

Pemberdayaan UMKM Melalui Kegiatan Bazar di Kelurahan Ngronggo

^aHermawan Nur Wahiid, ^aRiska Melati, ^aAirulanang Lambang Febriansyah,
^aAdelia Meilinda Safitri, ^aNurenza Azizah, ^aZhah Rotul Nikmah, ^aAhmad Zaki
Sholahudin, ^aMuhamad Naufal Tamam Dariansa, ^aFabyo Novryal Nawawi,
^aSatya Dwi Permana Putra, ^aPutri Devita Juliana, ^aMuhammad Resandi
Sholahuddin, ^aAfrizal Ahmad Bayu P., ^aMuhamad Basori
^aUniversitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak—Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam meningkatkan perekonomian lokal, terutama di wilayah pedesaan. Namun, pelaku UMKM sering menghadapi kendala dalam aspek pemasaran dan pengembangan usaha. Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di Kelurahan Ngronggo dilaksanakan dengan tujuan memberdayakan UMKM melalui kegiatan bazar sebagai sarana promosi dan peningkatan daya saing produk lokal. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis dampak bazar terhadap perkembangan UMKM di desa tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan bazar dalam program KKN-T dapat meningkatkan eksposur produk lokal, memperluas jaringan pemasaran, serta memperkaya pemahaman pelaku usaha mengenai strategi pemasaran dan inovasi produk. Selain itu, pendampingan yang dilakukan mahasiswa KKN-T dalam aspek *branding* dan digitalisasi pemasaran berkontribusi terhadap pengembangan UMKM. Keberhasilan bazar ini didukung oleh partisipasi aktif masyarakat, kerja sama dengan pemerintah desa, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.

Kata Kunci—UMKM, pemberdayaan, bazar, KKN-T, pemasaran digital, Kelurahan Ngronggo.

Abstract—Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in enhancing the local economy, particularly in rural areas. However, MSME entrepreneurs often face challenges in marketing and business development. The Thematic Community Service Program (KKN-T) in Ngronggo Village was conducted to empower MSMEs through a bazaar event as a promotional platform and a means to increase the competitiveness of local products. This study employs a qualitative descriptive method with a case study approach to analyze the impact of the bazaar on MSME development in the village. The findings indicate that organizing a bazaar within the KKN-T program can enhance the exposure of local products, expand marketing networks, and improve entrepreneurs' understanding of marketing strategies and product innovation. Additionally, mentoring provided by KKN-T students in branding and digital marketing contributes to MSME growth. The success of this bazaar was supported by active community participation, collaboration with the local government, and the effective use of social media as a promotional tool.

Keywords—MSMEs, empowerment, bazaar, KKN-T, digital marketing, Ngronggo Village.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Hermawan Nur Wahiid,
Sistem Informasi,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: mawan6989@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) adalah program yang melibatkan mahasiswa dalam upaya pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk implementasi dari tri dharma perguruan tinggi (Syifa et al., 2021). Pada kegiatan KKN Tematik ini diharapkan menjadi forum bagi mahasiswa untuk turut berkontribusi atau memberikan solusi untuk masalah yang muncul di lingkungan masyarakat. Kegiatan KKN Tematik kelompok 33 mendapat penempatan KKN-T di wilayah Kelurahan Ngronggo. Di Kelurahan Ngronggo, salah satu program kerja KKN-T yaitu pada penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan mengadakan bazar sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

Pemerintah Indonesia mendukung perkembangan UMKM sebagai penggerak utama pembangunan berkelanjutan, dengan menitik beratkan pada peningkatan nilai tambah, perluasan akses pasar, pemberdayaan masyarakat lokal, serta pengurangan kesenjangan ekonomi (Yolanda, 2024). UMKM juga menjadi penggerak utama roda perekonomian masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja. Fenomena persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM kerap menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan strategi pemasaran, kurangnya inovasi produk, serta akses pasar yang masih terbatas. Kendala lain yang dihadapi adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pemasaran dan pengembangan usaha.

