

## **Inovasi Berkelanjutan Dalam Capacity Building Socio-Eco Entrepreneurship Di Poklahsar Kembar Jaya Seafood Kabupaten Malang**

**Anthon Efani\*<sup>1</sup>, Asfi Manzilati<sup>2</sup>, Abdul Hakim<sup>3</sup>, Dhira Khurniawan Saputra<sup>4</sup>, Reny Tiarantika<sup>5</sup>, Dian Farisa<sup>5</sup>, Jaka Suryatama<sup>5</sup>, Nur Aini Wahyuningsih<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya

<sup>2</sup>Departemen Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

<sup>3</sup>Departement Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya

<sup>4</sup>Departemen Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya

<sup>5</sup>Program Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya

\*email: [anthonefani@ub.ac.id](mailto:anthonefani@ub.ac.id)

+628125258888

### **Abstrak**

Kabupaten Malang memiliki potensi besar dalam sektor perikanan, khususnya budidaya dan pengolahan produk. Untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan penguatan kapasitas pelaku usaha lokal dan penerapan socio-eco entrepreneurship yang berkelanjutan, guna meningkatkan daya saing di pasar regional maupun internasional. Pemberdayaan ini juga penting untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood, UMKM yang bergerak di bidang perikanan di Kabupaten Malang, menghadapi tantangan seperti fluktuasi lingkungan, persaingan pasar, dan kebutuhan peningkatan kapasitas dalam manajemen, teknologi, serta pemasaran. Melalui program pengabdian dengan pendekatan "Continuous Infinity Entrepreneurship", yang berfokus pada kewirausahaan berbasis sosial-ekologi berkelanjutan, diupayakan penguatan kapasitas usaha. Program ini mencakup pelatihan dalam branding, pemasaran digital, dan e-commerce. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas manajerial, pemasaran, dan teknologi di POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood. Pelatihan branding dan pemasaran digital berhasil memperkuat citra produk dan daya saing, sementara penggunaan e-commerce membuka peluang pasar baru. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan daya saing POKLAHSAR, menciptakan peluang baru, dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan terhadap perekonomian masyarakat lokal, sekaligus mendorong praktik kewirausahaan yang lebih berkelanjutan.

**Kata kunci:** Keberlanjutan; Kewiraswastaan; Peningkatan Kapasitas; SDGs

### **Abstract**

*Malang Regency holds great potential in the fisheries sector, particularly in aquaculture and seafood processing. To fully capitalize on this potential,*

*strengthening the capacity of local entrepreneurs and implementing sustainable socio-eco entrepreneurship are essential to enhancing competitiveness in both regional and international markets. This empowerment is also crucial for improving the social and economic welfare of the community. POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood, a small and medium enterprise (SME) operating in the fisheries sector in Malang Regency, faces challenges such as environmental fluctuations, market competition, and the need to improve capacities in management, technology, and marketing. Through a community service program applying the "Continuous Infinity Entrepreneurship" approach, which focuses on sustainable socio-ecological entrepreneurship, efforts are made to strengthen business capacity. This program includes training in branding, digital marketing, and e-commerce. The results of the program show significant improvements in managerial capacity, marketing, and technology at POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood. The branding and digital marketing training successfully enhanced product image and competitiveness, while the use of e-commerce opened new market opportunities. Overall, the program has succeeded in boosting the competitiveness of POKLAHSAR, creating new opportunities, and delivering sustainable positive impacts on the local economy, while also promoting more sustainable entrepreneurial practices.*

**Keyword:** *Entrepreneurship; SDGs; Capacity Building; Continuous*

---

DOI: <https://doi.org/10.52188/psnpm.v4i-959>

©2024 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



## PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood, sebuah kelompok pengolah dan pemasar produk perikanan yang berlokasi di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Wilayah ini memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor perikanan, khususnya budidaya dan pengolahan seafood. Secara geografis, Kabupaten Malang dikelilingi oleh sumber daya laut yang melimpah, menjadikannya salah satu pusat produksi perikanan di daerah tersebut. Namun, meskipun potensi sumber daya alamnya tinggi, pengelolaan usaha perikanan di kawasan ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pengelolaan bisnis dan pemasaran produk yang efektif.

