

Pendampingan Pemasaran Syariah dan Pengelolaan Potensi Buah Sawo sebagai Inovasi Produk UMKM Desa Jukong Kecamatan Labang

Tito Im Rahman Hakim¹, Diana Rahmatika Anggraeni² and Nanda Shally Maulini³

¹ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

² Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

³ Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

Email : 190231100071@student.trunojoyo.ac.id;

<https://doi.org/10.60128/parjhuga.v2i1.19>

Abstract: Tujuan dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai pengolahan dan pemanfaatan potensi desa berupa buah sawo untuk pengembangan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Jukong. Program pengabdian ini menargetkan pada pemberdayaan masyarakat untuk dapat mengolah dan berinovasi dengan sistem diversifikasi produk. Selain itu, memperkenalkan olahan produk lainnya dengan berbahan dasar berupa buah sawo agar masyarakat dapat lebih mengenal mengenai inovasi produk. Sebelumnya, masyarakat dikenalkan terlebih dahulu mengenai manfaat buah sawo serta kandungan khasiat yang ada di dalamnya. Strategi pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kebijakan yang efektif untuk dilakukan Desa Jukong mengingat potensi yang dimiliki berupa tersebarnya buah sawo di desa ini. Metode pendekatan dan prosedur kerja dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup tahapan awal berupa observasi, dilanjut dengan kegiatan sosialisasi mengenai manfaat buah sawo, diversifikasi produk, serta olahan inovasi buah sawo; introduksi inovasi pengolahan buah sawo dan penjelasan prosedur pengolahan, pelatihan membuat olahan buah sawo, serta evaluasi. Adapun hasil yang didapatkan yaitu masyarakat dapat memanfaatkan dan mengolah buah sawo sebagai dodol sawo sesuai dengan prosedur tahapan pengolahan. Produk yang dihasilkan dalam pelatihan ini dapat menjadi dijadikan pengembangan inovasi produk oleh masyarakat di masa depannya digunakan sebagai salah satu produk khas desa. Sehingga diharapkan mampu mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Jukong yang dapat berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan produk yaitu pemasaran syariah. Pemasaran syariah digunakan karena sebagian besar masyarakat Desa Jukong beragama Islam. Masyarakat Desa Jukong ingin menerapkan nilai-nilai Islam dalam pemasaran untuk pengembangan produk inovasi sawo dan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dan ekonomi Desa Jukong.

Kata Kunci : potensi desa, pemanfaatan, pengolahan , buah sawo, UMKM, pemasaran syariah

1. Pendahuluan

Sawo (*Manilkara zapota*) merupakan tumbuhan tropis yang mudah beradaptasi sehingga mudah dibudidayakan di berbagai negara termasuk di Indonesia, sawo banyak diusahakan di lahan pekarangan dan sangat mudah dijumpai di pasaran. Buah sawo merupakan produk hortikultura yang sangat diminati oleh masyarakat karena selain manis dan menyegarkan, buah-buahan juga banyak mengandung vitamin, mineral. Dan antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan manusia. Selain itu, sawo merupakan sayuran buah tropic dataran tinggi, tetapi banyak pula varietas yang dapat tumbuh baik di dataran rendah (Ashari, 2006).

Desa Jukong merupakan salah satu desa di Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan. Umumnya penduduk setempat memiliki atau pencaharian sebagai petani. Tetapi sebagian besar masyarakat Desa Jukong memiliki pohon sawo di depan atau sekitar tempat tinggal mereka. Namun tidak adanya warga yang tergerak untuk membuat olahan berbahan dasar sawo dan hanya langsung memakan atau menjual buahnya. Oleh karena itu sawo dianggap sebagai potensi buah yang dapat di inovasikan untuk peluang usaha. Selain itu, masih

kurangnya pengetahuan Ibu-ibu dan masyarakat lain di Desa Jukong tentang pengolahan makanan yang berbahan dasar dari buah sawo sehingga perlu adanya penyuluhan atau sosialisasi agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

