



Pemberdayaan Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru Kelurahan Turida Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

¹Okky Afriwan, ²Juhartini, ³Fitria Ika Agustina

Universitas Teknologi Mataram Jln. Pelor Mas III, Kekalik Mataram NTB Indonesia

Email Korespondensi : afriwan@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2020-07-28 Revised: 2020-10-15 Published: 2020-10-24	Empowerment of the Sayo Baru Housewife Business Group, Turida Village, Sandubaya District, Mataram City. This PkM activity aims to foster the Sayo Baru housewife business group in the production, management and marketing of market snacks. Partners in this activity are the Sayo Baru Household business group in the Sayo Baru neighborhood, Turida Village, Sandubaya District, Mataram City, West Nusa Tenggara Province. The method used is the diffusion of knowledge with activity procedures of 1) planning, 2) action, 3) mentoring, and 4) evaluation. The result of this activity is an increase in the understanding and skill group of partners in the fields of production, financial management and marketing of market snacks. This is expected to increase household economic resilience.
Keywords Housewife Production Management Marketing Snacks Market	
Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 28-07-2020 Direvisi: 15-10-2020 Dipublikasi: 24-10-2020	Kegiatan PkM ini bertujuan untuk membina kelompok usaha ibu rumah tangga Sayo Baru dalam produksi, manajemen dan pemasaran jajanan pasar. Mitra dalam kegiatan ini adalah kelompok usaha ibu Rumah Tangga Sayo Baru di Lingkungan Sayo Baru, Kelurahan Turida, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Metode yang digunakan adalah difusi ilmu pengetahuan dengan prosedur kegiatan 1) perencanaan, 2) tindakan, 3) pendampingan, dan 4) evaluasi. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan kelompok mitra dalam bidang produksi, manajemen keuangan dan dibidang pemasaran jajanan pasar. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan ketahanan ekonomi rumah tangga.
Kata kunci Ibu rumah Tangga Produksi Manajemen Pemasaran Jajan Pasar	
Sitasi: Afriawan O., Juhartini, & Agustina I.K. (2020) Pemberdayaan Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru, Kelurahan Turida, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram. Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service). 2(3), 101-108. DOI : 10.36312/sasambo.v2i3.249	

PENDAHULUAN

Pembangunan adalah suatu proses perubahan yang dilakukan secara kontinyu oleh suatu bangsa untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya (Simanjorang, Sijabat, & Sitohang, 2020). Potensi perempuan yang tidak terlepas peranannya sebagai ibu rumah tangga merupakan komponen yang dapat diberdayakan untuk peningkatan kesejahteraan keluarga. Selama ini perempuan belum memiliki peran secara utuh dalam pengelolaan sumberdaya pedesaan, sebagian besar dilakukan oleh laki-laki, mulai dari bidang industri kecil dan menengah, pertanian, peternakan dan kegiatan-kegiatan lain dibidang kegiatan ekonomi. Keterlibatan perempuan dalam pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pedesaan memiliki hak, meskipun peran yang dimiliki tidak sebesar peran laki-laki.

Kemajuan di berbagai bidang akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan tantangan besar bagi perempuan untuk senantiasa mampu memanfaatkan dan mengelola lingkungannya. Oleh karena itu diperlukan adanya berbagai program yang dapat

dilakukan perempuan dalam rangka peningkatan kesejahteraan keluarga dengan dan mengelola lingkungan sekitarnya.

Program pemberdayaan perempuan dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga, khususnya di bidang pangan adalah dengan program pelatihan inovasi produksi, manajemen dan pemasaran makanan-makanan (jajan/kue) tradisional maupun moderen yang dapat dipasarkan diprumahan, kios-kios ataupun dipasar-pasar tradisional.

Inovasi dalam produksi, manajemen pemasaran perlu dilakukan agar dapat bersaing dengan pedagang-pedagang moderen yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana jualan. Alma dan Buchari (2009) Untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan persaingan ekonomi global, maka kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Dunia bisnis memerlukan sumber daya kreatif dan inovatif, dan berjiwa kewirausahaan. Untuk dapat mempertahankan usaha atau bisnis maka usah perlu tampil beda dengan yang lain, walaupun dalam usaha sejenis. Disinilah pentingnya inovasi dalam produksi, dan manajemen pemasaran.