Secara fisik, wilayah pesisir Kabupaten Malang rawan terhadap fluktuasi lingkungan, seperti perubahan iklim yang berdampak langsung pada ketersediaan sumber daya perikanan. Di sisi sosial dan ekonomi, mayoritas penduduk di daerah pesisir bergantung pada sektor perikanan sebagai sumber penghidupan utama (Ramlah dkk., 2022). Namun, mereka masih terkendala oleh keterbatasan akses teknologi modern, kapasitas manajemen yang lemah, dan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang inovatif (Alifa dan Rahmadian, 2024). Keterbatasan ini memperburuk daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif, baik di tingkat lokal maupun nasional.

POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood sebagai salah satu kelompok usaha yang bergerak di sektor pengolahan hasil laut menghadapi masalah-masalah serupa. Tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya penerapan teknologi modern dalam pengolahan hasil laut, kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran (Kholik dan Rahmi, 2023), serta manajemen usaha yang belum optimal. Di sisi lain, terdapat peluang besar yang bisa dimanfaatkan, terutama dengan meningkatnya permintaan terhadap produk seafood berkualitas di pasar

regional dan internasional, serta tren konsumen yang semakin peduli terhadap produk ramah lingkungan.

Kegiatan pengabdian ini hadir untuk memberikan solusi konkret melalui pengembangan kewirausahaan berbasis sosial dan ekologi (*socio-eco entrepreneurship*). Pendekatan ini dirancang untuk memperkuat kapasitas para pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka secara berkelanjutan (Latifah dan Abdullah, 2024), dengan fokus pada penguatan manajemen, peningkatan teknologi pengolahan, serta pengembangan strategi pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan penerapan teknologi pengolahan hasil laut yang lebih modern dan efisien, serta mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif guna meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Melalui pendekatan *socio-eco entrepreneurship*, pengabdian ini juga bertujuan memperkuat praktik kewirausahaan yang berkelanjutan, berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pelestarian lingkungan. Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood mampu mengatasi kendala yang dihadapi, memanfaatkan potensi wilayah dengan lebih optimal, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat pesisir melalui pengelolaan usaha yang lebih modern dan berkelanjutan.

## **METODE**

Pengabdian dilaksanakan pada Kabupaten Malang Selatan dengan Mitra PKHLASKAR Kembar Jaya Seafood pada bulan September 2024. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan pendekatan *Participatory Action Learning System (PALS)* melibatkan beberapa tahapan dan teknik yang melibatkan partisipasi aktif dari semua pihak terkait. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan:

- a. **Identifikasi Masalah dan Kebutuhan:** Tahap awal adalah mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang dihadapi oleh mitra serta pihak-pihak terkait lainnya dalam pengembangan kewirausahaan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan melalui diskusi bersama, wawancara, dan survei.
- b. **Perencanaan Kolaboratif:** Setelah masalah dan kebutuhan teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah merencanakan kegiatan pengabdian secara kolaboratif. Pihak-pihak yang terlibat akan berdiskusi untuk merumuskan tujuan, strategi, dan rencana kerja yang akan dilaksanakan.
- c. **Pelaksanaan Kegiatan:** Kegiatan pengabdian dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disepakati. Ini bisa mencakup serangkaian pelatihan, workshop, diskusi kelompok, dan sesi konsultasi yang difasilitasi oleh tim pengabdian.
- d. **Pemantauan dan Evaluasi Berkelanjutan:** Selama pelaksanaan kegiatan, dilakukan pemantauan dan evaluasi berkelanjutan untuk mengukur kemajuan dan efektivitas program. Ini melibatkan pengumpulan data, analisis, dan refleksi bersama untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian berjalan sesuai dengan rencana.
- e. **Pemberdayaan dan Pembelajaran Berkelanjutan:** Melalui pendekatan *PALS*, pihak-pihak terlibat didorong untuk aktif belajar dan berpartisipasi dalam proses pengabdian. Mereka didorong untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik sehingga dapat memperkuat kapasitas dan keterampilan mereka dalam menerapkan konsep kewirausahaan berkelanjutan.
- f. **Penyebaran Hasil dan Pembelajaran:** Hasil-hasil dari kegiatan pengabdian dan pembelajaran yang didapat disebarkan kepada pihak-pihak terkait lainnya, baik secara lokal maupun luas. Ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan seminar, penyusunan laporan, dan publikasi artikel ilmiah atau berita.