Pemberdayaan UMKM menjadi langkah strategis yang membutuhkan keterlibatan berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi. KKN-T di Kelurahan Ngronggo menginisiasi kegiatan bazar sebagai media promosi dan penguatan daya saing produk lokal. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memiliki kesempatan lebih luas untuk mengenalkan produk mereka sekaligus meningkatkan wawasan mengenai strategi pemasaran dan inovasi bisnis. Pengembangan UMKM dapat memperluas lapangan pekerjaan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

KKN Tematik 2025 kelompok 33 memiliki beberapa program kerja. Salah satu program kerja dari KKN-T kelompok 33 adalah Festival lomba mewarnai dan permainan tradisional yang didalamnya terdapat kegiatan Bazar dikhususkan untuk masyarakat UMKM wilayah Kelurahan Ngronggo. Bazar merupakan kegiatan pemasaran berbagai jenis produk kepada masyarakat luas dengan tujuan mendukung pengusaha lokal dalam mengembangkan dan memperluas usahanya di wilayah tersebut (Barts, 2023). Kegiatan bazar dapat menjadikan media pemasaran bagi para UMKM yang ada di wilayah kelurahan Ngronggo. Barang yang dijual pada kegiatan bazar ini rata-rata adalah produk khas dari masyarakat kelurahan Ngronggo.

Program-program ini dibuat dengan tujuan memberdayakan masyarakat lokal agar mampu mengelola serta mengoptimalkan potensi ekonomi mereka secara mandiri. Inisiatif ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan (Rahman et al., 2024). Fokus utama dari pemberdayaan UMKM ini adalah sebagai langkah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta mengembangkan kualitas sumber daya manusia (Arif Syahrani et al., 2023). Melalui kegiatan ini, UMKM dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat, memperluas jaringan bisnis, serta meningkatkan daya saing. Penguatan daya saing daerah bertujuan agar Kelurahan Ngronggo dapat berkompetisi dengan wilayah lain dalam sektor ekonomi, sosial, dan teknologi, sehingga dapat menarik investasi lebih besar serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Bazar UMKM juga bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memberdayakan pelaku usaha, dan menciptakan peluang kerja bagi komunitas setempat.

II. METODE

Pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Ngronggo ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan, mengevaluasi, serta merangkum berbagai kondisi dan situasi berdasarkan data yang diperoleh (Mintawati et al., 2024). Penerapan metode ini dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana kegiatan bazar di Kelurahan Ngronggo diimplementasikan dan dampak bazar terhadap perkembangan UMKM di Kelurahan Ngronggo. Penelitian ini dilakukan di NSAC (*Ngronggo Sport Art Centre*) yang tepatnya di Jl. Super Semar, Ngronggo, Kec. Kota, Kota Kediri. Subjek penelitian terdiri dari pengelola/pemilik UMKM dan pengunjung bazar/masyarakat dan mahasiswa KKN-T sebagai pelaksana program. Teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dilakukan kepada pengelola/pemilik UMKM dan Pengunjung bazar/masyarakat, observasi dilakukan melalui pengamatan langsung pada kegiatan bazar di stand UMKM dan dokumentasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar produk mereka dapat bersaing. Salah satu elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan UMKM adalah penerapan strategi *branding* yang tepat, yang berperan dalam meningkatkan eksposur dan kepercayaan konsumen terhadap produk. *Branding* yang kuat diharapkan UMKM dapat membangun identitas khas yang membedakan produk mereka dari pesaing serta meningkatkan daya tarik di pasar. *Branding*

bertujuan untuk membentuk citra dan persepsi suatu merek dalam benak serta emosi konsumen (N K et al., 2024). Pemasaran memegang peran krusial dan menjadi aktivitas utama yang harus dilakukan untuk memastikan kelangsungan suatu usaha (Yuningsih et al., 2023).

Strategi pemasaran yang tepat memungkinkan UMKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Bazar UMKM menjadi salah satu metode pemasaran yang efektif karena dapat menjangkau konsumen secara langsung serta membangun interaksi tanpa memerlukan perantara (Azizil Yudaruddin et al., 2023). Bazar juga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka secara langsung, memperoleh masukan dari konsumen, serta memperluas jaringan bisnis. Melalui kegiatan ini, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan, tetapi juga mengembangkan keterampilan dalam mengelola dan mempromosikan produk secara lebih optimal. Lebih lanjut, keberadaan UMKM yang kuat juga memungkinkan tersedianya produk dan jasa dalam negeri, sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap impor dari negara lain (Prasetyo et al., 2024). Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dari pelaksanaan bazar UMKM yang telah dilakukan.

Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan bazar UMKM menunjukkan dampak positif terhadap pemberdayaan pelaku usaha serta peningkatan pemasaran produk mereka. Bazar ini diikuti oleh 9 perwakilan pelaku UMKM dari setiap RW di Kelurahan Ngronggo. Kegiatan ini, yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM, berhasil menarik minat masyarakat dan memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara lebih efektif. Peningkatan daya saing daerah bertujuan agar Kelurahan Ngronggo mampu berkompetisi dengan wilayah lain dalam aspek ekonomi, sosial, dan teknologi, sehingga dapat menarik lebih banyak investasi serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Nasution, 2024). Dari hasil pengamatan selama kegiatan berlangsung, terdapat beberapa temuan utama sebagai berikut: (1) Peningkatan pemahaman UMKM dalam strategi pemasaran. Pelaku UMKM memperoleh wawasan baru terkait cara memanfaatkan bazar sebagai sarana promosi yang efektif. Mereka belajar bagaimana menampilkan produk secara menarik, menata produk dengan rapi agar menarik perhatian pada produk yang mereka jual. Tidak hanya itu, para pelaku UMKM melakukan interaksi langsung dengan calon pembeli, mereka menyambut dengan ramah agar mengundang pengunjung untuk mendekat; (2) Terjalinnnya komunikasi yang lebih baik antara pedagang dan konsumen. Kegiatan bazar memungkinkan pelaku UMKM untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Melalui interaksi langsung, mereka dapat memahami kebutuhan, preferensi, serta menerima masukan yang konstruktif dari konsumen, yang berguna untuk pengembangan produk di masa depan. Interaksi langsung secara ramah dengan calon pembeli, maka dapat meningkatkan daya tarik produk mereka dan akan menambah pelanggan dimasa mendatang; (3) Meningkatnya omset dan jangkauan pasar. Kegiatan Bazar

untuk pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi tambahan juga membantu memperluas pasar dan meningkatkan eksposur produk ke calon pelanggan yang lebih luas. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan media sosial untuk membuat konten tentang produk mereka dengan menarik agar memikat perhatian calon pembeli untuk datang mengunjunginya. Dengan menggunakan promosi tambahan pelaku UMKM dapat meningkatkan calon pembeli yang akan datang dan meningkatkan omset penjualan;

(4) Penguatan jiwa kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM. Kegiatan ini turut berkontribusi dalam membangun karakter wirausaha yang lebih inovatif dan kompetitif. Pelaku UMKM didorong untuk lebih kreatif dalam strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk, serta memanfaatkan peluang bisnis yang ada guna mengembangkan usahanya lebih jauh. Pelaku UMKM juga belajar dari pengalaman dalam mengikuti kegiatan bazar yang dapat menjadi bahan untuk evaluasi kedepannya dan mengembangkan produk serta meningkatkan inovasi dalam tantangan yang akan datang.

Bazar UMKM di Kelurahan Ngronggo menghadirkan berbagai produk khas lokal yang mencerminkan kekayaan kuliner daerah serta kreativitas para pelaku usaha. Beberapa produk unggulan yang dijual dalam bazar ini antara lain tahu takwa, yang memiliki cita rasa gurih khas dengan tekstur yang lembut, serta kering kentang, camilan renyah dengan perpaduan rasa manis dan pedas yang menggugah selera. Selain itu, tersedia juga rengginang ketan, yang terkenal dengan kerenyahannya, serta kacang bawang goreng, camilan tradisional yang gurih dan cocok sebagai teman bersantai. Produk kesehatan alami seperti bawang tunggal madu dan bawang hitam juga menjadi daya tarik, dikenal dengan manfaatnya dalam meningkatkan daya tahan tubuh. Tak hanya itu, bazar ini juga menawarkan berbagai olahan sehat lainnya seperti keripik bayam, yang kaya nutrisi dan memiliki rasa gurih alami, serta setup salak, minuman segar berbasis buah salak dengan cita rasa khas. Untuk pilihan minuman herbal, tersedia teh daun buah tin, yang dipercaya memiliki berbagai manfaat kesehatan. Beragam produk ini tidak hanya menarik perhatian pengunjung lokal, tetapi juga memiliki potensi besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, bazar UMKM telah membuktikan efektivitasnya sebagai wadah pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil. Kegiatan bazar yang telah dilakukan sukses menarik pengunjung dan banyak yang tertarik dengan produk-produk UMKM. Melalui dukungan strategi pemasaran yang lebih optimal serta pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat terus berkembang dan menjadi pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Kolaborasi dan dukungan dari Mahasiswa KKN Tematik kelompok 33 juga dapat memberikan dampak yang besar untuk pelaku UMKM melalui kegiatan Bazar tersebut. Kegiatan Bazar yang telah dilakukan dapat membantu para pelaku UMKM untuk memperluas bisnis mereka dan memperkenalkan produk-produk mereka di kalangan yang luas. Keberhasilan dalam kegiatan Bazar ini sangat