Lingkungan Sayo Baru, Kelurahan Turida, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram merupakan salah satu lingkungan yang terletak di komplek perumahan “Wisma Sweta Indah”, Perumahan Wisma Sweta Indah merupakan salah satu kompleks perumahan terbesar di Kota Mataram yang mencakup 2 (dua) Lingkungan yaitu Lingkungan Gegerung Indah dan Lingkungan Sayo Baru dari 5 Lingkungan yang berada di Kelurahan Turida. Umumnya adalah pendatang dari berbagai etnis (suku) dengan latar belakang pendidikan, tingkat sosial dan ekonomi yang bervariasi. Demikian juga bidang pekerjaan warga mulai dari bekerja di swasta, wirausaha, dan bekerja di pemerintahan. Penghasilan warga juga bervariasi mulai yang berpenghasilan rendah, sedang dan tinggi.

Berdasarkan observasi di lapangan diketahui bahwa ibu-ibu rumah tangga telah memiliki kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bidang pangan yakni pembuatan aneka kue dan jajanan berupa aneka keripik, stik/kue bawang, dan beberapa jenis kue basah. Saat ini UMKM yang ada masih berjalan, meskipun mengalami berbagai kendala atau masalah antara lain; 1) kelompok usaha belum bisa membuat inovasi produk kue atau jajanan yang lebih diminati oleh masyarakat sekitar sehingga berdampak pada manajemen produksi, 2) dalam hal manajemen keuangan, saat ini belum sepenuhnya menggunakan pembukuan/akuntansi untuk usahanya. Salah satunya adalah sistem pencatatan transaksi usaha yang belum memadai, sehingga pengusaha/kelompok usaha belum dapat mempertanggungjawabkan operasional usahanya kepada pihak lain, khususnya terhadap pemilik dana/bank, jika suatu saat bermaksud memperluas usahanya dengan menggunakan dana kredit/pembiayaan usaha dari bank/pemilik dana (Isnawan, 2012). Selain itu kondisi ini berdampak pada lambatnya perkembangan usaha, dan 3) manajemen pemasaran masih tradisional seperti produk di titipkan di warung-warung dan toko sekitar perumahan, kondisi ini berdampak pada omzet dan daya jula rendah.

Adanya permasalahan-permasalahan tersebut, tim PkM menjadikan Kelompok usaha ibu rumah tangga sayo baru sebagai mitra dalam kegiatan pemberdayaan. Kegiatan pemberdayaan yang akan dilakukan adalah melatih keterampilan kelompok dalam membuat inovasi, dan manajemen produksi, manajemen keuangan dan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi.

Manajemen produksi yang dimaksud adalah melatih mitra dalam mengembangkan produk berupa kue atau jajanan pasar sehingga memiliki daya tarik dan nilai jual lebih tinggi selain itu adanya pelatihan inovasi ini untuk mempertahankan kualitas dan kuantitas sesuai dengan kebutuhan pasar. Menjaga kualitas menjadi bagian yang harus dipertahankan karena dengan adanya kualitas maka UKMK dapat berjalan dengan baik.

Promosi yang dilakukan belum menggunakan media periklanan, masih menggunakan cara tradisional dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sementara iklan merupakan salah satu

alat marketing untuk memperlihatkan dan menjual produk dari perusahaan kepada masyarakat tertentu (Supriyono, 2010).

Berdasarkan uraian di atas maka kegiatan PkM ini bertujuan untuk membina dan mendampingi kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru dalam melakukan inovasi-inovasi produk, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran sehingga kedepannya UMKM dapat mandiri secara finansial.

METODE

Peserta kegiatan pelatihan ini adalah Kelompok Ibu Rumah Tangga Lingkungan Sayo Baru, Kelurahan Turida, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram yang memiliki 5 orang pelaksanaan kegiatan dengan menggunakan metode difusi ilmu pengetahuan, dengan langkah kerja sebagai berikut;

a. Perancangan Kegiatan

Perencanaan kegiatan dalam hal ini adalah persiapan survei mitra, FGD dengan mitra, pembuatan jadwal, mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan selama kegiatan pemberdayaan.

b. Tindakan

1. Pembuatan website UMKM

2. Pembekalan mitra tentang, a) manajemen produksi, b) manajemen keuangan, dan c) manajemen pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan cara ceramah, diskusi, dan tanya jawab.

