



Pelatihan Perencanaan Bisnis UMKM Di Gunungpring

***Yacobo P. Sijabat, Heni Hirawati, Clarisa Alfa Lionora**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Jl. Kapten Suparman 39
Potrobangsari, Magelang Utara, Jawa Tengah 56116
Email Korespondensi: yacobo.djabat@untidar.ac.id

Received: February 2024; Revised: February 2024; Published: February 2024

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menyoroti pentingnya penyusunan rencana bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Gunungpring. Dalam konteks ini, program ini tidak hanya memberikan solusi terhadap tantangan bisnis yang dihadapi oleh UMKM Gunungpring, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya merencanakan bisnis secara sistematis. Pemahaman yang komprehensif dan mudah dipahami akan menjadi landasan bagi pelaku bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha mereka. Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Gunungpring, seperti penurunan omset dan kurangnya perencanaan yang terstruktur, menjadi motivasi utama di balik pelaksanaan program ini. Permasalahan tersebut sering kali dipicu oleh ketidakmampuan dalam menyusun rencana bisnis yang lengkap. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keterampilan dalam menuangkan rencana usaha ke dalam bentuk tertulis, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia yang tersedia. Untuk mengatasi tantangan ini, Program Kemitraan Masyarakat mengusung pendekatan pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan menyusun rencana bisnis yang sederhana namun efektif. Implementasi PKM akan dilakukan melalui serangkaian kegiatan, termasuk sosialisasi, edukasi, dan pelatihan.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, UMKM, Gunungpring

UMKM Business Planning Training in Gunungpring

Abstract

The Community Partnership Program (PKM) aims to highlight the importance of preparing business plans for MSMEs in Gunungpring Village. In this context, this program not only provides solutions to the business challenges faced by Gunungpring MSMEs, but also provides an in-depth understanding of the importance of planning business systematically. A comprehensive and easy-to-understand understanding will be the basis for business people to maintain and improve their business. The main problems faced by MSMEs in Gunungpring Village, such as decreasing turnover and lack of structured planning, are the main motivation behind implementing this program. These problems are often triggered by the inability to prepare a complete business plan. This is caused by a lack of skills in putting business plans into written form, which in turn is influenced by the limited knowledge and skills of available human resources. To overcome this challenge, the Community Partnership Program carries out a training and mentoring approach which aims to equip MSMEs with the skills to prepare simple but effective business plans. PKM implementation will be carried out through a series of activities, including outreach, education and training.

Keywords: Business planning, MSMEs, Gunungpring

How to Cite: Sijabat, Y. P., Hirawati, H., & Lionora, C. A. (2024). Pelatihan Perencanaan Bisnis UMKM Di Gunungpring. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(1), 114-121.
<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i1.1866>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i1.1866>

Copyright© 2024, Sijabat et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



LATAR BELAKANG

Daya tarik Desa Gunungpring sangat banyak, salah satunya terletak di Kecamatan Muntilan dengan jarak \pm 17 km dari Candi Borobudur ke arah

timur. Selain itu, desa ini berlokasi tidak jauh dari Yogyakarta juga memiliki banyak sekali tempat wisata menarik. Karena lokasinya berada dekat dengan Pasar Muntilan, tepatnya di Desa Gunung Pring, Muntilan, Magelang. Ditambah lagi, fasilitas transportasi umum yang memadai sehingga mampu meningkatkan mobilitas masyarakat. Secara administrasi, Desa Gunungpring terdiri dari 11 (sebelas) dusun, dengan 56 (lima puluh enam) RT dan 26 (dua puluh enam) RW. Dusun-dusun yang ada di Desa Gunungpring meliputi Dusun Dukuhan, Karaharjan, Nepen, Santren, Sabrang, Ngasem, Bintaro, Ngadisalam, Wonosari, Gunungpring, dan Dusun Mutihan. Letak Desa Gunungpring sangat strategis karena dekat dengan Pusat Pemerintahan, Pusat Perekonomian, Pusat Pendidikan, Pusat Keagamaan, dan Pusat Wilayah Kabupaten Magelang. Bahkan, jalan-jalan di Desa Gunungpring menjadi salah satu jalur alternatif dari dan ke Provinsi DIY (BPS, 2020).