dipengaruhi oleh semua para pihak yang ikutserta berpartisipasi dalam memberikan dampak besar kepada pelaku UMKM sejauh ini. Berikut adalah foto dokumentasi kegiatan bazar umkm yang diselenggarakan di Kelurahan Ngronggo:



Gambar 1. Stand Bazar produk asli khas kelurahan Ngronggo



Gambar 2. Suasana Bazar UMKM



Gambar 3. Berbagai pelaku UMKM turut ikut serta

Keberlanjutan dan pengembangan UMKM setelah mengikuti kegiatan bazar, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing mereka. Berdasarkan hasil observasi sebelumnya, pelaku UMKM telah mendapatkan manfaat dalam hal peningkatan pemahaman strategi pemasaran, interaksi langsung dengan konsumen, serta pemanfaatan media sosial untuk promosi. Namun, masih diperlukan pendekatan yang lebih mendalam untuk mengoptimalkan manfaat dari kegiatan ini, terutama dalam hal membangun strategi pemasaran yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai efektivitas berbagai strategi pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan UMKM setelah mengikuti bazar. Pengabdian dapat difokuskan pada pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, serta teknik pemasaran berbasis data guna mengukur dampak jangka panjang terhadap peningkatan omset dan loyalitas pelanggan. Selain itu, analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan *branding* UMKM juga dapat menjadi topik yang menarik, terutama dalam membangun identitas merek yang kuat dan berdaya saing tinggi. Pendekatan yang lebih komprehensif, penelitian mendatang diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih spesifik bagi UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan Bazar UMKM mendapatkan hasil berbagai dampak positif untuk masyarakat Kelurahan Ngronggo antara lain: 1) Peningkatan pemahaman UMKM dalam strategi pemasaran. 2) Terjalannya komunikasi yang lebih baik antara pedagang dan konsumen. 3) Meningkatnya omset dan jangkauan pasar. 4) Penguatan jiwa kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM. Pemberdayaan serta strategi pemasaran yang efektif, seperti *branding* dan penyelenggaraan bazar, memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penerapan *branding* yang tepat memungkinkan UMKM untuk membangun identitas produk yang lebih kuat, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta memperluas target pasar. Sementara itu, pemasaran melalui bazar memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen mereka dapat memahami kebutuhan, preferensi, serta menerima masukan yang konstruktif dari konsumen, yang berguna untuk pengembangan produk di masa depan., memperoleh umpan balik yang bermanfaat, serta meningkatkan pendapatan mereka.

Kegiatan bazar juga berkontribusi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi pelaku UMKM dengan mendorong kreativitas, inovasi, serta pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan pasar. Kegiatan bazar memberikan kesempatan para pelaku UMKM untuk berkolaborasi dengan pelaku usaha umkm lainnya agar memperkuat hubungan antar UMKM, dan membentuk komunitas yang saling mendukung. Dengan strategi pemasaran yang tepat, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Kegiatan bazar untuk pelaku UMKM di Kelurahan Ngronggo menjadi wadah yang menguntungkan bagi pelaku usaha, masyarakat, maupun perekonomian lokal. Kegiatan bazar yang telah dilakukan dapat membantu para pelaku UMKM untuk memperluas bisnis mereka dan memperkenalkan produk-produk mereka di kalangan yang luas. Keberhasilan dalam kegiatan Bazar ini sangat dipengaruhi oleh semua para pihak yang ikut serta berpartisipasi dalam memberikan dampak besar kepada pelaku UMKM sejauh ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran kegiatan bazar UMKM di Kelurahan Ngronggo. Kami menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada masyarakat Kelurahan Ngronggo yang telah berpartisipasi aktif serta memberikan dukungan terhadap kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan

kepada Bapak Heru Sugiarto, S.Si, MM selaku kepala kelurahan Ngronggo atas bimbingan dan fasilitasi yang telah diberikan, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

Kami juga berterima kasih kepada Universitas Nusantara PGRI Kediri dan Bapak Muhamad Basori, S.Pd, M.Pd, S.Pd.I selaku dosen pembimbing lapangan yang telah membimbing dan memberikan arahan selama pelaksanaan kegiatan ini. Tidak lupa, penghargaan yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Karang Taruna, PKK, serta Paguyuban UMKM yang telah berperan aktif dalam membantu penyelenggaraan bazar, baik dalam bentuk tenaga, ide, maupun koordinasi dengan berbagai pihak.

