



Peningkatan Kualitas SDM melalui Pelatihan Produksi dan Digital Marketing dengan Metode *Learning by Practice* di UMKM Desa Gonoharjo

***Mutiar Zahra Herawati, Suhita Whini Setyahuni, Mahmud, Haunan Damar**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian
Nuswantoro Semarang, Jl. Nakula 1 No. 11 50131, Pendrikan Kidul, Kec. Semarang
Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50131
Corresponding Author e-mail: mzahraherawati@gmail.com

Diterima: Maret 2025; Direvisi: April 2025; Diterbitkan: Mei 2025

Abstrak

Desa Gonoharjo, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis produk lokal, khususnya kopi. Namun, pelaku UMKM kopi di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam aspek softskill, hardskill, dan pemanfaatan teknologi digital. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas UMKM kopi melalui pelatihan terintegrasi yang mencakup tiga aspek utama: penguatan softskill kewirausahaan, peningkatan hardskill produksi dan pengemasan kopi, serta optimalisasi digital marketing. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, pelatihan partisipatif, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam pengelolaan usaha, mulai dari perencanaan bisnis, peningkatan kualitas produk, hingga promosi digital melalui media sosial dan e-commerce. Selain itu, pelatihan ini juga berhasil menumbuhkan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem UMKM kopi yang kuat, inovatif, dan berdaya saing tinggi di Desa Gonoharjo.

Kata kunci: UMKM, Kopi, Softskill, Hardskill, Digital Marketing

Improving of Human Resource Quality through Production and Digital Marketing Training using the Learning by Practice Method of MSMEs' at Gonoharjo Village

Abstract

Gonoharjo Village, located in Limbangan District, Kendal Regency, has significant potential for developing micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on local coffee products. However, coffee-based MSME actors in the village still face challenges in terms of soft skills, hard skills, and the use of digital technology. This community service program aims to improve the quality and competitiveness of coffee MSMEs through an integrated training approach focusing on three key areas: entrepreneurial soft skills, production and packaging hard skills, and digital marketing optimization. The methods used include field observation, participatory training, and direct mentoring with MSME actors. The results show a significant improvement in participants' understanding and skills in business planning, product quality enhancement, and digital promotion through social media and e-commerce platforms. Furthermore, the training successfully fostered motivation and self-confidence among MSME actors to independently and sustainably grow their businesses. This initiative is expected to be a starting point for building a strong, innovative, and competitive coffee MSME ecosystem in Gonoharjo Village.

Keywords: MSMEs, coffee, soft skills, hard skills, digital marketing

How to Cite: Herawati, M. Z., Setyahuni, S. W., Mahmud, M., & Damar, H. (2025). Peningkatan Kualitas SDM melalui Pelatihan Produksi dan Digital Marketing dengan Metode Learning by Practice di UMKM Desa Gonoharjo. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), 276-294. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.2672>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.2672>

Copyright© 2025, Herawati et al

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



PENDAHULUAN

Desa Gonoharjo terletak di lereng Gunung Ungaran, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Desa ini memiliki luas wilayah 703.628 km² dan memiliki populasi penduduk sebanyak 2.690 jiwa (Desa Gonoharjo, 2025). Berdasarkan data, pekerjaan warga Desa Gonoharjo yaitu sebagai petani kopi dan sebagai pelaku UMKM Kopi. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) secara signifikan berkontribusi terhadap ekonomi Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan (Novi Hardita Larasati, 2020).

UMKM adalah salah satu jenis usaha kecil menengah yang secara signifikan memiliki kontribusi pada pengembangan dan perluasan ekonomi lokal, dengan adanya UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Al Farisi & Iqbal Fasa, 2022). UMKM Desa Gonoharjo berfokus pada olahan kopi. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan BD (2024) sebagai salah satu pelaku UMKM di bidang kopi, menyampaikan bahwa Desa Gonoharjo tergolong memiliki hasil kopi yang sedikit dengan luas lahan kopi sebanyak 531,13 ha dengan hasil sekitar 191 ton dikarenakan warga setempat memilih untuk menjual kopi dalam bentuk *greenbeans*. Jika dibandingkan dengan Desa Mlatiharjo yang memiliki luas lahan 496 ha dengan kapasitas produksi kopi sebanyak 343 ton maka bisa disimpulkan bahwa Desa Mlatiharjo terbelang lebih unggul dari pada Desa Gonoharjo. Produk kopi menjadi produk utama dalam UMKM Desa Gonoharjo. Sebagian besar Sumber Daya Manusia (SDM) belum terkelola dengan baik dari segi *softskill* ataupun *hardskill* sehingga produk yang dihasilkan tidak memiliki inovasi produk baru. Berbeda dengan produk yang dihasilkan oleh UMKM dari Desa Mlatiharjo yang berhasil memproduksi kopi unggulan seperti kopi cening, kopi gempol dan kopi bozza yang berhasil menembus pasaran karena di kelola oleh SDM dengan baik dan terstruktur. Peningkatan ekonomi yang berkualitas dapat dilakukan melalui peningkatan keterampilan SDM, inovasi dan teknologi baru. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi pada *Sustainable Development Goals 8: Decent Work and Economic Growth* dengan memberikan kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. UMKM yang berfokus dengan SDGs Goals 8 secara berkelanjutan mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Selain itu, melalui pembangunan dan pengembangan usaha dapat menciptakan hubungan yang erat antar pelaku UMKM.