Desa Gunungpring dikenal masyarakat luas sebagai 'desa pendidikan'. Julukan itu melekat pada Desa Gunungpring karena di desa ini terdapat banyak sekolah-sekolah yang berkualitas. Selain desa pendidikan, Desa Gunungpring juga dikenal sebagai desa religi. Di desa ini terdapat kompleks pemakaman para kiai yang sangat terkenal akan kealimannya. Diantaranya terdapat makam Simbah Kyai Raden Santri yang masih memiliki ikatan keturunan dengan kraton Yogyakarta, Simbah Gus Jogorekso, Simbah KH Ahmad Dalhar, Simbah Kyai Krapyak II, Simbah Kyai Harun, dan beberapa sanak keluarganya. Maka tak heran apabila komplek pemakaman Gunungpring tidak pernah sepi dari para peziarah yang datang dari berbagai pelosok di Pulau Jawa. Desa Gunungpring terdapat sebuah pondok besar yang memiliki banyak santri yang mondok disana. Pondok ini bernama Pondok Pesantren Darussalam Watucongol. Pondok pesantren Watucongol adalah pesantren salaf yang sudah sangat tua. Pondok Watucongol pernah dipimpin oleh almarhum Simbah KH Ahmad Dalhar, kemudian diteruskan oleh almarhum Simbah KH Ahmad Abdul Haq. Ia sangat dihormati karena kealimannya oleh masyarakat Magelang, Jawa Tengah bahkan Indonesia. Oleh karena itu, Desa Gunung Pring dikenal sebagai pariwisata religi dan desa Pendidikan.

Wisata religi di Gunung Pring bersifat musiman saja, dikarenakan umat Islam datang untuk ziarah pada waktu-waktu tertentu saja (seperti penanggalan Hijriah saja). Ziarah dapat dilakukan kapan saja, bulan-bulan tertentu dalam penanggalan Hijriah (Jawa), namun biasanya dipilih waktu paling tepat untuk mengunjungi makam para ulama. Kondisi wisatawan datang secara massal dan bersifat musiman perlu ada pendekatan lain. Sedangkan dari perspektif pariwisata berkelanjutan, para pemangku kepentingan sudah sangat memperhatikan kelestarian lingkungan, namun alih fungsi lahan hijau tidak dapat terelakkan. Kemudian manfaat ekonomi yang didapatkan juga telah optimal, namun masih ada kekurangan seperti kebocoran ekonomi dan persaingan bisnis yang tidak sehat. Selain itu, dari dimensi sosial, tidak terdapat diskriminasi terhadap warga lokal dan wisatawan, juga tidak terdapat unsur eksploitasi terhadap warga lokal. Namun, permasalahan kurangnya koordinasi dan sinergi antar pemangku kepentingan menjadi masalah mengingat dapat mengakibatkan gesekan sosial. Selain itu, belum ada pihak yang benar-benar serius menggarap kegiatan ziarah sebagai wisata religius. Pengelolaan lokasi, ketersediaan

sarana penginapan, dan fasilitas pendukung lainnya secara umum masih kurang diperhatikan.

Potensi wisata religi Gunungpring memberikan peluang usaha/kerja bagi warga desa setempat melalui penyediaan layanan kebutuhan wisatawan berupa barang dan jasa. Para wisatawan maka mereka melakukan sebuah tindakan yang dijalankannya yaitu adanya wisata ziarah yang dikunjunginya dengan kesadaran diri. Termasuk wisata religi yang sering dikunjungi dan menjadi bagian dari tujuan wisata adalah wisata pilgrim atau ziarah yang berada di Gunungpring, Magelang mempunyai daya pikat tersendiri bagi para wisatawan (Biroli et al., 2015). Oleh karena itu, dengan berkembangnya kawasan wisata religi Gunungpring mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sehingga dapat menyeimbangkan pengembangan pariwisata yang mengacu pada konsep-konsep pembangunan yang berkelanjutan (Fitriyati, 2013).

Banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami kegagalan pada tahap awal memulai usaha, yang seringkali disebabkan oleh kurangnya perencanaan sebelum memulai bisnis. Kegagalan ini memperlihatkan pentingnya menyusun rencana usaha secara tertulis sebelum memulai, yang tidak hanya mencakup jenis usaha yang akan dirintis tetapi juga target konsumen, lokasi, kebutuhan modal, dan perkiraan keuntungan (Widyaningsih, 2012; Idayu et al., 2021)

Perencanaan yang matang sangat penting karena UMKM memiliki peran dominan dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi mereka terhadap ekonomi nasional sangat besar, dengan UMKM sebagai penyedia lapangan kerja terbesar di negara ini (Sarfiyah et al., 2019). Dalam menghadapi tantangan, seperti pandemi COVID-19, UMKM menunjukkan ketahanan dan kemampuan untuk berinovasi melalui pengembangan produk yang adaptif (Rosita, 2020). Ini menekankan pentingnya kemampuan beradaptasi dan inovasi dalam kelangsungan bisnis UMKM.

