

## STRATEGI PENGEMBANGAN INOVATIF DAN BERKELANJUTAN PADA PRODUK LOKAL UMKM DESA DASOK KECAMATAN PADEMAWU KABUPATEN PAMEKASAN

***Innovative and Sustainable Development Strategy for Local MSME Products in Dasok Village Pademawu District Pamekasan Regency***

**Rina Nur Azizah<sup>1\*</sup>**  
**M. Nur Prasetyo Adi<sup>1</sup>**  
**Zahira Tasyukurina<sup>1</sup>**  
**Nurul Aini Al-zubair<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Madura, Pamekasan

\*email:  
[rina\\_nurazizah@unira.ac.id](mailto:rina_nurazizah@unira.ac.id)

### **Abstrak**

Desa Dasok Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan memiliki beberapa macam UMKM, salah satunya yaitu UMKM Jajanan Pasar milik Ibu Muslihah. Usaha ini memproduksi produk lokal yaitu jajanan pasar. Masalah yang dihadapi oleh UMKM jajanan pasar tersebut adalah keterbatasan sumber daya, persaingan yang ketat, perubahan teknologi, dan fluktuasi pasar. Tujuan kegiatan PKM ini dilakukan adalah untuk menggali informasi secara langsung dari pelaku usaha, serta memahami tantangan yang mereka hadapi, dan selanjutnya bisa menemukan solusi yang sesuai dan relevan. Metode pelaksanaannya adalah melakukan pendampingan terhadap UMKM untuk mengembangkan inovasi baru. Berdasarkan hasil kegiatan PKM di Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan dapat disimpulkan bahwa UMKM jajanan pasar memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sekaligus melestarikan produk lokal. Kendala umum yang dihadapi oleh usaha jajanan pasar ini lebih kepada kurangnya menggunakan media sosial seperti Instagram, serta kurang penambahan inovasi penunjuk arah seperti plang atau papan nama usaha UMKM, plang nama ini sebenarnya memiliki banyak manfaat salah satunya dapat memberi petunjuk mengenai tempat produksi usaha. Upaya pengembangan UMKM juga dapat dilakukan melalui beberapa strategi, yaitu penguatan branding dan kemasan, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, serta inovasi produk dengan tetap mempertahankan ciri khas lokal.

### **Kata Kunci:**

Inovasi  
 UMKM  
 Jajanan pasar  
 Produk lokal

### **Keywords:**

Innovation  
 MSME  
 Market snacks  
 Local products

### **Abstract**

*Dasok Village, Pademawu District, Pamekasan Regency, has several types of MSMEs, one of which is the Market Snacks MSME owned by Mrs. Muslihah. This business produces local products, namely market snacks. The problems faced by the market snack MSME are limited resources, intense competition, technological changes, and market fluctuations. The purpose of this PKM activity is to gather information directly from business actors, as well as understand the challenges they face, and then be able to find appropriate and relevant solutions. The implementation method is to provide mentoring to MSMEs to develop new innovations. Based on the results of the PKM activity in Dasok Village, Pademawu District, Pamekasan Regency, it can be concluded that the market snack MSME has great potential in improving the welfare of village communities while preserving local products. The general obstacles faced by this market snack business are more related to the lack of use of social media such as Instagram, and the lack of adding innovative directions such as signs or UMKM business nameplates. This signboard actually has many benefits, one of which is to provide directions to the business's production location. Efforts to develop MSMEs can also be carried out through several strategies, namely strengthening branding and packaging, utilizing digital technology for marketing, and product innovation while maintaining local characteristics.*



© year The Authors. Published by **Penerbit Forind**. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submit: 26-01-2026

Accepted: 04-02-2026

Published: 06-02-2026

### **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara dengan potensi ekonomi yang besar dan semakin mendapat perhatian dari komunitas global. Saat ini, Indonesia bersaing di arena pasar internasional yang dikenal sebagai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang dimulai pada tahun 2015.