Salah satu cara untuk mengoptimalkan produk adalah dengan melakukan kegiatan pengabdian melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan produk baru dengan inovasi sawo yaitu dengan menjadikan sawo sebagai dodol, yang nantinya bisa dijadikan usaha rumahan berskala kecil seperti UMKM dan dapat juga menjadi peluang untuk tambahan dana desa dengan menjadi usaha milik Desa Jukong. Kegiatan ini diharapkan dapat mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan atau wawasan juga dapat menambah nilai jual dari buah sawo itu sendiri.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemasaran yang menghambat mereka mengembangkan produk yang mereka jual. Umumnya masyarakat Desa Jukong hanya menjual produknya secara langsung saja seperti menjual produk dipasar ataupun di sekitar tempat tinggal mereka saja. Oleh karena itu terdapat juga sosialisai tentang pemasaran produk secara syariah secara langsung maupun online. Pemasaran secara syariah dilakukan agar masyarakat Desa Jukong lebih menerapkan nilai-nilai islam yang baik, adil, dan jujur dalam penjualan produk mereka. Dengan adanya sosialisai ini diharapkan masyarakat Desa Jukong dapat menerapkan pemasaran secara syariah dengan baik dan dapat mengembangkan produk usaha agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian tentang edukasi dan sosialisasi pengolahan dan pemasaran buah sawo dilakukan di Balai Desa Jukong Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan pada hari Minggu, tanggal 19 Juni 2022. Pelatihan dilaksanakan pada pukul 09.00 WIB sampai selesai dengan melibatkan ibu-ibu PKK Desa Jukong, Kecamatan Labang. Ibu-ibu PKK dipilih sebagai subjek penelitian karena diharapkan dapat menerima dan mengembangkan ilmu yang diberikan untuk meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di Desa Jukong. Program pengabdian yang dijalankan bersifat kualitatif eksploratif dengan melalui tahapan berupa observasi, sosialisasi, pelaksanaan dan evaluasi (Prihapsara et al., 2021). Metode pendekatan dan prosedur kerja dalam kegiatan pengabdian ini disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Pengolahan Buah Sawo dan Pemasaran Secara Syariah Kepada Masyarakat Desa Jukong

No.	Kegiatan	Output
1.	Observasi	Melihat kondisi dan potensi akan buah sawo di Desa Jukong
2.	Sosialisasi Mengenai Pengolahan dan Pemaaran Secara Syariah Buah Sawo	Memberikan edukasi terkait bagaimana pengolahan buah sawo menjadi dodol untuk peluang usaha bagi UMKM dan BUMDES Desa Jukong serta memberikan pemahaman tentang pemasaran syariah olahan dodol dari buah sawo
3.	Introduksi Inovasi Pengolahan Buah Sawo dan Penjelasan Prosedur Pengolahan serta Sosialisasi Pemasaran Secara Syariah	Pengenalan inovasi produk olahan dodol sawo dan; bahan-bahan yang digunakan dan dibutuhkan; serta prosedur proses produksi beserta pengemasan dan pemasaran produk.
4.	Pelatihan Membuat Olahan Buah Sawo dan Pemasaran Produk	Peserta Pelatihan Mampu Melaksanakan dan Membuat Produk Olahan Dodol dan Pemasaran prosedur yang ditetapkan.



No.	Kegiatan	Output
5.	Evaluasi	Mencicipi hasil pembuatan dan olahan yang telah dibuat sebelumnya untuk menemukan kekurangan dan kelebihan dari hasil olahan tersebut. Selain itu juga melakukan pemasaran langsung terhadap produk yang telah dibuat.



Gambar 1. Bagan alur kegiatan pengabdian masyarakat berupa pengolahan buah sawo kepada masyarakat Desa Jukong