Melalui pendekatan *PALS*, pengabdian ini lebih berorientasi pada partisipasi aktif, pemberdayaan, dan pembelajaran berkelanjutan, sehingga dapat menciptakan dampak yang lebih signifikan dalam pengembangan kewirausahaan berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat**

Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan September 2024 dengan diskusi ringan bersama mitra POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi saat melakukan kegiatan kewirausahaan Produk Perikanan di Kawasan Pantai Bajul Mati Kabupaten Malang Selatan. Diskusi dilakukan dua arah antara mitra dan tim pengabdian untuk mengetahui permasalahan yang dialami secara langsung sehingga dapat dirumuskan perencanaan kolaboratif yang menjadi acuan kebutuhan materi terkait pengabdian masyarakat untuk keberlanjutan usaha perikanan.

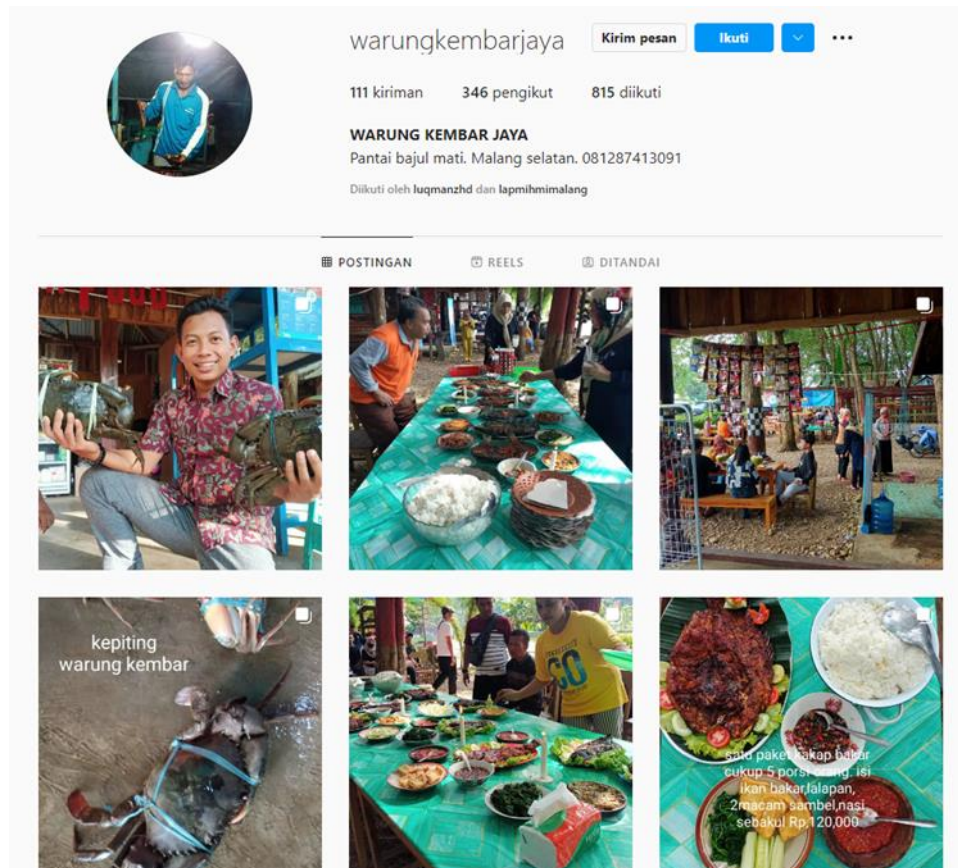


**Gambar 1.** Diskusi identifikasi masalah dengan anggota POKHLASKAR Kembar Jaya Seafood

Hasil Perencanaan kolaboratif yang dikembangkan dari upaya penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh mitra dikemas dan diimplementasikan dalam bentuk kegiatan penyuluhan dan pelatihan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood sehingga dapat mewujudkan usaha perikanan yang berkelanjutan. Penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan antara lain adalah:

#### **a. Penyuluhan Tentang Branding dan Pemasaran Digital**

POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dengan meningkatnya produsen seafood serupa. Untuk mengatasi tantangan ini, mereka mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif. Pelatihan tentang branding dan pemasaran digital diberikan kepada anggota POKLAHSAR untuk meningkatkan daya tarik produk melalui media sosial. Mereka belajar tentang pentingnya estetika kemasan, nilai cerita produk, dan relevansi keberlanjutan dalam promosi (Pascucci, Savelli, and Gistri 2023). Tujuan dari upaya ini adalah membantu POKLAHSAR menembus pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional. Selain itu, POKLAHSAR didorong untuk memanfaatkan platform e-commerce guna memperluas jangkauan konsumen. Anggota diperkenalkan dengan berbagai platform digital seperti marketplace dan media sosial yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Kristia and Harti 2021). Langkah ini memberikan peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Pemasaran digital juga memungkinkan interaksi lebih dekat dengan konsumen, yang bisa meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan strategi pemasaran digital yang kuat, POKLAHSAR diharapkan dapat mengatasi tantangan persaingan.



**Gambar 2.** Instagram Kembar Jaya Seafood

POKLAHSAR juga memanfaatkan promosi tradisional melalui kolaborasi dengan distributor lokal. Ini dilakukan untuk menjangkau konsumen yang lebih suka berbelanja langsung. Kolaborasi ini memungkinkan produk Kembar Jaya Seafood dipasarkan di berbagai toko ritel dan pasar tradisional, memperluas distribusi dan memperkenalkan produk ke konsumen baru. Dengan strategi pemasaran ganda ini, baik digital maupun tradisional, POKLAHSAR memiliki peluang lebih besar untuk mencapai target pasar dan menghadapi perubahan perilaku konsumen yang dinamis (Cioppi et al. 2023).

Pelatihan pemasaran juga menekankan pentingnya analisis pasar untuk memahami kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Anggota POKLAHSAR diajarkan memantau tren pasar, seperti preferensi produk sehat dan ramah lingkungan. Informasi ini penting untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar dan memiliki daya tarik lebih tinggi. Dengan memahami kebutuhan konsumen, POKLAHSAR dapat beradaptasi cepat terhadap perubahan pasar, memberikan produk yang lebih relevan, dan mengurangi risiko kehilangan (Jílková and Králová 2021).



**Gambar 3.** Materi yang disusun oleh Tim Pengabdian

Kembar Jaya Seafood mulai membangun jaringan distribusi ke luar negeri untuk menembus pasar ekspor. Dengan memanfaatkan peluang di pasar internasional, mereka dapat meningkatkan skala bisnis dan mengurangi ketergantungan pada pasar domestic (Zaelani 2019). Strategi ekspor mencakup pemahaman regulasi internasional, pengembangan kemitraan dengan distributor asing, dan penyesuaian produk sesuai standar global. Langkah ini membuka peluang baru bagi POKLAHSAR untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing global. Dengan strategi kuat dan pelaksanaan tepat, produk Kembar Jaya Seafood diharapkan dapat diterima di pasar internasional.