Selain itu, penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Pemberdayaan dan peningkatan kompetensi UMKM bisa dilakukan melalui strategi promosi yang efektif dan pemanfaatan teknologi, seperti pemasaran digital melalui media sosial dan platform pasar online yang telah terbukti vital selama pandemi (Nelson & Caroline, 2023; Sari et al., 2023).

Analisis SWOT merupakan alat yang bermanfaat dalam mengidentifikasi masalah manajemen di UMKM dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan masa depan mereka (Syahrenny et al., 2022). Masalah seperti pelaporan keuangan yang tidak standar dan pencatatan yang tidak teratur sering dihadapi oleh UMKM, menggarisbawahi kebutuhan untuk perbaikan di area ini (Farina & Opti, 2023)).

Oleh karena itu, perencanaan awal yang menyeluruh dan strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan kondisi saat ini sangatlah kritical bagi keberhasilan UMKM. Melalui pendekatan yang terstruktur dan adaptif, UMKM di Indonesia tidak hanya bisa bertahan dalam kondisi ekonomi yang sulit tetapi juga berkembang dan memperluas jangkauannya di pasar global.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi, edukasi, tutorial atau pendampingan

secara kontinu. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 (Metode Sosialisasi dan Edukasi)

Peserta diberikan sosialisasi dan pelatihan Rencana Bisnis di UMKM. Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan. Metode ini dipakai Tim PKM sebagai sarana *transfer knowledge*.

2. Langkah 2 (Metode Tutorial).

Peserta pelatihan diberikan pendampingan dalam Rencana Bisnis di UMKM. Metode ini dipakai karena sangat efektif dalam memberikan bantuan, bimbingan atau tutorial kepada satu atau lebih orang di bidang atau keterampilan tertentu.

Selain itu, Tim PKM juga menganalisis kondisi dan permasalahan mitra. Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman mengenai perencanaan bisnis yang baik. Metode yang dipakai dalam PKM ini sangatlah spesifik dan detail. Oleh karena itu, keahlian dan pemahaman akademis sangatlah penting. Untuk menyelesaikan permasalahan peserta tersebut diperlukan adanya pembagian tugas dalam melaksanakan program PKM ini, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Pembagian Tugas dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Jabatan	Keahlian	Keterangan
Dosen	Memiliki keahlian bidang manajemen terkhusus dibidang Perencanaan Bisnis	3 Dosen
Mahasiswa	Mahasiswa Manajemen yang memiliki kemampuan perencanaan bisnis	2 mahasiswa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, memperlihatkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu implementasi dari tri dharma perguruan tinggi yang mampu memberikan manfaat signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Gunungpring. Salah satu manfaat yang paling mencolok adalah peningkatan pemahaman mereka terhadap Model Bisnis Kanvas. Model ini merupakan sebuah kerangka manajemen strategis yang sangat berguna bagi pengusaha dalam merumuskan, merancang, dan mengintegrasikan berbagai aspek bisnis menjadi satu strategi yang komprehensif dan berkelanjutan.

Model Bisnis Kanvas menawarkan pendekatan yang sistematis dalam menganalisis dan mengembangkan bisnis, mulai dari segi pelanggan, proposisi nilai, kanal distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, hingga struktur biaya. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap setiap elemen tersebut, para pelaku UMKM mampu mengoptimalkan operasional dan strategi bisnis mereka.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, kami berupaya untuk mendukung para pelaku UMKM dalam memahami dan mengimplementasikan Model Bisnis Kanvas ini. Kami menyediakan