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada masyarakat Desa Jukong yaitu berupa pemberian edukasi mengenai khasiat buah sawo beserta cara kreatif untuk mengolahnya. Pelaksanaan pengabdian dilakukan sesuai dengan metode kegiatan yang telah ditentukan. Kegiatan yang diawali dengan observasi potensi Desa Jukong yang dilakukan pada bulan Mei 2022 pada saat awal program pengabdian masyarakat dilaksanakan. Pada kegiatan ini mengamati dan mencari tahu informasi mengenai salah satu potensi yang ada di Desa Jukong yang berupa buah sawo. Selain itu, juga menggali permasalahan yang ada mengenai inovasi yang dibutuhkan untuk dapat mengembangkan potensi yang ada di desa berupa produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan hasil obesrvasi diperoleh beberapa informasi tentang permasalahan yang sering ditemukan oleh masyarakat, yaitu : 1) pohon sawo tumbuh secara bebas tanpa ada pemeliharaan lebih lanjut dari masyarakat maupun pemerintah; 2) buah sawo yang siap panen hanya dijual biasa dalam bentuk buah di pasar tradisional atau pada tetangga – tetangga, dengan harga 1 keranjangnya Rp 150.000,00; 3) hasil panen ini cepat membusuk jika tidak segera diperjualbelikan; 4) masyarakat kurang informasi dan inovasi dalam pengolahan buah sawo.

Melalui hasil observasi yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang ditemukan adalah kurangnya inovasi dan pengembangan dalam pengolahan produk berbahan dasar buah sawo menjadi bentuk produk yang terbaru. Selain itu, kurangnya edukasi mengenai buah sawo serta peluang pasar dari sebuah produk inovasi. Dimana hal ini mengakibatkan buah sawo kurang memiliki nilai jual tinggi. Sehingga, buah

sawo hanya terbatas diperjualbelikan secara umum saja tanpa ada yang menjual produk olahan sawo yang telah terinovasi.

Berdasarkan pengidentifikasian masalah tersebut, maka penyusunan solusi yang diberikan berupa: 1) pemberian edukasi mengenai pengolahan dan pemanfaatan buah sawo; 2) memberikan pelatihan tentang cara mengolah produk diversifikasi berbahan dasar buah sawo menjadi produk inovasi yang bernilai jual tinggi; 3) memberikan pengetahuan mengenai cara pelabelan dan pengemasan produk; dan 4) penyuluhan mengenai pemasaran secara syariah mengenai produk inovasi berbahan dasar buah sawo ini.

Tahapan kedua berupa sosialisasi mengenai pelatihan pengolahan dan pemanfaatan buah sawo sebagai dodol sawo yang dilakukan pada Juni 2022. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh ibu – ibu kader Desa Jukong yang berjumlah 20 orang dari jumlah semuanya sebanyak 35 orang. Pada tahap ini merupakan langkah awal dari memberikan pemahaman yang baik tentang pengolahan pasca panen serta inovasi produk. Materi yang disampaikan membahas secara sekilas tentang buah sawo, manfaat serta khasiat dari buah sawo, kemudian menjelaskan mengenai potensi Desa Jukong berupa buah sawo yang berlokasi di setiap jalan selalu ada pohon sawo di Desa Jukong, penjelasan mengenai sistem diversifikasi produk pada buah sawo serta peluang usaha dalam mengembangkan keanekaragaman Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Jukong.



Gambar 2. Pemberian sosialisasi mengenai pengolahan dan pemanfaatan buah sawo

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan edukasi mengenai pemahaman tentang manfaat dan khasiat buah sawo secara mendalam serta peluang usahanya. Selain itu, juga untuk mengedepankan mindset masyarakat mengenai potensi buah sawo sebagai produk inovasi yang mampu berdaya saing. Sehingga masyarakat tidak lagi menganggap buah sawo hanya dapat di makan biasa. Selain itu, melalui edukasi yang diberikan bertujuan untuk dapat memberikan inspirasi kepada masyarakat dalam berkreasi dan memanfaatkan secara intensif buah sawo.

Selain sosialisasi dilakukan, dilanjutkan dengan tahapan pengabdian ketiga yaitu introduksi atau pengenalan inovasi pengolahan buah jeruk dan menjelaskan mengenai prosedur pengolahan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara salah satu penanggung jawab dalam program kerja ini mengenalkan inovasi produk olahan dodol sawo, serta memberikan percontohan mengenai prosedur proses produksi pengemasan. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan pengetahuan mengenai mengolah bahan baku yang seringkali dianggap sebelah mata dan masih jarang ditemui menjadi sebuah produk inovasi yang memiliki nilai jual ekonomis.