Gambar 1. Perbandingan hasil produk kopi Desa Gonoharjo dengan Pesaing.

Adapun hasil dari wawancara yang telah dilakukan dengan SY (2024) menyatakan bahwa Kondisi SDM di Desa Gonoharjo masih mengalami kendala khususnya dalam pengembangan produk UMKM dan belum sepenuhnya menyadari betapa pentingnya membentuk SDM yang berkualitas. Keterampilan pelaku UMKM terbilang masih kurang di bandingkan dengan kompetitif, khususnya keterampilan dalam inovasi produk baru, kemampuan dalam menguasai *digital marketing* dan pengembangan SDM. Pada saat ini UMKM Desa Gonoharjo membutuhkan pelatihan produksi, tahapan produksi, *digital marketing*, komunikasi dan informasi serta *problem solving* melalui metode *learning by practice* sebagai upaya peningkatan kualitas SDM di UMKM Desa Gonoharjo. Dalam upaya peningkatan kualitas SDM, pelaku usaha UMKM membutuhkan pelatihan *softskill & hardskill* karena Sumber Daya Manusia (SDM) adalah tokoh utama dalam menjalankan usaha UMKM dengan daya saing yang tinggi. Kehadiran tenaga kerja, pelatihan, dan pendidikan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan *profesionalisme* karyawan, itulah sebabnya Sumber Daya Manusia sangat penting dalam manajemen dan pengawasan operasi UMKM (Badawi et al., 2022). Pada dasarnya Sumber Daya Manusia (SDM) berperan sangat penting dalam suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). SDM adalah aset utama yang memberikan kontribusi signifikan sehingga menciptakan UMKM yang teroganisir. Tanpa kontribusi SDM, UMKM akan mengalami penurunan penjualan karena menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor. Dalam upaya mencapai efisiensi dan produktifitas, pelaku usaha harus meluangkan banyak waktu untuk mempelajari strategi usaha, pesaing, teknologi dan mempelajari karakteristik konsumen. Pelaku bisnis diharuskakn untuk mengembangkan kegiatan dan praktik SDM yang saling terhubung dan sesuai dengan kebutuhan organisasi (Angelika Yanuar Kirana et al., 2023). Kondisi ini relevan dengan target SDGs Goal 8 yang mendorong produktivitas UMKM melalui inovasi dan pelatihan. Implementasi strategi yang efektif dalam pengelolaan SDM dan peningkatan produktivitas akan membantu mencapai tujuan pengembangan UMKM berkelanjutan, hal

tersebut dapat menunjukkan peningkatan dari hasil pelatihan yang telah dilaksanakan sebagai upaya persiapan bersaing dalam pasar global yang kompetitif (Estiana et al., 2024).

Tabel 1 Perbandingan produk kopi

UMKM	Produk	Penjualan
Desa Mlatiharjo	kopi cening, kopi gempol dan kopi bozza	Shopee
Limbangan	Habitcoffe Robusta, <i>Greenbean Biji Robusta</i> , <i>Roasted bean Robusta</i>	Shopee, Tokopedia, dan <i>WhatsApp Bussines</i>
Desa Gonoharjo	Kopi bubuk dan <i>green beans</i>	<i>WhatsApp Bussines</i>

Sumber; Data diolah, 2024

Perbandingan produk kopi, dapat disimpulkan bahwa hasil produk olahan kopi di Desa Gonoharjo terbilang kurang variatif dibandingkan dengan kompetitor UMKM di Desa Mlatiharjo dan Kecamatan Limbangan. Kompetitor UMKM menghasilkan merek produk kopi sendiri sebagai ciri khas dari produk mereka. Selain itu kompetitor juga memanfaatkan *digital marketing* shopee dan tokopedia sebagai media penjualan. Sebagai contoh, Desa Mlatiharjo dapat memproduksi beberapa jenis kopi yaitu kopi cening, kopi gempol dan kopi bozza dengan penjualan melalui *e-commerce* shopee. Desa Limbangan menghasilkan kopi bubuk habitcoffe, *green bean biji robusta*, dan *roasted bean* dengan penjualan melalui *e-commerce* shopee, Tokopedia, dan *WhatsApp Bussines*. Namun, UMKM Desa Gonoharjo hanya memproduksi kopi bubuk dan *green bean* (biji hijau), pelaku UMKM menjual produk kepada tengkulak dengan metode *word of mouth* yang selanjutnya menggunakan *WhatsApp Bussines* sebagai perantara dan media komunikasi. *Word of mouth* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual, namun metode ini tidak dapat di akses secara luas. Hal tersebut menjadi keterbatasan *branding* produk dan kelemahan pengelolaan produk bagi pelaku UMKM di Desa Gonoharjo. Dalam upaya meningkatkan nilai jual kopi dan kualitas SDM pada UMKM Desa Gonoharjo, maka diperlukan peran SDM yang kompeten, yaitu dengan memberikan pelatihan *skill* dan peningkatan *skill* sehingga mampu memberikan *ouput* peningkatan terhadap kualitas UMKM. *Skill* tersebut dapat berupa pelatihan produksi kopi bubuk yang memperhatikan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, pelatihan tahapan produksi kopi untuk menentukan jenis kopi bubuk yang akan dijual seperti *frenchpress* dan *espresso*, Pelatihan *digital marketing* shopee untuk meningkatkan jangkauan pasar UMKM Desa Gonoharjo, pelatihan komunikasi sebagai cara penyampaian informasi yang baik dan benar terkait produk kopi, dan pelatihan *problem solving* melalui *Forum Group Discussion* (FGD) untuk menganalisis dan mencari alternatif solusi dalam sebuah permasalahan.