Secara keseluruhan, peningkatan kemampuan pemasaran POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood membawa dampak positif bagi perkembangan usaha. Pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran tradisional memberikan keseimbangan ideal dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks (Kusnadi dkk., 2024). Dengan branding yang kuat, desain kemasan inovatif, serta strategi ekspor terarah, Kembar Jaya Seafood berada dalam posisi lebih baik untuk bersaing di pasar lokal dan internasional. Peningkatan kemampuan pemasaran ini menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha ke depannya, serta berkontribusi pada keberlanjutan bisnis jangka panjang.

#### **b. Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pengelolaan Keuangan**

POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood menghadapi kendala dalam kapasitas manajemen yang mempengaruhi pengelolaan sumber daya. Untuk mengatasi hal ini, mereka mengadakan pelatihan bisnis dan pengelolaan keuangan, meningkatkan keterampilan dalam pencatatan transaksi dan manajemen arus kas (Ratu dkk., 2023). Ini bertujuan membantu POKLAHSAR mengelola keuangan dengan efisien dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Pelatihan juga mencakup perencanaan strategis dan operasional, mengajarkan pentingnya perencanaan jangka panjang dan penyusunan rencana operasional yang efisien. Ini memungkinkan pemanfaatan sumber daya secara optimal dan meningkatkan efisiensi operasional, sehingga POKLAHSAR dapat bersaing lebih efektif di pasar.



**Gambar 4.** Kegiatan Agribisnis Keembar Jaya Seafood

Mentoring individu bagi para pemimpin kelompok diberikan untuk meningkatkan keterampilan kepemimpinan, pengambilan keputusan strategis, dan motivasi tim (Ikhsan dkk., 2024). Kepemimpinan yang kuat penting untuk mengarahkan kelompok dan memanfaatkan peluang baru. Mentoring juga meningkatkan rasa percaya diri dalam mengelola bisnis. Pelatihan manajemen juga menyentuh aspek komunikasi bisnis, mengajarkan pentingnya komunikasi efektif dengan mitra, pelanggan, dan pemasok. Keterampilan komunikasi yang baik memperkuat hubungan bisnis dan membantu negosiasi yang lebih baik, meningkatkan keuntungan bisnis dan kolaborasi tim (Mamluka dkk., 2024).

POKLAHSAR juga dilengkapi dengan perangkat lunak manajemen sederhana, membantu pengelolaan data yang lebih akurat dan efisien. Teknologi ini mendukung pencatatan inventaris, penjualan, dan keuangan, membantu pengambilan keputusan berbasis data dan respons cepat terhadap kebutuhan pasar. Keterampilan manajerial ini membantu menyusun strategi pengembangan bisnis jangka panjang, mengidentifikasi peluang baru, dan mengelola risiko bisnis. Peningkatan manajemen memberikan landasan bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, dengan kerangka kerja untuk mencapai tujuan jangka panjang.



**Gambar 5.** Pendampingan Pelatihan dan Monitoring

Keberhasilan peningkatan kapasitas manajemen memberikan dampak positif bagi seluruh anggota, meningkatkan profesionalisme dan struktur pengelolaan bisnis. Ini memberikan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dan meraih peluang baru, memungkinkan POKLAHSAR bersaing lebih efektif di pasar yang kompetitif. Secara keseluruhan, peningkatan kapasitas manajemen di POKLAHSAR Keembar Jaya Seafood adalah langkah penting dalam pengembangan usaha. Dengan manajemen yang lebih profesional, mereka dapat mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan produktivitas, dan

mengelola risiko dengan lebih baik. Pelatihan ini memberikan wawasan strategis jangka panjang untuk pertumbuhan pesat, dan keterampilan manajerial yang ditingkatkan memberikan kepercayaan diri dalam menghadapi persaingan dan memanfaatkan peluang bisnis baru. POKLAHSAR siap meraih kesuksesan lebih besar di masa depan.