Gambar 3. Introduksi inovasi pengolahan buah jeruk dan penjelasan prosedur pengolahan

Kegiatan intoduksi dilaksanakan pula dengan mengenalkan bahan – bahan dan alat – alat yang dibutuhkan dalam proses pengolahan dodol sawo. Selain itu, disiapkan pula kemasan dan contoh label produk yang telah dipasang. Adapun bahan – bahan yang diperlukan untuk membuat dodol sawo terdiri dari buah sawo yang sudah matang sebagai bahan baku utama, santan, tepung ketan. Tepung beras, gula pasir dan gula jawa, garam, vanili, jahe, serta daun pandan. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan yang meliputi: 1) buah sawo yang sudah matang dikupas, dicuci, kemudian haluskan; 2) kemudian sawo yang telah halus tersebut dicampurkan dengan santan kelapa asli dalam wajan tanpa api; 3) selanjutnya campurkan gula pasir, gula jawa, garam, tepung ketan dan tepung beras ke dalam sawo serta santan tadi. Jangan lupa untuk diaduk sampai rata sampai tidak ada gumpalan, aduk rata dalam wajan tanpa api; 4) lalu setelah semua tercampur rata, taruh wajan diatas api sedang terus aduk sampai mengental, jangan lupa untuk memasukkan vanili, daun pandan serta jahe ke dalam adonan. Terus diaduk sampai matang. Dikatakan sudah matang apabila adonan sudah tingkat lengket dan mengeluarkan minyak; 5) terakhir adalah proses pengemasan produk. Setelah matang adonan dituang di wadah yang telah terlapisi oleh daun pisang, dan tunggu sampai agak dingin. Setelah itu, potong dodol sawo sesuai takaran kemudian taruh dalam plastik, gulung seperti membuat permen. Kemudian, setelah berbentuk memanjang seperti permen, dodol sawo tersebut dimasukkan kedalam standing pouch yang telah diberi label.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan olahan dodol sawo

Para ibu – ibu kader melakukan pelatihan sesuai dengan prosedur yang telah dicontohkan sebelumnya. Meskipun pelaksanaan terbilang cukup baik, namun tim pengabdian masyarakat bertugas selalu mengarahkan dan membina secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan agar proses pengolahan tersebut sesuai dengan persyaratan produk sehingga produk yang dihasilkan

stabilitasnya baik. Karena pelatihan ini bertujuan agar peserta mampu mengolah dengan sistem diversifikasi sesuai dengan tahapan atau prosedur yang telah ditetapkan.



Gambar 5. Hasil akhir produk dodol sawo

Setelah pelatihan, adapun tahapan selanjutnya dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa evaluasi yang dilakukan dengan mencicipi hasil akhir produk yang telah dibuat. Pencicipan dilakukan oleh masing – masing kelompok pelatihan untuk merasakan rasa dari hasil olahan produk tersebut. Melalui tahapan ini dapat ditemukan kekurangan maupun kelebihan dari hasil olahan pada dodol sawo. Dengan penemuan faktor tersebut dapat pula menemukan solusi maupun saran atas kekurangan maupun kelebihan produk yang dihasilkan sehingga dapat menemukan hasil akhir produk yang diharapkan.

Adapun produk yang telah dihasilkan melalui program kegiatan pelatihan ini dapat dijadikan sebagai pengembangan produk inovasi yang nantinya dapat dipraktekkan oleh masing – masing masyarakat. Dimana kedepannya dapat digunakan sebagai produk khas Desa Jukong yang dapat dijual dan dipasarkan oleh masyarakat. Hal tersebut didukung karena sebagian masyarakat sudah dapat memahami dan menjalankan setiap prosedur pengolahan dan pemanfaatan buah sawo menjadi olahan produk khas dengan baik. Selain itu, produk ini jika dikembangkan dan menjadi suatu usaha, dapat menjadi ciri khas tersendiri bagi UMKM Desa Jukong. Sehingga nantinya masyarakat mampu untuk mengembangkan dan menambah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Jukong menjadi beranekaragam.