3. Pelatihan, a) pelatihan manajemen produksi, b) pelatihan manajemen keuangan, dan c) pelatihan manajemen pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan setelah teori disampaikan dan mitra diasumsikan telah memahaminya dengan baik.

Adapun kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan praktik secara langsung.

c. Monitoring dan Pendampingan

Kegiatan monitoring untuk melihat keberlanjutan dari program pembekalan dan pelatihan yang telah dilakukan, monitoring dilakukan dengan cara mengevaluasi produk yang dihasilkan oleh mitra setelah dilakukan pelatihan. Kegiatan monitoring bersamaan dengan dilakukan pendampingan, dimana kegiatan pendampingan bertujuan untuk menyempurnakan produk yang dihasilkan.

d. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dua kali yakni di pertengahan proses kegiatan dan setelah selesai kegiatan, kegiatan evaluasi dilakukan dengan cara wawancara dan diskusi dengan masing-masing anggota mitra yang mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PkM ini dilaksanakan selama delapan bulan sesuai dengan alokasi waktu kegiatan PkM. Peserta kegiatan adalah Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru, Kelurahan Turida, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram.

Persiapan dilakukan mulai dari sosialisasi pelaksanaan kegiatan, menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan selama proses kegiatan. Sosialisasi dilakukan di salah satu rumah mitra yang dijadikan sebagai sekretariat kegiatan pelatihan dan pembinaan oleh tim PkM. Adapun hasil dari persiapan kegiatan antara lain 1) jadwal pelaksanaan, 2) lokasi atau tempat kegiatan, 3) persiapan alat dan bahan

Proses pembekalan materi Mitra dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab. Ada tiga materi pokok yang diberikan antara lain, 1) Pelatihan manajemen produksi, 2) Pelatihan manajemen keuangan, dan 3) Pelatihan manajemen pemasaran. Adapun hasil dari kegiatan ditampilkan pada tabel berikut;

Tabel 1. Profil pemahaman Mitra terhadap materi yang disampaikan

No	Indikator capaian	Sebelum pembekalan	Sesudah pembekalan
1	Manajemen produksi		
a.	Proses pembuatan produk	Pemahaman tentang pembuatan produk masih tradisional	Adanya perubahan pemahaman dari konvensional ke moderen, dalam penggunaan alat dan bahan
b.	Inovasi pembuatan produk	Kurangnya pemahaman tentang inovasi-inovasi membuat produk	Mitra cukup memahami beberapa inovasi pengolahan bahan-bahan sehingga menjadi produk yang lebih bagus dan baik
c.	Varian produk rasa, tampilan dan warna	Mitra hanya memahami satu rasa, tampilan dan warna disetiap produk	Mitra memahami cara membuat varian produk dari segi rasa, warna dan tampilan
d.	Takaran bahan setiap produksi	Pemahaman takaran bahan hanya mengira-gira sehingga rasa dan warna selalu berubah-ubah	Memahami cara menentukan takaran bahan dalam pembuatan produk
e.	Pengemasan dan Pelabelan	Mitra belum memahami cara pengemasan yang baik, higienis, dan menarik	Mitra memahami dengan baik cara pengemasan yang baik, higienis, dan menarik.
2	Manajemen Keuangan		
a.	Manajemen buku pembelian	Tidak memahami	Mitra memiliki pemahaman yang cukup baik tentang buku pembelian
b.	Manajemen Buku penjualan	Tidak memahami	Mitra memiliki pemahaman yang cukup baik tentang buku penjualan
c.	Manajemen buku kas	Tidak memahami	Mitra memiliki pemahaman yang cukup baik tentang buku kas
d.	Manajemen buku neraca	Tidak memahami	Mitra memiliki pemahaman yang cukup baik tentang buku neraca
e.	Manajemen laporan laba/rugi	Tidak memahami	Mitra memiliki pemahaman yang baik tentang manajemen pelaporan laba/rugi
3	Manajemen pemasaran		
a.	Pemasaran dengan media online	Belum memahami tentang media online sebagai media jualan	Mitra mulai memahami manfaat penggunaan media online sebagai media jualan seperti Watshap, Facebook dll.
b.	Kerjasama dengan kios-kios dan warung	Belum memahami cara kerjasama dengan kios atau warung	Mitra cukup memahami cara membangun kemitraan dengan kios dan pedagang warung
c.	Pembuatan website	Tidak memahami tentang website dan penggunaan	Cukup memahami tentang website.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pemahaman mitra sebelum pemberian materi masih sangat minim, bahkan pada beberapa materi mereka sama sekali belum memahami. Sehingga proses penyampaian materi membutuhkan waktu lebih lama. Adapun perkembangan pemahaman tentang materi setelah disampaikan atau dijelaskan mitra menunjukkan kemajuan pemahaman yang baik dengan indikator mitra dapat menjelaskan kembali melalui kegiatan diskusi.