## KESIMPULAN

POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood menghadapi persaingan pasar yang ketat dengan strategi pemasaran yang inovatif dan peningkatan kapasitas manajemen. Pelatihan branding dan pemasaran digital meningkatkan daya tarik produk melalui media social, sementara pemanfaatan *e-commerce* memperluas jangkauan konsumen. Fokus pada kemasan produk yang menarik dan fungsional mendukung daya saing di pasar. Strategi pemasaran ganda, baik digital maupun tradisional, memberi fleksibilitas menghadapi perubahan perilaku konsumen.

Pelatihan manajemen bisnis dan pengelolaan keuangan memperkuat kapasitas manajerial, memfasilitasi pengelolaan sumber daya yang lebih efisien. Anggota POKLAHSAR mendapatkan wawasan tentang perencanaan strategis, komunikasi bisnis, dan penggunaan teknologi manajemen untuk meningkatkan produktivitas dan pengambilan keputusan berbasis data. Mentoring bagi pemimpin kelompok memperkuat keterampilan kepemimpinan, pengambilan keputusan, dan motivasi tim. Secara keseluruhan, inisiatif ini memperkuat posisi POKLAHSAR Kembar Jaya Seafood di pasar lokal dan internasional, berkontribusi pada keberlanjutan bisnis jangka panjang. Peningkatan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi persaingan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N. R & Rahmadian, A. (2024). Menilik Kesejahteraan Nelayan Di Indonesia : Perspektif Sosial Ekonomi Terhadap Kompleksitas dan Fenomena, In Gunung Djati Conference Series, 42, 359–366.
- Cioppi, M., Curina, I., Francioni, B & Savelli, E. (2023). *Digital Transformation and Marketing: A Systematic and Thematic Literature Review. Italian Journal of Marketing*, Vol. 2023. Springer International Publishing.
- Ikhsan, M., Aprileny, I., Sakti, S. H., & Romli, M. (2024). Leadership Development Program di Perusahaan manufacture oleh SDM Solusi. *Konsienti: Community Services Journal*, 2(02), 37-46.
- Jílková, P., & Králová, P. (2021). Digital consumer behaviour and ecommerce trends during the COVID-19 crisis. *International Advances in Economic Research*, 27(1), 83-85. doi: 10.1007/s11294-021-09817-4.
- Kholik, A & Rahmi, D. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Makanan Dan Minuman Di Kelurahan Tamansari Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3 (2), 133–142. doi: 10.29313/jrieb.v3i2.2796.
- Kristia, S. E. Harti.(2021). Development of Tiktok-based promotional media to increase interest in buying DM-Seafood SME products. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Kusnadi, D.Y., Sudrajat, J., Handayani, N., Sanny, M.Y., Trimastuti, W & Noor, S. (2024). Pelatihan Pengelolaan SDM Di Era Digital Pada UMKM Binaan Di Kewilayahan Maleer Kecamatan Batununggal Kota Bandung. *Padma* 4(1), 331–42. doi: 10.56689/padma.v4i1.1398.
- Latifah, E., & Abdullah, R. (2023). Prespektif Maqashid Syariah: Peran Ekonomi Hijau Dan Biru Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals. *JISEF: Journal Of International Sharia Economics And Financial*, 2(01), 1-22. doi:



10.62668/jisef.v2i01.1128.

- Mamluka, M., Afiliya, F. D., Rosalinda, S. W., & Dutahatmaja, A. (2024). Pentingnya komunikasi efektif dalam hubungan bisnis. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(3), 131-140.
- Pascucci, F., Savelli, E., & Gistri, G. (2023). How digital technologies reshape marketing: evidence from a qualitative investigation. *Italian Journal of Marketing*, 2023(1), 27-58. doi: 10.1007/s43039-023-00063-6.
- Ramlah, S., Adimu, H. E., Asni, A., & Fekri, L. (2022). Pengembangan usaha perikanan tangkap skala kecil di Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 12(1), 1-10. doi: 10.15578/jksekp.v12i1.10573.
- Ratu, M. K., Anggraini, L. D., & Meiriasari, V. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan Pribadi Bagi Para Pelaku Umkm Di Desa Lembak. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 6727-6733. doi: <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i3.18328>.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15. doi: 10.23969/transborders.v3i1.1746.