Banyaknya jumlah penduduk di usia produktif tidak sejalan dengan tersedianya lapangan kerja, sehingga masyarakat Indonesia berupaya keras untuk menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing guna memajukan ekonomi. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika saat ini banyak pelaku bisnis di

sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) muncul sebagai salah satu pilar utama perekonomian rakyat. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan oleh pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk memberdayakan UMKM lewat penyediaan fasilitas, pelatihan, pendampingan, serta bantuan yang memperkuat kapasitas dan daya saing mereka. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah persaingan pasar bebas sangat vital dalam mendorong kemajuan ekonomi demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Menurut (Ariyanto et al., 2021), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kategori usaha perdagangan yang dijalankan oleh perorangan atau entitas komersial dengan ukuran operasi yang tergolong kecil atau mikro. Penjelasan ini mengindikasikan bahwa UMKM mencakup bisnis dagang yang dimiliki oleh individu atau organisasi yang berskala kecil, dengan ruang lingkup operasional yang mungkin terbatas dan sederhana. Dengan kata lain, UMKM adalah bagian dari sektor usaha yang tidak sebesar korporasi besar, namun memegang peranan yang signifikan dalam perekonomian dengan karakteristik berskala kecil dan mikro dalam hal operasional dan kepemilikan (Mihani & hatauruk, 2020). UMKM memiliki peluang untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pelatihan karyawan guna mengurangi pengangguran (Abdul Halim, 2020). Pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia cukup lambat karena proses manufakturnya yang lambat dan tidak membutuhkan perhatian yang konstan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa UMKM mempertahankan peran krusialnya sebagai jaringan komunikasi nasional, Terutama bagi masyarakat umum yang membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (Pahlawi & Dharin, 2021).

Tingginya kemampuan UMKM dalam menciptakan kesempatan kerja mengindikasikan bahwa UMKM memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan

diseluruh wilayah, termasuk wilayah pedesaan. Kesempatan kerja yang diciptakan oleh UMKM ini nantinya dapat melatih masyarakat desa untuk mengasah kemampuan yang dapat menciptakan produk lokal yang memiliki daya tarik tersendiri, dan selain dapat menciptakan lapangan kerja, UMKM desa juga menjadi alat efektif untuk melestarikan warisan budaya.

Strategi Pengembangan merupakan proses yang sistematis untuk mencapai sebuah tujuan pertumbuhan dan peningkatan suatu entitas, baik itu bisnis, organisasi atau bahkan individu. Intinya Strategi Pengembangan adalah tentang membuat pilihan cerdas dan tepat ketika mengambil langkah-langkah terencana untuk mencapai pertumbuhan dan kemajuan yang diinginkan.

Desa Dasok Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan ini memiliki beberapa macam UMKM, salah satunya yaitu UMKM Jajanan Pasar milik Ibu Muslihah. Usaha ini memproduksi produk lokal yaitu jajanan pasar. Menurut Profesor Garjit, jajanan pasar adalah suatu metode memasak yang dilakukan dengan pengolahan yang dilakukan oleh masyarakat dan cara pembuatannya diwariskan secara generasi oleh penduduk setempat. Jajanan pasar ini diolah menggunakan bahan-bahan yang berasal dari lingkungan sekitar. Ini juga disebut jajanan pasar karena pada masa lalu biasa dijual di pasar tradisional. Makanan ringan yang dijual secara komersial dianggap lebih ramah lingkungan dan berkhasiat karena tidak menggunakan bahan kimia dalam proses pembuatannya. Jajanan pasar juga memiliki harga yang jauh lebih terjangkau (Sedyastuti, 2018).

Tidak hanya memainkan peran yang mendasar dalam desa, UMKM juga berperan dalam perekonomian suatu negara, karena mereka merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan produk serta layanan yang beragam. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan yang kompleks, seperti keterbatasan sumber daya, persaingan yang ketat, perubahan teknologi, dan fluktuasi pasar. Oleh karena itu, adopsi strategi inovasi

yang tepat dapat membantu UMKM beradaptasi, berkembang, dan tetap relevan di pasar yang terus berubah ini (Agustin & Rahayu, 2022).

Eksistensi UMKM jelas tidak dapat diperdebatkan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak utama dalam perekonomian, khususnya setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal kerja, kualitas Sumber Daya Manusia yang rendah, dan kurangnya penguasaan pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto & Hanim, 2002).

Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah ketidakjelasan prospek bisnis serta perencanaan, visi, dan misi yang belum matang. Hal ini disebabkan oleh sifat UMKM yang cenderung berfokus pada peningkatan pendapatan, dengan karakteristik sebagai berikut: merupakan usaha yang dimiliki oleh keluarga, menggunakan teknologi yang masih sederhana, memiliki akses permodalan yang terbatas (bankable), dan tidak adanya pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan pribadi (Syardiansah, 2019).

Adapun permasalahan yang dialami oleh usaha UMKM jajanan pasar di Desa Dasok Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan ini kebanyakan dari Sumber Daya Manusia nya, misalnya dari segi pesaingan, pesaingan dalam usaha UMKM ini merupakan kondisi dimana beberapa pelaku usaha bersaing untuk menarik pelanggan dan mencapai tujuan bisnis yang sama.

## METODE PELAKSANAAN

### Metode Pendekatan Permasalahan

Untuk menangani isu yang dialami oleh pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah dalam bidang jajanan pasar, diperlukan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, perilaku, dan pengalaman masyarakat dengan menggunakan data yang tidak berbentuk angka. UMKM yang berada di Desa Dasok,

tujuan dari metode ini adalah untuk menggali informasi secara langsung dari pelaku usaha, memahami tantangan yang mereka hadapi, dan selanjutnya bisa menemukan solusi yang sesuai dan relevan dengan kondisi desa (Habibi N. S et al., 2022).

Dalam pendekatan ini dapat dimulai dengan mengusulkan atau memberikan ide dan inovasi baru mengenai pengembangan produk lokal yang nantinya dapat memberikan sentuhan dan perubahan baru pada suatu produk seta dapat menjadikan produk tersebut lebih baik dan bisa menjadi lebih menarik dari sebelumnya. Disamping itu ketika ingin memberikan sebuah inovasi baru perlunya pendampingan dan persetujuan dari pemilik UMKM agar nantinya pengembangan inovasi yang akan dilakukan dapat berjalan dengan sempurna dan dapat sesuai dengan keinginan (Dermawan et al., 2024).

### Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan PKM pada kelompok UMKM Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan melalui seluruh program kegiatan yang sudah disepakati bersama. Jalannya program telah melalui tahapan diskusi dan sosialisasi sehingga Mitra memiliki ketertarikan yang baik terhadap pelaksanaan program, bersifat proaktif dan membantu kelancaran setiap proses atau kegiatan selama program berlangsung.

Setelah itu perlunya menyusun kegiatan lanjutan yang nantinya berguna dalam memajukan usaha UMKM yang dijalankan misalnya seperti melakukan Workshop Inovasi Produk, maksudnya yaitu membantu UMKM mengembangkan sebuah varian produk baru yang mengikuti tren pasar. Ketika observasi berlangsung tidak lupa diselingi oleh wawancara mengenai *tips and trick* mengolah produk agar dapat disimpan sedikit lebih lama dan lain sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan inovatif pada UMKM Jaya di Desa Dasok diimplementasikan melalui pendekatan *Product Value Enhancement*. Secara teoretis, inovasi bukan hanya terbatas pada penciptaan produk baru, melainkan juga mencakup pembaruan pada proses dan cara pemasaran Schumpeter dalam (Drucker, 2024).

Tujuan utama pendirian suatu usaha adalah untuk meraih profit agar bisnis tersebut dapat bertahan. Profit yang berkelanjutan diperoleh melalui peningkatan daya saing dan penjualan yang lebih tinggi. Dalam menghadapi kompetisi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan pendekatan yang terintegrasi yang mampu merespons efek dari berbagai kejadian dan berinovasi untuk menjaga serta memperbaiki daya saing mereka. Banyak pelaku UMKM yang tidak mampu bertahan lama dalam menjalankan usaha mereka disebabkan oleh strategi bisnis yang kurang tepat (Rahman et al., 2024).

Kegiatan PKM pada UMKM Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan dilaksanakan melalui beberapa program kegiatan yaitu :

### 1. Melakukan Penguatan Branding dan Kemasan.

Pada saat ini pelaku UMKM memang perlu menggunakan kemasan berlabel dan desain modern. Pada kemasan ini biasanya bias mencantumkan komposisi apasaja yang terkandung, tetapi unyuk jajanan pasar bisa dengan memberikan logo, logo yang dicantumkan harus di desain semenarik mungkin agar nantinya para konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

### 2. Menggunakan Pemanfaatan Teknologi Digital.

Dalam pemanfaatan teknologi digital ini para pelaku UMKM dapat menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, titok dan WhatsApp Business gunanya untuk membantu UMKM menjangkau konsumen yang ada diluar daerah.