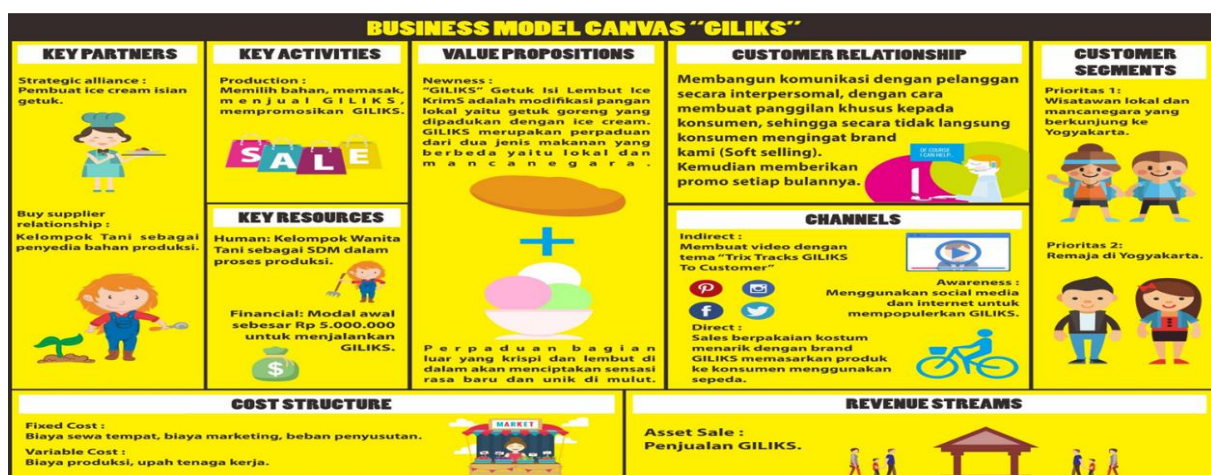
pelatihan, bimbingan, dan materi-materi yang relevan guna meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola bisnis dengan lebih efektif. Selama proses pelaksanaan kegiatan, kami secara aktif berinteraksi dengan para pelaku UMKM, mendengarkan masukan dan tantangan yang mereka hadapi, serta memberikan solusi dan saran yang dapat membantu mereka mengatasi permasalahan tersebut.

Dengan adanya pemahaman yang lebih baik terhadap Model Bisnis Kanvas, para pelaku UMKM di Desa Gunungpring dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru, mengoptimalkan operasional bisnis mereka, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat. Mereka menjadi lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan mampu mengambil keputusan yang lebih tepat dan berbasis data.

Tidak hanya itu, penggunaan Model Bisnis Kanvas juga membantu para pelaku UMKM untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka. Dengan memahami secara mendalam apa yang diinginkan oleh pasar, mereka dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM secara langsung, program pengabdian masyarakat ini juga berdampak positif pada perkembangan ekonomi lokal secara keseluruhan. Dengan meningkatnya kualitas dan daya saing UMKM, akan tercipta lingkungan bisnis yang lebih dinamis dan produktif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan penurunan tingkat pengangguran.

Oleh karena itu, kami percaya bahwa program pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak yang positif dan berkelanjutan bagi para pelaku UMKM di Desa Gunungpring. Namun, kami juga menyadari bahwa masih banyak tantangan yang perlu dihadapi dan pekerjaan yang perlu dilakukan ke depan. Kami berkomitmen untuk terus mendukung dan memperkuat kapasitas para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat terus berkembang dan berkontribusi secara maksimal bagi pembangunan ekonomi dan sosial di wilayah mereka.



Gambar 1. Tutorial Penyusunan Bisnis Dengan Model Canvas

Dalam mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan Gunungpring, langkah analisis yang cermat terhadap berbagai

aspek bisnis menjadi kunci utama kesuksesan. Berikut ini adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperkuat posisi bisnis :

1. Analisis Sasaran Pembeli: Langkah pertama yang krusial adalah memahami dengan jelas siapa target pasar Anda. Identifikasi karakteristik demografis, preferensi, dan kebutuhan dari calon pembeli di kawasan Gunungpring. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap sasaran pembeli, Anda dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan produk secara lebih efektif.
2. Penetapan Kelebihan dan Keunggulan Produk: Selanjutnya, identifikasi dengan jelas apa yang membuat produk Anda unggul dibandingkan dengan produk pesaing. Apakah itu dari segi kualitas, harga, inovasi, atau pelayanan? Fokus pada memperkuat dan mempertegas nilai tambah yang dapat menarik perhatian dan kepercayaan dari pelanggan.
3. Strategi Jangkauan Pembeli: Tentukan strategi distribusi dan jangkauan yang tepat untuk menjangkau sasaran pembeli secara efisien. Apakah itu melalui penjualan langsung, kemitraan dengan toko lokal, atau platform e-commerce? Pilihlah saluran distribusi yang sesuai dengan karakteristik pasar dan kemampuan bisnis Anda.
4. Komunikasi Efektif dengan Pembeli: Komunikasi yang baik dengan calon pembeli adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dan memperoleh kepercayaan. Pastikan Anda memiliki strategi komunikasi yang efektif, baik melalui media sosial, iklan lokal, atau promosi langsung. Jalinlah interaksi yang positif dan berkesan dengan pelanggan potensial.
5. Rencana Keuntungan Bisnis: Segera setelah memahami pasar dan produk, buatlah rencana yang jelas untuk menghasilkan keuntungan dari bisnis Anda. Tentukan strategi penetapan harga yang sesuai dengan permintaan pasar dan biaya produksi, serta perhitungan laba yang realistis untuk mencapai tujuan keuangan Anda.
6. Kerjasama dan Mitra Bisnis: Jangan ragu untuk menjalin kemitraan dengan pihak-pihak yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis Anda. Ini bisa berupa kemitraan dengan pemasok lokal, kerjasama dengan usaha sejenis untuk mengadakan promosi bersama, atau kolaborasi dengan lembaga atau komunitas yang memiliki minat yang sama.
7. Rincian Biaya Bisnis: Terakhir, pastikan Anda memiliki pemahaman yang mendalam tentang semua biaya yang terlibat dalam menjalankan bisnis Anda. Ini termasuk biaya produksi, biaya pemasaran, biaya distribusi, biaya administrasi, dan biaya operasional lainnya. Dengan memahami rincian biaya secara menyeluruh, Anda dapat mengelola keuangan bisnis dengan lebih efisien dan mengoptimalkan pengeluaran.