Dalam pemasaran yang digunakan untuk pengembangan produk yaitu pemasaran syariah. Strategi pemasaran syariah tidak lain merupakan strategi bisnis syariah yang mengarah pada proses penawaran, penciptaan terhadap stakeholder sebagai satu inisiator berprinsip Al-Qur'an dan Al-Hadits menggunakan akad yang baik (Nurcholifah, 2014). Menyusun strategi Bauran pemasaran syariah (marketing mix) merupakan suatu keharusan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya. Secara konsep, Marketing mix syariah sama dengan konsep marketing mix yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran barat, seperti Philip kotler, tetapi ada perbedaannya, yaitu didalam marketing mix syariah terdapat nilai-nilai keislaman yang diajarkan oleh nabi melalui hadist dan kitab suci Al-Quran. Didalam bauran pemasaran syariah terdapat variabel-variabel yang saling berkaitan dan saling mendukung. Variabel-variabel tersebut adalah price (harga), product (produk), place (tempat), promotion (promosi).

1. Strategi produk/ product

Produk sawo myang telah diinovasi menjadi dodol sawo merupakan produk yang halal, baik dari segi bahan baku maupun cara mendapatkannya. Selain memberi rasa yang enak, perlu juga memberi kemasan yang bagus, sehingga dapat menarik konsumen/pembeli

2. Strategi harga / price

Dalam hal ini, dalam menentukan harga menurut konsep islam yakni dalam menentukan harga tidak boleh merugikan pebisnis lain dan tidak boleh mengambil keuntungan terlalu besar. Dalam menentukan harga jualnya bumdes panti menjual produk dodol sawo seharga Rp 8000 perbungkusnya, yang didalmnya terdapat 5 buah dodol. Harga jual produk telah sesuai dengan modal dan keunutngan yang akan di diapatkan



3. Strategi promosi/promotion.

Promosi yang bisa dilakukan oleh yaitu bisa dengan promosi melalui *e-commerce/online* yang telah dibuat untuk BUMDES dan bisa juga menjual secara langsung melalui toko-toko sekitar Desa Jukong. Dengan promosi tersebut diharapkan nantinya akan membantu perekonomian masyarakat maupun Desa Jukong

4. Strategi tempat /place.

Yang dimaksud strategi penentuan tempat disini adalah strategi dalam menempatkan produk ke tempat-tempat yang mudah dijangkau oleh target konsumen. Seperti toko-toko makanan maupun warung kecil.



Gambar 5. Edukasi pemasaran syariah online

Para ibu-ibu kader melakukan edukasi bagaimana menerapkan pemasaran syariah online yang benar dengan prosedur yang telah dicontohkan sebelumnya. Dalam pemasaran syariah online juga harus menerapkan etika pemasaran syariah yang benar, salah satunya seperti bersikap jujur. Maksud dari jujur yaitu Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong dan harus menjelaskan ciri perdagangannya itu; dan tidak halal seseorang yang mengetahuinya, melainkan dia harus menjelaskannya. Dalam hal pelayanan yang di berikan kepada konsumen pada saat melakukan pembelian produk atau jasa yang kita tawarkan harus sesuai syari'ah. Tabligh (komunikatif), artinya komunikatif, argumentative dan menyampaikannya dengan benar kualitas dan manfaat produk dengan tutur kata yang baik.

Dalam hal ini diharapkan masyarakat Desa Jukong dalam menerapkan pemasaran syariah dengan baik dan benar sesuai dengan ajaran atau nilai-nilai Islam. Dan juga diharapkan dengan adanya edukasi pemasaran ini dapat menambah ilmu serta wawasan bagi masyarakat Desa Jukong dan dapat meningkatkan perekonomian atau nambah pengembangan perekonomian masyarakat dan BUMDES di Desa Jukong

4. Kesimpulan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat terlaksana dengan baik yang diawali dengan kegiatan observasi desa untuk mengetahui dan menemukan potensi desa yang dapat dikembangkan serta permasalahan yang ditemukan. Kegiatan ini dilaksanakan dari awal bulan Mei 2022 di mana itu awal program pengabdian masyarakat berlangsung. Potensi desa yang diobservasi adalah buah sawo yang berlokasi di setiap jalan yang ada di Desa Jukong. Tahapan kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan kegiatan sosialisasi, introduksi, pelatihan, sampai dengan evaluasi. Pada serangkaian program ini partisipan diberikan pengetahuan serta pelatihan mengenai prosedur pengolahan dan pemanfaatan buah sawo sampai strategi dan peluang usaha yang dapat tercipta dan menjelaskan atau mengedukasi masyarakat bagaimana cara pemasaran syariah yang baik. Selain itu, melalui edukasi ini dapat meningkatkan nilai guna serta nilai jual buah sawo. Melalui adanya peningkatan ini diharapkan dapat memberikan

inovasi kepada masyarakat untuk mengolah produk terbaru sehingga dapat melakukan pemasaran syariah untuk mengembangkan UMKM Desa Jukong.