### 3. Menciptakan Inovasi Produk dengan Sentuhan Modern.

Pelaku UMKM perlu melakukan pengembangan mengenai variasi produk tanpa menghilangkan ciri khas lokal yang sebelumnya telah dimiliki. Contohnya dengan memodifikasi kue cucur yang biasanya berwarna coklat dan terbuat dari gula merah di modifikasi menjadi warna hijau dengan tambahan warna hijau yang terbuat dari daun pandan atau pasta pandan.

Selain dari ketiga strategi tersebut pelaku UMKM juga perlu mendirikan Plang UMKM, Plang UMKM merupakan papan nama yang digunakan sebagai identitas visual untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Plang ini berfungsi untuk memberikan informasi mengenai alamat lokasi usaha, nama usaha, serta menu yang tersedia. Pada UMKM jajanan pasar ini kami mengusulkan untuk membuatkan Plang yang nantinya diletakkan di pinggir jalan raya serta dalam plang tersebut berisikan nama pemilik usaha dan beberapa menu yang tersedia. Dari pihak UMKM jajanan pasar menyetujui usulan yang diberikan oleh team PKM, setelah itu team PKM merancang dan membuat plang sekaligus memasangkan plang yang telah dibuat.

Strategi pengembangan yang diterapkan pada UMKM Jaya sejalan dengan teori Penciptaan Nilai (*Value Creation*), di mana inovasi produk tidak hanya berfokus pada kualitas rasa, tetapi juga pada nilai estetika dan kepercayaan konsumen melalui kemasan (Kotler & Keller, 2016). Inovasi ini menjadi krusial karena Desa Dasok memiliki potensi bahan baku lokal yang melimpah, namun seringkali terhambat oleh masalah daya saing pasar akibat pengemasan yang kurang profesional.

Dari perspektif keberlanjutan (*sustainability*), strategi yang digunakan mengadopsi konsep *Triple Bottom Line* (*Planet, People, Profit*). Aspek berikutnya diupayakan melalui edukasi penggunaan bahan baku efisien dan penggunaan potensi lokal yang tersedia. Aspek People tercermin pada peningkatan kapasitas SDM lokal dalam

mengelola konten digital secara mandiri. Sementara itu, aspek Profit diakselerasi melalui perluasan akses pasar digital yang mengurangi ketergantungan pada rantai distribusi konvensional yang panjang.

Keberhasilan program ini mengonfirmasi bahwa sinergi antara kearifan lokal Desa Dasok dengan inovasi manajemen modern dapat menciptakan ketahanan ekonomi bagi UMKM. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian terdahulu (Sudirman & Chandra, 2022) digitalisasi bagi UMKM di daerah rural bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan mendesak untuk menjaga keberlangsungan bisnis di era industri 4.0.

Dari kegiatan PKM yang dilaksanakan di Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan ini diharapkan dapat memberikan hasil yang positif, serta strategi yang diberikan juga dapat dijadikan pandangan maupun contoh bagi UMKM yang lainnya. Strategi pemberdayaan UMKM yang telah diusulkan oleh anggota PKM seperti pemasangan plang untuk usaha jajanan pasar ini diharapkan dapat terjaga dan menjadi pentunjuk arah bagi para konsumen.

## RENCANA TINDAK LANJUT

Rencana tindak lanjut bagi UMKM Lokal Jaya disusun berdasarkan prinsip kemandirian dan perluasan jangkauan pasar. Langkah pertama yang menjadi prioritas adalah pendampingan sertifikasi dan legalitas tingkat lanjut. Meskipun Nomor Induk Berusaha (NIB) telah diurus, keberlanjutan produk pangan di Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan sangat bergantung pada perolehan sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Sertifikasi Halal. Hal ini krusial untuk menembus pasar ritel modern di Kabupaten Pamekasan dan membangun kepercayaan konsumen skala nasional. Sejalan dengan teori Resource-Based View (Barney, 2021), legalitas merupakan aset tak berwujud yang memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang bagi UMKM pedesaan.