Respon mitra dengan adanya pembekalan materi sangat baik, dengan indikator mitra mengikuti seluruh rangkaian kegiatan penyampaian materi, menunjukkan atensi dengan bertanya dan beberapa menyampaikan ide dan pendapat. Tepat waktu dan disiplin dalam selama kegiatan.

Setelah kegiatan pembekalan materi kepada mitra. Selanjutnya dilakukan pelatihan pembuatan jajanan yang akan dipasarkan meliputi produksi jajan dan pengemasan. Proses pelatihan dilakukan disalah satu rumah mitra. Hasil yang telah dicapai dari pelatihan ini adalah mitra memiliki keterampilan berinovasi dalam pembuatan kue/jajanan pasar dengan rasa, bentuk, warna yang bervariasi. Selain itu mitra terampil dalam melakukan pengemasan yang menarik dan higienis. Adanya inovasi pada rasa, bentuk dan pengemasan diharapkan akan memenuhi selera konsumen sehingga daya beli makin baik. Nursisi, Darmadji & Kanoni (2013) inovasi rasa pada makanan dapat memenuhi selera konsumen dan juga dapat menjadi nilai tambah dalam proses penjualan baik secara tradisional amupun menggunakan media online.

Kemasan produk merupakan salah satu komponen yang cukup penting. Namun, masyarakat masih sering mengabaikan hal ini. Pada umumnya, pengusaha pemula tidak terlalu memperhatikan cara pengemasan produk sehingga berdampak pada daya jual yang rendah dan kemasan yang buruk dapat mengakibatkan kerusakan pada produk yang akan dijual. Shofia & Sampurna (2020) Kemasan prosuk yang baik dan menarik dapat menaikkan harga jual suatu produk yang dipasarkan.

Adapun dokumen kegiatan pelatihan manajemen produksi disajikan dalam gambar dibawa ini :



Gambar 1. A. Proses Pelatihan pembuatan dan pengemasan kue/jajan. B. kue/jajan yang telah di kemasan

Proses pelatihan pembuatan dan pengemasan berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Respon peserta sangat baik hal ini ditunjukkan dengan antusiasnya mereka mengikuti pelatihan dan mereka telah dapat memproduksi kue dengan berbagai varian rasa, warna, bentuk.

Setelah proses pelatihan inovasi pembuatan kue dan pengemasan dilanjutkan dengan pelatihan manajemen keuangan. Manajemen keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan (Wikipedia, 2020). Pelatihan ini bertujuan agar mitra memahami bagaimana memanajemen keuangan usaha mereka sehingga dapat menaksir dengan baik laba dan rugi. Adapun hal-hal yang dilatih antara lain, pembuatan dan pengelolaan a) buku pembelian, b) buku penjualan, c) buku kas, d) buku neraca, (e) laporan rugi/laba.