SDM berpengaruh penuh terhadap tujuan utama UMKM, oleh karena itu sebagai SDM harus mampu membuat strategi dan inovasi baru untuk mengembangkan produk dengan sasaran yang tepat. Peningkatan *skill* terhadap UMKM di fokuskan kepada pemilik dan pengelola operasional UMKM melalui *softskill* dan *hardskill*. *Skill* dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki oleh seseorang, kemampuan tersebut dapat dilihat dari seberapa terampil, kreatif dan inovatif dalam menjalankan UMKM. Berdasarkan studi-studi sebelumnya, pendekatan berbasis *learning by practice* belum banyak diterapkan pada UMKM di wilayah rural seperti Desa Gonoharjo. Metode *learning by practice* yang dilakukan melalui FGD dan *Workshop* merupakan pendekatan baru. Pendekatan pembelajaran yang aktif tidak hanya memotivasi untuk terlibat lebih intensif dalam proses belajar tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif, hal ini berkontribusi pada peningkatan keterlibatan emosional, intelektual, dan sosial sehingga mereka lebih termotivasi (Hariyanti et al., 2024)

Menurut (Ningsih et al., 2022) *softskill* merupakan sikap, perilaku ataupun kemampuan dalam keterampilan *interpersonal* dan keterampilan *intrapersonal* yang dapat dikembangkan sepenuhnya. *Softskill* menjadi hal yang sangat penting dalam dunia UMKM, melalui *softskill* pelaku usaha dapat menjalin interaksi yang baik dengan konsumen atau rekan kerja. *Hardskill* menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kualitas UMKM. (Narsih et al., 2023) Mengungkapkan bahwa *Hardskill* memiliki peran sebagai bagian dari kemampuan yang diperlukan ketika bergabung di dunia kerja, kemampuan ini dapat dicapai melalui berbagai macam cara seperti pelatihan, uji sertifikasi, magang, ataupun melalui pendidikan formal lain untuk menunjang keahlian seseorang. Dalam dunia UMKM *hardskill* memiliki tujuan untuk meningkatkan kapasitas individu sebagai cara yang efektif dan relevan dalam pertumbuhan UMKM, melalui *hardskill* yang dimiliki oleh setiap individu dalam UMKM membawa dampak yang signifikan. (Lubis et al., 2024) Mengungkapkan bahwa penerapan pemasaran *digital* yang memanfaatkan media sosial sangat penting karena dapat memberikan saran kepada mitra dan pelaku usaha tentang bagaimana cara mengembangkan jaringan mereka serta menggunakan media sosial untuk memberikan keunggulan kompetitif. *Digital marketing* menjadi peluang untuk UMKM pada saat ini, melalui *digital marketing* pelaku UMKM dapat memasarkan produk secara luas tanpa hambatan, selain itu produk UMKM juga dapat terjual dengan mudah dan dijangkau oleh pasaran yang sangat luas.

Seperti halnya yang terjadi pada UMKM di Desa Gonoharjo, sebanyak 60 pelaku UMKM saat ini kurang memiliki pengetahuan mengenai proses produksi dan pemasaran *digital* dengan baik, hal tersebut yang menjadi alasan mereka tidak memiliki *platform digital marketing* untuk mempromosikan produk mereka, sehingga produk kopi yang dihasilkan tidak dapat dijangkau oleh pasaran secara luas dibandingkan produk UMKM Desa Mlatiharjo dan Limbangan yang sudah terjangkau luas secara pasarnya. Menyadari terkait permasalahan yang ada pada UMKM Desa Gonoharjo saat ini, maka saya memiliki tujuan

untuk melakukan pengembangan produk olahan kopi yang lebih variatif melalui pelatihan *softskill* dan *hardskill* serta meningkatkan kualitas UMKM dengan optimalisasi SDM untuk menunjang keberlangsungan usaha UMKM yang lebih berkualitas dan unggul. Desa Gonoharjo membutuhkan *digital marketing* untuk memasarkan produk UMKM, *Digital marketing* memiliki fungsi sebagai media atau *platform digital* untuk mempromosikan dan menjual produk dengan jangkauan pasar yang lebih luas sehingga dapat menembus pasar internasional. Penulis berharap masyarakat dapat memperoleh manfaat dari pelatihan yang diberikan untuk mengelola UMKM yang inovatif, variatif, dan SDM dengan kualitas tinggi. Target luaran dari pengabdian ini adalah meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia di UMKM Desa Gonoharjo dari segi *softkill* dan *hardskill* melalui pelatihan produksi olahan kopi, tahapan produksi, komunikasi dan informasi, *problem solving*, serta adanya peningkatan terhadap pengetahuan pelaku usaha UMKM dalam penggunaan *platform digital marketing* dengan baik. Kontribusi kegiatan ini adalah memberikan model pelatihan berbasis praktik langsung yang dapat direplikasi pada UMKM lain, selain itu kegiatan ini dapat mendukung SDGs poin 4 (Pendidikan Berkualitas), poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan poin 9 (Inovasi dan Infrastruktur).