Selanjutnya, strategi keberlanjutan akan difokuskan pada konsistensi konten dan manajemen komunitas digital. Tim pengabdian merencanakan pembentukan "Relawan Digital Desa" yang terdiri dari pemuda lokal Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan untuk membantu UMKM Lokal Jaya dalam memproduksi konten kreatif secara berkala. Hal ini bertujuan agar digital presence yang telah dibangun tidak mengalami stagnasi. Selain itu, pengembangan variasi produk (*line extension*) berbasis bahan baku lokal unggulan Pamekasan akan terus dieksplorasi guna menghindari kejemuhan pasar.

Terakhir, integrasi dengan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Dasok akan diperkuat untuk menciptakan ekosistem distribusi lokal. Dengan menjadikan BUMDes sebagai hub pemasaran, produk Lokal Jaya dapat dipasarkan secara kolektif bersama produk unggulan desa lainnya di Kecamatan Pademawu. Sinergi ini diharapkan dapat menciptakan rantai nilai yang tangguh, di mana inovasi kemasan dan pemasaran digital yang telah diinisiasi dapat diduplikasi oleh pelaku usaha lain di Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan menciptakan efek domino kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM di Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan dapat disimpulkan bahwa UMKM jajanan pasar memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sekaligus melestarikan budaya lokal. Kendala umum yang dihadapi oleh usaha jajanan pasar ini lebih kepada kurangnya menggunakan media sosial seperti Instagram, serta kurang penambahan inovasi penunjuk arah seperti plang atau papan nama usaha UMKM, plang nama ini sebenarnya memiliki banyak manfaat salah satunya dapat memberi petunjuk mengenai tempat produksi usaha. Upaya pengembangan UMKM juga dapat dilakukan melalui beberapa strategi,

yaitu penguatan branding dan kemasan, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, serta inovasi produk dengan tetap mempertahankan ciri khas lokal. Selain itu, dukungan dalam bentuk pendampingan, workshop, dan penyediaan sarana promosi seperti plang usaha juga sangat membantu memperkuat eksistensi UMKM. Dengan penerapan strategi inovatif dan berkelanjutan, UMKM di Desa Dasok dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan ini kami sampaikan kepada Universitas Madura melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Internal Tahun 2025, serta Kepala Desa Dasok, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan yang telah memberikan ijin untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa tersebut.

## REFERENSI

- Abdul Halim. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *STIE Muhammadiyah Mamuju*, 1(2).
- Agustin, P. S., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance Terhadap Kualitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(1), 1–19.
- Ariyanto, Aris, & dkk. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi.
- Barney, J. (2021). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*.
- Dermawan, A. M., Dwisari, F., Jumadilah, R., & Tjoadri, T. N. (2024). Edukasi Bahaya Formalin, cara Identifikasi dan Upaya Penurunan Resiko Pada Produk Pangan di MAN 3 Pontianak. *FUNDAMENTAL: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(3), 91–101.
- Drucker, P. F. (2024). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge. (*Membahas dasar-dasar inovasi dalam bisnis*).
- Habibi N. S, Fitrianti R. N, Efendi J, & Kasanova R. (2022). Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di Desa Larangan Tokol Jawa Timur. . *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 6(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing dan Manajemen Tentang Branding dan Kemasan*.
- Mihani, & hatauruk, T. R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan Strategy For Development of Micro, Small and Medium Bussniness (UMKM Kitchen Etam Prosperous Samarinda in Improving Sales. *Jurnal Riset Inossa*, 2(2).
- Pahlawi, M. N., & Dharin, A. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Tangan Kiso “Jago Abadi” Di Desa Kemiri, Kabupaten Banyumas. . *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Rahman, S., Duryana, & Rahmayanti, F. (2024). Peranan UMKM Bagi Masyarakat Desa Bonto Daeng. . *Nobel Community Services Journal*, 4(2), 39–44.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. . *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sudaryanto, & Hanim, A. (2002). Evaluasi Kesiapan UMKM Menyongsong Pasar Bebas ASEAN (AFTA): Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis. *Urnal Ekonomi Akuntansi Manajemen*, 1(2).
- Sudirman, A., & Chandra, E. (2022). *Kewirausahaan Digital: Eksistensi UMKM di Era Revolusi 4.0*. PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA.
- Syardiansah, S. (2019). Peran Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68.