Hasil dari kegiatan ini adalah mitra dapat membuat, memiliki telah sepenuhnya menggunakan pembukuan/akuntansi untuk usahanya meskipun dalam proses masih tetap perlu didampingi secara berkelanjutan. Adapun dokumen kegiatan pelatihan manajemen keuangan disajikan dalam gambar dibawa ini :

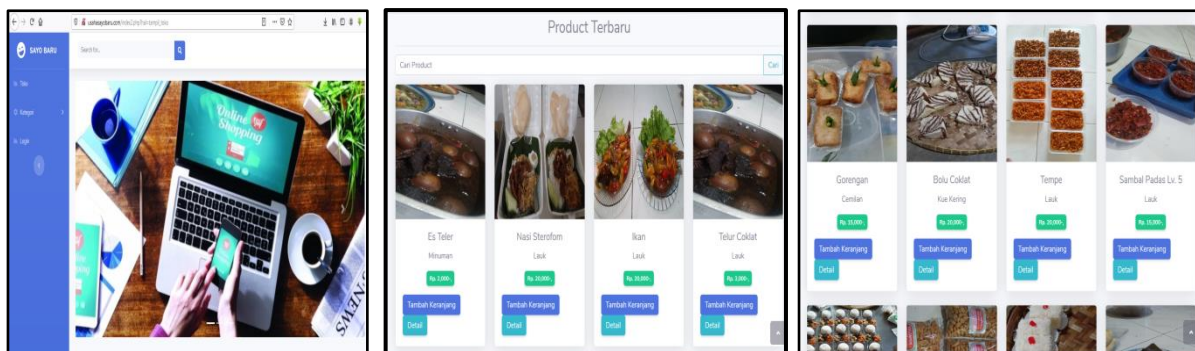


Gambar 2. Pelatihan manajemen keuangan

Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik, meskipun terdapat beberapa kendala seperti mitra kesulitan memahami istilah-istilah dalam manajemen keuangan, akan tetapi pelaksana menggunakan berbagai strategi salah satunya adalah dengan menggunakan istilah yang umumnya digunakan dalam masyarakat dalam proses jual beli yang berkaitan dengan manajemen keuangan. Respon mitra sangat baik yang ditunjukkan dengan kehadiran disetiap sesi kegiatan pelatihan.

Selanjutnya setelah kegiatan pelatihan manajemen keuangan, dilanjutkan dengan pelatihan manajemen pemasaran. Pelatihan ini sangat penting karena dengan pemahaman tentang pemasaran secara konvensional maupun digital yang baik dapat sebagai salah satu jaminan dalam keberlanjutan usaha. Saat ini dunia usaha sudah mulai beralih dari konvensional ke digital dimana market lebih besar dan dapat menjangkau seluruh wilayah. Kondisi ini menjadikan setiap pengusaha, atau UKM memiliki persaingan yang ketat. Hal ini menuntut para pelaku usaha haruslah dapat beradaptasi dan menyusun strategi untuk tetap dapat bertahan dan berkembang. Hinggo, dkk (2018) Para pelaku usaha harus merancang bagaimana proses mereka dalam melakukan strategi pemasaran terhadap produk mereka, serta strategi-strategi usaha lainnya yang dapat menguatkan posisi bisnis mereka dan bersaing dengan para kompetitor yang terjun dibidang yang sama khususnya. Harminingtyas (2013) melakukan berbagai inovasi dalam memodifikasi produk dapat mempengaruhi daya beli konsumen.

Keterampilan Mitra dalam manajemen pemasaran secara digital cukup baik, ini ditunjukkan oleh kemampuan mitra dalam menggunakan media sosial berupa Whatshap dan website dengan alamat <http://usahasayobaru.com> Adapun dokumen kegiatan pelatihan manajemen pemasaran disajikan dalam gambar dibawa ini :



Gambar 3. Tampilan website dengan alamat <http://usahasayobaru.com>

Monitoring dan evaluasi dilakukan bersama tim PkM, dengan partisipasi mitra atas kegiatan yang dilakukan mitra (kelompok usaha) dari berbagai aspek: produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Dari kegiatan *money* dapat diperoleh berbagai kendala dan solusi pemecahan masalah yang dihadapi mitra. Pada tahap ini dilakukan evaluasi atas program yang telah dijalankan selama 7 bulan ke belakang dengan melakukan penilaian terhadap mitra dengan melihat perkembangan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan terutama pelatihan pemasaran yaitu pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi komputer (internet).