Berdasarkan informasi tersebut dapat menambah peningkatan perekonomian masyarakat Desa Jukong. Hasil perekonomian dapat dicapai dengan cara melakukan pengolahan inovasi pada sebuah produk dan pemasaran syariah dengan baik. Oleh karena itu, masyarakat semestinya sudah dapat memosisikan dirinya untuk membantu supaya peningkatan perekonomian yang dilakukan pada peninovasian produk pada buah sawo berjalan dengan baik dengan cara tidak menjadi beban atau kendala bagi masyarakat Desa Jukong dan dapat menerapkan pemasaran syariah dengan benar

Referensi

1. Saefullah, Encep. Inovasi dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo pada Masa Pandemi COVID-19 dengan Optimalisasi Media Pemasaran dan Alat Produksi. RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2021. Vol 2 No 2. 291-299
2. Zubaedah, Putri Amalia; Harsela, Chiska Nova. Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Penjualan. Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi dan Kewirausahaan. 2021. Vol 12 No 3. 91-97
3. Wantini Cicil; Hlida, Uly Mabruroh. Strategi Manajemen Pemasaran Syariah dalam Mekanisme Jual Beli Online. PERISA: Islamic Banking and Finance Journal. 2022. Vol 6 No 1. 17-29
4. Izzalqurny, Tomy Rizky; Ilmia Ainun; & Mufidah Amiqotul. Pemanfaatan dan Pengolahan Potensi Buah Jeruk untuk Pengembangan Produk UMKM Desa Gunting Kecamatan Sukorejo. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2022. Vol 4 No 1. 67-77
5. Juliprijanto Whinarko. Potensi Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). 2020. Vol 5 No 1. 97-117
6. Halim Abdul. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. GROWTH: Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan. 2020. Vol 1 No 2. 157-172
7. Damayanti Roshalina; Rompis, Adrian Izaak. Penguatan Peran UMKM Melalui Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan. Journal Magistrorum Et Scholarum. 2021. Vol 01 No 3. 379-390
8. Izzudin Ahmad; Santoso Budi; & Moulinda Thasya. Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia. 2021. Vol 7 No 1. 25-33
9. Fathoni, Muhammad Anwar. Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam. Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah. 2018. Vol 9 No 1. 128-145
10. Jupri Ahmad; Prasedya, Eka S. Pengembangan Potensi Usaha Buah – Buah menjadi Aneka Makanan dan Minuman Segar dan Sehat sebagai Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi Masyarakat Lingkungan Pasar Buah Bertais di Era New Normal. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA. 2021. Vol 4 No 1. 253-256
11. Anggraeni, Feni Dwi; Hardjanto Imam; & Hayat Ainul. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. Jurnal Administrasi Publik. 2021. Vol 1 No 6. 1286-1295
12. Basrowi; Ronaldo Reza. Analysis of Sharia Marketing Constraints in Indonesia. SHARE Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam. 2019. Vol 8 No 2. 207-237
13. Saputra Endra; Inayati, Nur Isna; & Hartikasari, Annisa Ilma. Pengembangan UMKM Berbasis Inovasi Produk dan E-Commerce di Desa Wangon Banyumas. Sangkabira. 2021. Vol 1 No 2. 72-77
14. Suranny, Lilyk Eka. Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan di Kabupaten Wonogiri. Jurnal Litbang Sukowati. 2021. Vol 5 No 1. 49-62
15. Yuliana Eva; Lisaa; & Subkhi Nur. Pemanfaatan Buah Sawo (Manilkara Zapota) untuk Menghasilkan Keripik dan Sirup di Desa Pawidean. Universitas Wiralodra. 2021. Vol 3 No 1. 53-60