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas secara cermat dan terencana, pelaku UMKM di Gunungpring dapat memperkuat posisi bisnis mereka dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan di pasar lokal maupun regional.

KESIMPULAN

Pelaku UMKM di Gunungpring telah menunjukkan komitmen untuk mengalokasikan waktu mereka guna mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan dengan usaha mereka. Langkah awal terdiri dari mencatat dengan seksama berbagai aspek, termasuk target pasar potensial, keunggulan produk yang membedakan dari pesaing, strategi pemasaran dan komunikasi, serta faktor-faktor yang berkontribusi pada profitabilitas bisnis.

Selanjutnya, dengan menyusun informasi ini dengan cermat, pelaku UMKM dapat menyusun rencana bisnis yang kokoh dan terarah. Proses ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta merancang strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang lingkungan bisnis lokal, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menghadapi persaingan dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

REKOMENDASI

Rekomendasi untuk Pelaku UMKM agar lebih mempertimbangkan perencanaan bisnis sebelum memulainya. Memang beberapa kasus di Gunungpring sudah terlanjur berjalan tanpa adanya perencanaan bisnis. Tetapi itu tidak menjadi kendala untuk memulai kembali mencari informasi apa saja yang diperlukan dalam membangun bisnis yang baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada LPPMPMP Universitas Tidar yang telah memberikan dana dan kesempatan kepada tim melakukan pengabdian masyarakat ini. Tidak lupa juga, kami mengucapkan terimakasih kepada mitra yaitu Kepala Desa, Ketua Pokdarwis, dan Pelaku UMKM di Gunungpring, Magelang, Jawa Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Biroli, A., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). Rasionalitas wisatawan wisata. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(2), 98–114.
- BPS. (2020). BPS. <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>
- Farwitawati, R. (2018). PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN AIRPUTIH KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU. *Sembhada*, 1(1), 225–229.
- Fitriyati, H. (2013). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi IAIN*.
- Farina, K., & Opti, S. (2023). DETERMINANTS OF THE QUALITY OF FINANCIAL STATEMENTS MSME. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 32–40. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.532>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Nelson, A., & Caroline, W. (2023). PENERAPAN STRATEGI PROMOSI ATAU MEMBANGUN BRAND IMAGE PADA MEDIA DIGITAL/ONLINE DI CAFFEIN. SWARNA: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 66–70. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i1.255>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sari, A. R., Lidyah, R., Nurhijrah, Kristanti, D., & Agusman, Y. (2023). SOCIAL MARKETING PROJECT PEMASARAN PRODUK UMKM PENJAHIT RUMAHAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE. *Jurnal*

- Pengabdian West Science*, 2(02), 179–184.
<https://doi.org/10.58812/jpws.v2i02.234>
- Syahrenny, N., Widiarma, I., & Fitria, A. (2022). PENYUSUNAN SISTEM AKUNTANSI PERSEDIAAN DAN TEKNIK PERENCANAAN STRATEGI BISNIS UNTUK UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5).
<https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10255>
- Untidar, L. (2020). Panduan Pelaksanaan PKM. In *Panduan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Widyaningsih, H. (2012). Analisis Swot Dan Promosi Kerajinan Bambu Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jurnal Akpar BSI*, 3(2).