METODE PELAKSANAAN

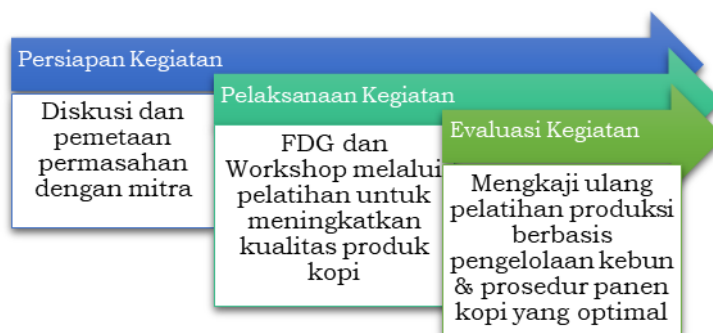
Skema yang digunakan ialah Pengabdian Masyarakat. Skema ini di ambil melalui data primer dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisikan indikator *softskill & hardskill* serta indikator *digital marketing*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha UMKM di Desa Gonoharjo sebanyak 60 orang. Menurut (Salwa Fadhillah et al., 2024) Populasi adalah kategori untuk generalisasi yang terdiri dari item atau orang dengan atribut dan jumlah tertentu yang telah dipilih untuk pengabdian dan pemahaman guna menarik kesimpulan.

Tabel 2 Roadmap tahapan program

No	Tahapan	Keterangan
1.	Data	Mengumpulkan data melalui kuisioner pre-test untuk mengetahui kebutuhan palaku UMKM
2.	Analisis Data	Menganalisis data untuk memastikan permasalahan dan solusi dalam jangka panjang
3.	Identifikasi Masalah	Pemasaran hanya menggunakan WOM, Penjualan produk kopi <i>by custom</i> , Kualitas bahan baku kurang diperhatikan, dan kurangnya pengembangan <i>skill</i> SDM
4.	Solusi	Memberikan <i>workshop</i> dan pelatihan produksi kopi dan <i>digital marketing</i> untuk meningkatkan kualitas SDM
5.	Strategi	<i>Forum Group Discussion (FGD) & Workshop</i>

No	Tahapan	Keterangan
6.	Kegiatan	Pelatihan peningkatan <i>softskill</i> komunikasi & <i>problem solving</i> , Pelatihan peningkatan <i>hardskill digital marketing</i> shopee, pelatihan produksi & tahapan produksi kopi

Pengabdian ini dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas SDM di UMKM Desa Gonoharjo melalui metode *learning by practice*. Menurut (Setianingsih Man, 2023) Keterampilan belajar dan motivasi dapat ditingkatkan dengan menggunakan metode praktik. Metode *learning by practice* yang akan digunakan yaitu melalui *workshop* dan *forum group discussion* (FGD). Dengan adanya kedua metode ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara penjual dengan pembeli serta dapat meningkatkan kolaborasi antar UMKM melalui *e-commerce* dengan melibatkan pelaku UMKM satu dengan yang lainnya untuk meningkatkan *skill* serta pengetahuan tentang *digital marketing*.



Gambar 2. Roadmap kegiatan pengabdian masyarakat

Roadmap kegiatan pengabdian masyarakat yang digunakan sebagai sumber acuan dalam mengukur pencapaian selama kegiatan berlangsung.

Forum Group Discussion (FGD)

Peningkatan kapasitas UMKM tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis (*hardskill*), tetapi juga keterampilan non-teknis (*softskill*), terutama dalam hal komunikasi interpersonal dan kemampuan memecahkan masalah. Dalam program pengabdian ini, Forum Group Discussion (FGD) digunakan sebagai metode partisipatif untuk memperkuat kedua aspek tersebut.

FGD dilaksanakan di rumah Ketua RT Dusun Nglimut dengan melibatkan 60 pelaku UMKM dari berbagai dusun. Forum ini berfungsi sebagai wahana pertukaran pengalaman dan pembahasan persoalan usaha, mulai dari produksi, pengemasan, hingga strategi pemasaran. FGD tidak hanya menjadi ruang untuk mengidentifikasi masalah, tetapi juga sebagai wahana penguatan jejaring dan kolaborasi usaha. Sebagaimana dikemukakan oleh Rahmawati et al. (2021), FGD merupakan bentuk kontak sosial dalam kelompok yang memiliki kesamaan pengalaman, masalah, serta ikatan sosial, dan mampu menghasilkan data melalui interaksi yang bersifat timbal balik.

