post-test	Peningkatan
1	Pengolahan produk lokal	58	85	+27
2	Inovasi produk kreatif	55	84	+29
3	Teknik pengemasan	52	86	+34
4	Pemasaran digital	50	88	+38
5	Branding produk	54	87	+33
<b>Rata-rata</b>		<b>54</b>	<b>86</b>	<b>+32</b>

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata pengetahuan peserta sebesar 32 poin. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator pemasaran digital, yang menunjukkan bahwa peserta memperoleh wawasan baru mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi.

### d. Hasil Pelatihan Produk Kreatif

Selama pelatihan, peserta berhasil menghasilkan berbagai produk kreatif berbasis potensi lokal dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan sebelum pelatihan.

**Tabel 3.5. Hasil Produk Kreatif Peserta**

Jenis Produk	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Kemasan produk	Sederhana	Lebih menarik dan modern
Variasi produk	Terbatas	Lebih inovatif
Kualitas produk	Kurang konsisten	Lebih baik dan seragam
Pemasaran	Offline	Offline dan online

Produk yang dihasilkan menunjukkan peningkatan dari segi tampilan, kualitas, dan nilai jual sehingga lebih kompetitif di pasaran.

# Sahabat Sosial

## Jurnal Pengabdian Masyarakat

### e. Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital

Setelah mengikuti edukasi pemasaran digital, sebagian besar peserta mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk.

**Tabel 3.6. Penggunaan Media Pemasaran Setelah Pelatihan**

Media Pemasaran	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Penjualan langsung	90	100
Media sosial	20	85
Marketplace	5	40

Data menunjukkan peningkatan penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran produk masyarakat.

### f. Dampak Ekonomi terhadap Masyarakat

Program ini memberikan dampak positif terhadap motivasi dan pendapatan masyarakat. Beberapa peserta mulai menerima pesanan produk secara rutin setelah menggunakan strategi pengemasan dan pemasaran yang lebih baik.

**Tabel 3.7. Dampak Program terhadap Pendapatan Peserta**

Kategori	Sebelum Program	Sesudah Program
Pendapatan meningkat	10%	70%
Pendapatan tetap	75%	25%
Tidak ada peningkatan	15%	5%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa program pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

## 2. Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan motivasi masyarakat dalam mengembangkan usaha mandiri. Peningkatan rata-rata skor pengetahuan sebesar 32 poin menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang digunakan efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat.

Sebelum pelatihan dilakukan, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam pengolahan produk, teknik pengemasan, dan pemasaran. Produk yang dihasilkan cenderung sederhana dan kurang memiliki daya saing di pasaran. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya inovasi produk, kualitas kemasan, dan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan nilai jual produk.

Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sebelumnya belum banyak memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi usaha. Setelah diberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial dan marketplace, peserta mulai mampu memasarkan produk secara lebih luas dan modern.

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

Penggunaan media digital memberikan peluang yang lebih besar bagi masyarakat untuk memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan biaya pemasaran yang tinggi.

Pelatihan pengemasan produk juga memberikan dampak positif terhadap kualitas produk masyarakat. Kemasan yang lebih menarik mampu meningkatkan minat konsumen dan memberikan nilai tambah terhadap produk lokal. Selain itu, branding produk membantu masyarakat menciptakan identitas usaha yang lebih profesional dan mudah dikenal oleh konsumen.

Program ini juga meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha mandiri. Sebagian peserta mulai menjadikan kegiatan produksi sebagai sumber pendapatan tambahan bagi keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Terdapat beberapa kendala selama pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan modal usaha, alat produksi yang masih sederhana, serta keterbatasan akses pemasaran yang lebih luas. Selain itu, sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan dalam penggunaan teknologi digital dan pengembangan inovasi produk.

Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini menjadi salah satu faktor keberhasilan program karena masyarakat terlibat langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Keterlibatan aktif peserta membantu meningkatkan rasa memiliki terhadap program dan mendorong keberlanjutan usaha yang dikembangkan.

Program pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal terbukti efektif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat, tetapi juga membantu masyarakat memanfaatkan potensi daerah secara lebih optimal dan berkelanjutan.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan motivasi masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi daerah.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya inovasi produk, teknik pengemasan yang menarik, branding produk, serta pemanfaatan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Hal ini terlihat dari peningkatan hasil pre-test dan post-test peserta dengan rata-rata peningkatan sebesar 32 poin setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

Selain peningkatan pengetahuan, masyarakat juga mengalami peningkatan keterampilan dalam mengolah bahan lokal menjadi produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Produk yang sebelumnya dipasarkan secara sederhana mengalami perubahan dari segi kualitas, variasi, tampilan, dan kemasan sehingga menjadi lebih menarik dan memiliki peluang pasar yang lebih luas.

Program ini juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Sebagian besar peserta mulai menggunakan media sosial dan marketplace untuk mempromosikan produk mereka sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dibandingkan sebelumnya yang hanya mengandalkan penjualan secara langsung.