Semoga kerja sama dan dukungan yang telah diberikan dapat terus berlanjut dalam berbagai kegiatan lainnya yang bertujuan untuk memberdayakan UMKM serta meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Syahroni, M., Laila Ramadhanti Utami, N., Pupan Kartika, P., Diah Widiyanti, I., Efendi Septiana, R., Faiqoh, E., Lestianingsih, D., Nur Khafifah, I., Barokah, U., Rahayu, G., & Khofifah Abstrak, A. (2023). PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MELALUI PEMBERDAYAAN UMKM GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT. *Prosiding KAMPELMAS (Kampus Peduli Masyarakat)*, 2(2).
- Azizil Yudaruddin, Y., Della Ananda Lesmana, S., Karlida Sari, D., Ramadhani, R., & Juwari. (2023). IMPLEMENTASI KEGIATAN BAZAR UMKM SEBAGAI UPAYA DALAM MEMPERKUAT KETAHANAN PANGAN DI KELURAHAN AMBORAWANG DARAT. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (JAMIE)*, 5(2), 60–68. Doi: [10.36277/jamie.v5i2.312](https://doi.org/10.36277/jamie.v5i2.312)
- Barts, H. (2023). *Implementasi kegiatan bazar umkm sebagai upaya dalam memperkuat ketahanan pangan di Kelurahan Amborawang Darat*. 6(2), 395–402. Doi: [10.22460/as.v6i2.17246](https://doi.org/10.22460/as.v6i2.17246)
- Mintawati, H., Luckieta, M., Sodik, M., Yayandi, M., Handayani, N., Mochamad Ardiansyah, A., Arrosid, F., Gibrani, S., Qoidah, N., Qurrotul Aina, N., Muslim, M., Prilzilia Az-zahra, D., Rahmawati, S., Nur Annisa Achyadi, N., RAhman Jainun, A., & Barek Teluma, B. (2024). Perkembangan Minat Beli Produk Umkm Desa Cicadas Melalui Media Bazar Tradisional. *Sabajaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2. Retrieved from <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm>
- N K, F., Rosfitasari, F., Puspita Sari, R., Greynanda, E., Duwi Agustina, E., Widiawati, & Rahmawati, S. (2024). Strategi UMKM di Kelurahan Ngampel melalui Product Branding dan Digital Marketing. *Proceeding Of The National CenfERENCE On Comunity Engagement*, 1. Retrieved from <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ncce>
- Nasution, A. (2024). Tinjauan Yuridis Terhadap Kepatuhan dan Implementasi Budaya Inovasi Daerah di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Inovasi Daerah*, 3. doi: [10.53697/jid.v3i1.36](https://doi.org/10.53697/jid.v3i1.36)
- Prasetyo, A., & Rining Nawangsari, E. (2024). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Langgeng Jaya di Desa Gempol Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. *Journal of Sociology Research and Education*, 5(2), 737–753. doi: [10.53682/jpjsre.v5i2.9366](https://doi.org/10.53682/jpjsre.v5i2.9366)

- Rahman, A., Islamia, S., Taufiqurrahman, M., Wahyuni, S., Suciati, E., & Kamaliah, N. (2024). Peran dan Esensi Karang Taruna dalam Pengembangan Masyarakat di Desa Jangur. *Profetik (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*, 02. doi: [10.31004/jptam.v8i2.14899](https://doi.org/10.31004/jptam.v8i2.14899)
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) PELATIHAN UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING UNTUK MEMBANTU PEMASARAN PRODUK PADA MASA COVID-19 History Artikel. *ABDIRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1).
- Yolanda, C. (2024). PERAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI INDONESIA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Yuningsih, N., Asral, & Harisandi, P. (2023). Pemberdayaan Dan Pemasaran Produk UMKM Kab.Bekasi Melalui Bazar UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1, 16–21. Retrieved from <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jpbmi>