Selama sesi diskusi, peserta dibagi per dusun untuk memfasilitasi penyampaian persoalan spesifik secara lebih fokus. Dalam forum ini, pelaku UMKM menyampaikan kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, seperti keterbatasan dalam menjangkau pasar, rendahnya kualitas komunikasi dengan pelanggan, serta kurangnya inovasi dalam promosi produk.

Dari sisi komunikasi, FGD secara langsung mengasah kemampuan interpersonal pelaku UMKM. Komunikasi yang efektif menjadi jembatan antara penjual dan pembeli, mempengaruhi keberlanjutan hubungan usaha dan loyalitas pelanggan (Damayani Pohan & Fitria, 2021). Komunikasi dapat bersifat verbal (lisan langsung) maupun nonverbal (tertulis, melalui media seperti email atau pesan teks) sebagaimana dijelaskan oleh Christine Natalia Hutapea (2020). Dalam konteks usaha kecil, penguasaan keduanya menentukan keberhasilan membangun relasi dan memperkuat citra usaha.

Tiga indikator komunikasi interpersonal yang digunakan untuk menilai peningkatan softskill melalui pre-test dan post-test mengacu pada Satyadharma et al. (2024), yaitu:

1. Keterbukaan: Sikap terbuka dalam menerima masukan, kritik, dan ide baru dari sesama pelaku UMKM maupun pelanggan. Keterbukaan menunjukkan kesiapan individu atau kelompok untuk tumbuh secara komunikatif.
2. Empati: Kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan orang lain secara emosional, khususnya pelanggan. Dalam komunikasi publik, empati merupakan indikator kepedulian terhadap pihak yang dilayani.
3. Rasa positif / self-confidence: Keyakinan diri dalam menyampaikan ide dan menjalin komunikasi produktif. Sikap ini memperkuat efektivitas interaksi dalam situasi bisnis dan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kredibilitas pelaku usaha.

Melalui pendekatan FGD, pelaku UMKM tidak hanya berlatih menyampaikan gagasan secara runtut dan persuasif, tetapi juga belajar untuk mendengarkan secara aktif dan memberikan umpan balik yang konstruktif. Proses ini membentuk atmosfer belajar yang kolaboratif, membangun kepercayaan diri, serta memperkuat kohesi sosial antar pelaku UMKM sebagai komunitas ekonomi lokal.

Problem solving

Strategi Solusi Pengembangan UMKM Desa Gonoharjo. Pertumbuhan UMKM kerap menghadapi hambatan baik dari aspek pemasaran, produksi, maupun kualitas SDM (Septiana et al., 2019). Di Desa Gonoharjo, upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dilakukan melalui pendekatan berbasis masalah (problem-based) dan strategi solusi terarah.

1. Identifikasi Masalah. Hasil wawancara mengungkap beberapa persoalan utama:
 - a. Pemasaran masih terbatas pada word of mouth dan sistem by custom.
 - b. Kualitas bahan baku kurang diperhatikan.
 - c. SDM belum maksimal dalam menciptakan inovasi produk.
 - d. Produk kopi belum dikembangkan menjadi varian yang lebih beragam.

2. Analisis Permasalahan
 - a. Pemasaran: Minimnya penggunaan digital marketing menyebabkan jangkauan pasar terbatas. Perlu inovasi dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk.
 - b. Kualitas Produk: Rendahnya pengetahuan tentang bahan baku dan proses produksi berdampak pada mutu produk kopi. Kurangnya kreativitas menghambat diversifikasi produk.
 - c. SDM: Keterbatasan hardskill dan softskill menyebabkan stagnasi pengembangan usaha. Produk yang dijual masih terbatas pada kopi bubuk tanpa varian turunan.
3. Strategi Solusi. Solusi dirancang menggunakan pendekatan learning by practice, yang menekankan praktik langsung dalam konteks nyata:
 - a. Pelatihan Digital Marketing: Mendorong pelaku UMKM menjual produk secara daring dan menjangkau pasar lebih luas.
 - b. Workshop Produksi & Bahan Baku: Meningkatkan pemahaman tentang kualitas bahan dan tahapan produksi untuk menghasilkan output optimal.
 - c. Pengembangan Softskill & Hardskill: Meningkatkan kemampuan komunikasi, problem solving, serta keterampilan teknis dalam mengelola dan mengembangkan produk.
 - d. FGD Tematik: Digunakan untuk membangun kolaborasi, berbagi pengalaman, dan menguatkan jaringan antar pelaku UMKM.

Workshop

Workshop UMKM Desa Gonoharjo: Penguatan Kapasitas melalui Praktik Terpadu. Workshop merupakan metode pembelajaran partisipatif yang mengintegrasikan diskusi kelompok, praktik langsung, refleksi, dan pengamatan (Agus et al., 2022; Wibowo & Zahrandika, 2022). Workshop ini melibatkan 60 pelaku UMKM Desa Gonoharjo dan dilaksanakan di Balai Desa, difasilitasi oleh Ibu Jumaiyah S.E., M.M. (pakar digital marketing) dan Bapak Fajar Saputra (praktisi kopi dan barista).