Kegiatan pendampingan dilakukan kepada mitra secara berkala melalui pendekatan persuasif yaitu mampu memperbaiki sistem proses produksi dan perilaku hidup sehat sehingga mampu meningkatkan legalitas usaha (Hanidah, dkk., 2018). Pendampingan yang dilakukan terkait kegiatan pelatihan yang telah diikutinya yaitu pelatihan manajemen, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Kegiatan pendampingan ini dilakukan dalam 2 kali sebulan oleh tim pengelola kegiatan dan juga akan mendatangkan pembimbing eksternal yaitu praktisi yang menangani IT. Tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah mengamati perkembangan dan kemajuan melalui laporan aktivitas secara frekuentif dengan mencatat setiap kegiatan dan hasil hasil yang telah dicapai serta permasalahan yang terjadi.

Kegiatan pembinaan berkelanjutan diharapkan bisa menjadi sarana untuk mengakomodir berbagai kepentingan program pembangunan, potensi sumberdaya, sarana dan prasarana yang tersedia, prospek pemasaran yang sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan kelompok usaha, disamping itu pula pembinaan ini diharapkan dapat mengembangkan usaha kelompok usaha sehingga hasil produksi usaha Kelompok Ibu Rumah Tangga Lingkungan Sayo Baru ini meningkat baik dari kuantitas maupun kualitas sehingga berdampak bagi peningkatan ekonomi kelompok.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru telah berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan, terbukti dengan tercapainya peningkatan kemampuan dan keahlian Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru baik dalam bidang produksi, keuangan dan pemasaran.

SARAN

Kegiatan pelatihan Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru tentang manajemen produksi manajemen keuangan dan manajemen pemasaran masih terbatas pada Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru yang berjumlah lima (5) orang saja, kedepan perlu dilakukan pelatihan sejenis dengan jumlah kelompok yang lebih besar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Proram pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Maka kami tim pelaksana menyampaikan terimakasih kepada Kemenristekdikti yang telah memberikan dana hibah PkM kepada tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2009) *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- Hanidah, I., Santoso, M. B., Mardawati, E., & Setiasih, I. S. (2018). Pemberdayaan Pengrajin “Pandang Cue” Desa Jayalaksana Melalui Teknik Pengemasan, 7(1), 14–18
- Hinggo S.T.H., Hardilawati L.W., Zaki H., Siregar I.D., Akhmad I., Perdana R., Binangkit D.I., & Sinaga M.S. (3018) Pelatihan Manajemen Pemasaran Dan Strategi Pada Guru Dan Siswa SMA Negeri 13 Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*. 2(2) 28-34. DOI: 10.37859/jpumri.v2i2.839

- Harminingtyas R. (2013) Analisis fungsi kemasan produk melalui model view dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk rokok kretek merek DJI SAM SOE di Kota Semarang. J. STIE Semarang Vol 5 Ed. 2
- Isnawan, Ganjar. 2012. Akuntansi Praktis untuk UMKM. Penerbit Laskar Aksara, Jakarta Timur.
- Moekijat. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- Nursiwi, A., Darmadji, P., & Kanoni, S. (2013). Pengaruh penambahan asap cair terhadap sifat kimia dan sensoris telur asin rasa asap. Jurnal Teknologi Hasil Pertanian, VI(2), 82–89.
- Panga, F. P. (2015). Empowering Small And Medium Enterprises (SMES) to Harness Public Procurement Opportunities. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(3), 1–14. Retrieved from <http://ijecm.co.uk/>
- Simanjorang M.R., Sijabat I.P., & Sitohang A. (2020) Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Desa Sampurtoba Kecamatan Harian Kabupaten Samosir Dalam Penanaman Dan Pemanfaatan Tanaman Obat. Jurnal TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM). 3(1) 9-18.
<https://iocscience.org/ejournal/index.php/abdimas/article/view/529/328>
- Semiawan, C. R. (2009). *Kreativitas dan Keberbakatan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shofia A., Sampurna H. (2020) KKN UNEJ 20 Laksanakan Pelatihan Pengemasan Produk. <https://sdunej.id/berita-des/kkn-unej-20-laksanakan-pelatihan-pengemasan-produk>
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Wikipedia (2020) Manajemen Keuangan. https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_keuangan