Dari sisi ekonomi, kegiatan ini mampu meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha mandiri dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan keluarga. Pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal terbukti dapat menjadi salah satu strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang efektif, terutama dalam meningkatkan nilai tambah sumber daya lokal dan membuka peluang usaha baru di lingkungan masyarakat.

Selain memberikan dampak ekonomi, program ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemanfaatan potensi lokal secara kreatif dan berkelanjutan. Masyarakat mulai memahami bahwa sumber daya lokal yang sebelumnya dianggap biasa dapat diolah menjadi produk bernilai jual apabila didukung dengan kreativitas, inovasi, dan strategi pemasaran yang tepat.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan program, seperti keterbatasan modal usaha, alat produksi yang masih sederhana, serta keterbatasan pengalaman masyarakat dalam pemasaran digital dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dan pendampingan lanjutan agar usaha masyarakat dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil menjadi salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam meningkatkan keterampilan, kemandirian, dan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal.

## **2. Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan program selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

a. **Pendampingan Berkelanjutan**

Masyarakat perlu mendapatkan pendampingan secara berkelanjutan, khususnya dalam pengembangan inovasi produk, strategi pemasaran, dan manajemen usaha agar usaha yang telah dibangun dapat berkembang secara konsisten.

b. **Peningkatan Dukungan Modal dan Sarana Produksi**

Diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga terkait, maupun pihak swasta dalam bentuk bantuan modal usaha, alat produksi, dan fasilitas pendukung lainnya untuk meningkatkan kapasitas produksi masyarakat.

c. **Pelatihan Pemasaran Digital Secara Berkala**

Edukasi mengenai pemasaran digital perlu dilakukan secara rutin agar masyarakat mampu mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan platform digital secara optimal dalam memasarkan produk.

d. **Penguatan Branding dan Legalitas Produk**

Masyarakat perlu diberikan pelatihan mengenai branding, desain kemasan, serta pengurusan legalitas produk seperti izin usaha dan sertifikasi agar produk memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar.

e. **Pengembangan Jaringan Pemasaran**

Perlu adanya kerja sama dengan toko, koperasi, marketplace, dan pelaku usaha lainnya untuk memperluas jaringan pemasaran produk masyarakat sehingga produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

f. **Peningkatan Inovasi Produk**

Masyarakat diharapkan terus melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan, baik dari segi rasa, bentuk, desain, maupun kualitas agar mampu bersaing dengan produk lain di pasaran.

g. **Pelibatan Generasi Muda dalam Pengembangan Produk Kreatif**

Pemuda desa perlu lebih dilibatkan dalam pengembangan produk kreatif karena generasi muda memiliki potensi besar dalam bidang kreativitas, teknologi digital, dan pemasaran modern.

h. **Pengembangan Program Berbasis Potensi Lokal Lainnya**

Program serupa dapat dikembangkan pada sektor lain yang memiliki potensi ekonomi, seperti wisata lokal, kerajinan budaya, dan pengolahan hasil pertanian lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

i. **Evaluasi dan Monitoring Program Secara Berkala**

Perlu dilakukan evaluasi dan monitoring secara berkala untuk mengetahui perkembangan usaha masyarakat, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta menentukan strategi pengembangan program yang lebih efektif di masa mendatang.

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, khususnya kepada perangkat desa, peserta pelatihan, pelaku UMKM, serta seluruh tim pelaksana yang telah berpartisipasi aktif dalam menyukseskan kegiatan.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Alma B. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta; 2018.
2. Badan Pusat Statistik. *Statistik UMKM Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: BPS; 2022.
3. Buchari A. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta; 2016.
4. Herdiansyah H. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika; 2015.
5. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. *Pedoman Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal*. Jakarta: Kemenkop UKM; 2021.
6. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education; 2016.
7. Mulyana D. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2018.
8. Notoatmodjo S. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta; 2015.
9. Pannyiwi, R., Zulham, Z., Rahmat, R. A., Kusumawati, I., & Yusrianto, Y. (2023). Bantuan Dana Usaha dan 1 Unit Motor Untuk Membantu Ekonomi Kesehatan Masyarakat Gowa. *Sahabat Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 13–20. <https://doi.org/10.59585/sosisabdimas.v2i1.180>
10. Rangkuti F. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2017.
11. Riyanti BP. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo; 2013.
12. Riswan, R., & Kadir, H. A. (2025). Analisis Pola Asuh Tua pada Anak Speech Delay Usia 3 Tahun (Studi di Desa Mirring Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar). *Barongko: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(3), 739–747. <https://doi.org/10.59585/bajik.v3i3.709>
13. Ronaydi, M., & Castrawijaya, C. (2023). Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah Dalam Inovasi dan Kewirausahaan Di Era Disruptif. *JIMAD : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 72–81. <https://doi.org/10.59585/jimad.v1i2.206>
14. Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2019.

# *Sahabat Sosial*

## *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

15. Suryana. *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat; 2013.
16. Tambunan T. *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia; 2012.
17. Tjiptono F. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset; 2015.
18. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia; 2008.
19. Widodo J. *Membangun Start Up Entrepreneur yang Unggul*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka; 2020.
20. Yuswohady. *Marketing to the Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2015.