1. Digital Marketing Shopee

Digital marketing mendorong perluasan pasar UMKM melalui teknologi (Luckyta Sari & Putro, 2021). Pelatihan ini menekankan pentingnya pemanfaatan e-commerce untuk meningkatkan jangkauan dan daya saing produk. Indikator:

- a. Pengetahuan: Pemahaman penggunaan platform digital dalam promosi produk (Nurendah et al., 2023).
- b. Sikap & Kesadaran: Kemampuan menilai pentingnya digital marketing untuk branding dan visibilitas.
- c. Keterampilan: Kemampuan teknis mengelola akun, konten, dan promosi digital (Windyarsita & Anggraeni, 2021).

2. Pelatihan Produksi

Pelatihan bertujuan meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM dalam menghasilkan produk berkualitas (Astutiningrum, 2019). Indikator:

- a. Peserta siap dilatih secara aktif dan mental.
- b. Kualitas pelatih menentukan keberhasilan pelatihan.
- c. Kesesuaian bahan baku dengan jenis pelatihan.
- d. Metode pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan peserta.

3. Tahapan Produksi Kopi

Mengolah kopi dari bahan mentah menjadi produk siap jual memerlukan tahapan sistematis (Harum, 2022). Indikator Tahapan Produksi (Rifa et al., 2023):

- a. Roasting: Proses pemanggangan biji kopi dengan teknik light, medium, dan dark roast.
- b. Grinder: Penggilingan biji kopi sesuai tekstur (halus, sedang, kasar), memperhatikan suhu.
- c. Cupping: Evaluasi cita rasa kopi untuk menjamin kualitas sebelum dipasarkan.
- d. Packaging: Pengemasan kopi menggunakan kantong plastik berlapis foil atau kemasan kaleng/kotak untuk menjaga kualitas.

Pelatihan produksi dipandu oleh Bapak Fajar Saputra, barista profesional yang membimbing peserta dalam praktik langsung seluruh proses, dari roasting hingga packaging.

HASIL DAN DISKUSI

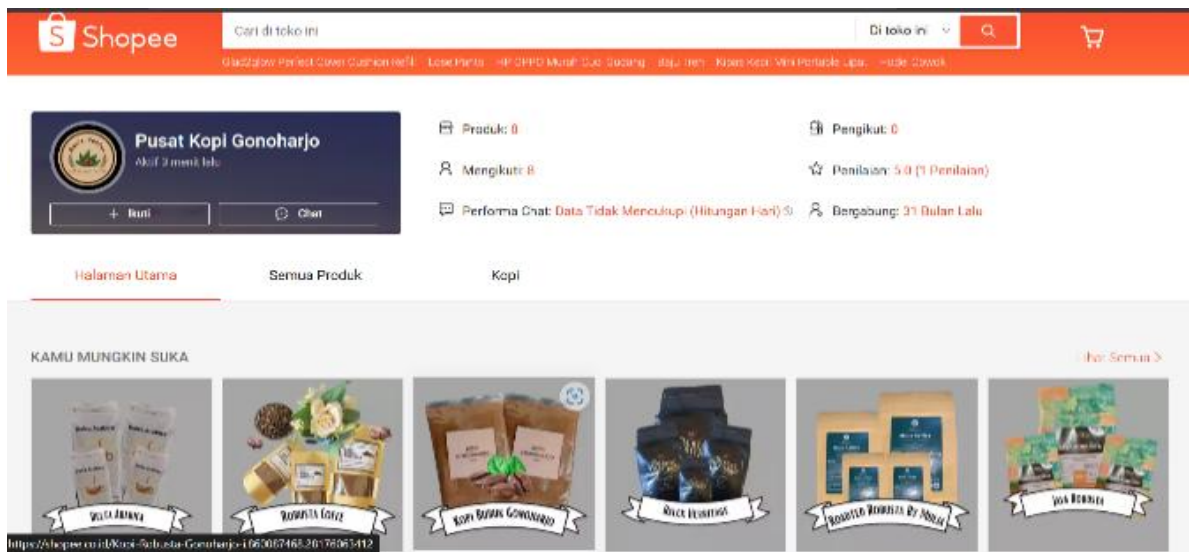
Pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Gonoharjo pada tanggal 14 Desember 2024 menggunakan metode *learning by practice*. Pelatihan diawali dengan pembukaan acara pada jam 08.00 WIB hingga selesai. Pelatihan bertempat di balai desa Gonoharjo kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Pelatihan ini dipimpin oleh instruktur atau pelatih khusus dibidang kopi Bapak Fajar Saputra dari Mijen, Semarang.



Gambar 3. Tahapan yang telah dilalui yaitu proses pendampingan dan pelatihan produksi kopi dengan pelaku UMKM Desa Gonoharjo. Menampilkan sesi praktik langsung pelatihan produksi kopi bersama pelaku UMKM. Dalam gambar terlihat interaksi antara instruktur dan peserta pelatihan saat menjelaskan tahapan roasting, grinding, dan cupping kopi. Kegiatan ini menunjukkan antusiasme peserta dalam memahami proses produksi kopi secara teknis.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing yang di pimpin oleh Ibu Jumaiyah S.E, M.M dari Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Kendal. Menampilkan momen saat Ibu Jumaiyah S.E., M.M. dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kendal memberikan pelatihan strategi pemasaran digital.



Gambar 5. E-commerce Shoopee Pusat Kopi yang dikelola oleh pelaku UMKM Desa Gonoharjo. Gambar ini menunjukkan tampilan etalase digital dari toko *Shopee* “Pusat Kopi” yang dikelola langsung oleh pelaku UMKM Desa Gonoharjo. Etalase ini merupakan hasil implementasi pelatihan digital marketing, sebagai media pemasaran online produk kopi lokal.



Gambar 6. Hasil produksi kopi dan packaging baru yang telah dilaksanakan melalui pelatihan terhadap pelaku UMKM Desa Gonoharjo. Gambar ini memperlihatkan hasil akhir berupa produk kopi yang telah dikemas dengan desain kemasan baru. Kemasan menggunakan material tahan air dan berdesain menarik, menunjukkan peningkatan kualitas setelah pelatihan produksi dan branding produk.

Pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Gonoharjo menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) serta kualitas produk kopi lokal. Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan *learning by practice*, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran, praktik langsung, serta diskusi kelompok. Pendekatan ini terbukti efektif karena tidak hanya memberikan pengetahuan secara teoritis, tetapi juga melatih keterampilan teknis dan membentuk kesadaran serta sikap profesional dalam mengelola usaha.

Salah satu capaian utama dari pelatihan ini adalah meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam proses produksi kopi. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM hanya memproduksi kopi dalam bentuk bubuk dengan teknik *roasting* yang belum standar dan tanpa proses pengujian kualitas. Melalui pelatihan yang dipandu oleh instruktur berpengalaman, para pelaku UMKM dikenalkan pada tiga metode *roasting* yang umum digunakan dalam industri kopi, yaitu *light roast*, *medium roast*, dan *dark roast*. Masing-masing teknik tersebut memiliki karakteristik rasa dan aroma yang berbeda serta segmentasi pasar tersendiri.

Pengenalan dan praktik *roasting* dilakukan secara bertahap, dimulai dari pemilihan bahan baku berkualitas, teknik menyangrai, proses *grinding*, hingga tahap *cupping* untuk mengevaluasi cita rasa. Keikutsertaan peserta dalam setiap tahapan proses produksi ini berdampak langsung terhadap pemahaman mereka dalam menjaga konsistensi mutu produk kopi. Mereka juga didorong untuk mengevaluasi produk secara mandiri, agar mampu mengembangkan standar produksi yang layak jual dan berdaya saing tinggi.

Selain peningkatan pada aspek teknis produksi, pelatihan ini juga berdampak pada pengembangan desain dan kemasan produk. Sebelum program ini dilaksanakan, sebagian besar produk kopi UMKM di Desa Gonoharjo dikemas secara sederhana tanpa label, informasi gizi, atau branding yang memadai. Hal ini tentu membatasi potensi produk untuk bersaing di pasar yang lebih luas, terutama pasar digital dan ritel modern. Namun, setelah mengikuti pelatihan, para pelaku UMKM mampu merancang kemasan produk dengan lebih menarik dan profesional. Kini, produk kopi dari Desa Gonoharjo hadir dengan packaging yang informatif, memuat nama produk, jenis kopi, tanggal *roasting*, berat bersih, serta informasi produsen dan izin edar. Desain kemasan juga disesuaikan dengan kebutuhan pasar, menggunakan bahan tahan air dan memiliki estetika visual yang memikat konsumen.

Tidak kalah penting adalah hasil dari pelatihan *digital marketing*. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM tidak hanya memahami pentingnya promosi secara digital, tetapi juga langsung mempraktikkan pemasaran produk melalui platform e-commerce seperti Shopee. Salah satu capaian konkret adalah terbentuknya akun toko daring “Pusat Kopi” yang dikelola langsung oleh pelaku

UMKM. Hal ini membuka peluang pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan, karena produk mereka kini dapat diakses oleh konsumen dari berbagai wilayah.

Pelatihan ini berhasil mewujudkan target luaran yang dirancang, yaitu peningkatan kualitas SDM, produk, dan pemasaran UMKM kopi di Desa Gonoharjo. Peningkatan ini diharapkan berlanjut melalui pendampingan lanjutan dan kolaborasi yang berkelanjutan antara pihak akademisi, pemerintah daerah, dan komunitas pelaku usaha.

Uji Validitas

Dalam upaya mengetahui normalitas data penelitian sebanyak 60 maka diperlukan uji *validitas* untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian dalam mengukur dan memperoleh data. Cara menguji *validitas* yaitu menyesuaikan *rtabel* dengan $N=60$ maka diperoleh *rtabel* sebesar 0,254. Oleh karena itu uji validitas dapat dihitung dengan *rtabel* sebagai berikut :

1. Nilai *rhitung* > *rtabel* = valid
2. Nilai *rhitung* < *rtabel* = tidak valid

Hasil dari uji *Validitas* pada data *pre-test* dan *post-test* adalah valid, hal tersebut dapat dilihat pada tabel di atas yaitu nilai *r-hitung* > *r-tabel* maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid.

Uji Reabilitas

Uji *reabilitas* bertujuan untuk melihat konsistensi data jika melakukan uji secara berulang kali. Uji ini dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,06. Berdasarkan hasil dari data *Pre test* dan *Post test* yang telah diolah dapat disimpulkan nilai *cronbach's alpha* yaitu 0.877 dan 0,622 yang berarti data tersebut reliabel.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Pre-test		Post-test	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
0.877	5	0.622	5

Hasil nilai *cronbach's alpha* dari data yang telah diolah menunjukkan > 0,06 maka data tersebut dikatakan reliabel.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Setelah melakukan uji *validitas* dan *reabilitas* maka dilakukan Uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai metode normalitas suatu data. Uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan lebih dari 60 sampel responden. Untuk menguji apakah data yang didistribusikan normal atau tidak Berikut adalah kriteria uji *Kolmogorov-Smirnov*:

1. Jika hasil uji *kolmogorov-smirnov* > 0,05 maka data tersebut normal.
2. Jika hasil uji *Kolmogorov-smirnov* < 0,05 maka data tersebut tidak normal

Tabel 3 Uji Kolmogorov Smirnov

One Sample K-S Pre-test		One Sample K-S Post-test	
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.200	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.024

Uji Kolmogorov-smirnov pada *pre-test* menunjukkan nilai signifikansi 0,200 dan hasil *post-test* menunjukkan nilai signifikansi 0,024. Dengan adanya pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil uji Kolmogorov-smirnov ini adalah normal.

Uji T-test

Uji T-test adalah prosedur uji-t untuk satu sampel, jika rata-rata suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai konstanta tertentu (Delaila Siregar et al., 2024). Berikut adalah kriteria signifikansi hasil data :

1. Nilai signifikansi < 0,05 = signifikan/terdapat perbedaan
2. Nilai signifikansi > 0,05 = tidak signifikan/tidak terdapat perbedaan

Tabel 4 Uji T-test

Penguasaan Pelatihan Produksi	KETERANGAN	MEAN	SIG. (2-TAILED)
	PRE TEST	13.38	0.706
	POST TEST	13.47	
Penguasaan Tahapan Produksi	KETERANGAN	MEAN	SIG. (2-TAILED)
	PRE TEST	9.35	0.000
	POST TEST	36.20	
Penguasaan Digital Marketing	KETERANGAN	MEAN	SIG. (2-TAILED)
	PRE TEST	9.03	0.000
	POST TEST	54.58	
Penguasaan Komunikasi Dan Informasi	KETERANGAN	MEAN	SIG. (2-TAILED)
	PRE TEST	9.73	0.000
	POST TEST	73.25	
Kemampuan Memecahkan Permasalahan	KETERANGAN	MEAN	SIG. (2-TAILED)
	PRE TEST	27.17	0.000
	POST TEST	246.23	

Hasil uji T-test terhadap lima aspek kompetensi pelaku UMKM Desa Gonoharjo menunjukkan efektivitas pelatihan yang diberikan melalui pendekatan *learning by practice*. Aspek pertama yang diuji adalah penguasaan pelatihan produksi. Hasil analisis statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,706, yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penguasaan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Dengan kata lain, pelatihan tidak memberikan dampak besar dalam aspek ini. Hal ini cukup beralasan karena sebagian besar pelaku UMKM di Desa Gonoharjo telah memiliki pengalaman dalam memproduksi kopi. Mereka sudah terbiasa dengan proses produksi kopi secara manual, mulai dari penjemuran, penyangraian, hingga penggilingan. Seperti disampaikan oleh salah satu responden, BN, "Warga di sini sudah terbiasa produksi kopi mbak, tahapan-tahapannya pun kami sudah paham. Yang jadi kendala warga itu tidak

bisa mengembangkan hasil kopinya, karena kurang inovatif juga.” Pernyataan ini memperkuat hasil T-test bahwa pelatihan produksi tidak berdampak signifikan karena kompetensi ini sudah dikuasai sejak awal.

Namun, perbedaan mencolok terjadi pada aspek penguasaan tahapan produksi. Nilai signifikansi sebesar 0,000 mengindikasikan adanya peningkatan yang signifikan setelah pelatihan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang lebih sistematis dan mendalam dalam proses produksi kopi. Tahapan-tahapan seperti pemilahan biji, teknik *roasting* dengan berbagai level (light, medium, dark), pengemasan higienis, dan penyimpanan yang tepat menjadi pengetahuan baru yang sebelumnya belum diterapkan secara optimal.

Pelatihan juga menunjukkan dampak besar pada penguasaan digital marketing. Dengan nilai signifikansi 0,000 dan rata-rata nilai meningkat dari 9,03 menjadi 54,58, pelatihan ini sangat efektif memperkenalkan peserta pada teknik pemasaran digital. Sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya belum pernah menggunakan media sosial, marketplace, atau strategi promosi digital lainnya untuk menjual produk mereka. Pelatihan yang dipandu oleh narasumber dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kendal membuka wawasan baru tentang pentingnya kehadiran produk secara daring. Peserta mulai memanfaatkan platform seperti Shopee, WhatsApp Business, dan Instagram untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, kemampuan komunikasi dan informasi juga menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan telah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam menyampaikan informasi secara efektif, baik secara verbal kepada pelanggan maupun dalam bentuk tulisan seperti deskripsi produk yang informatif dan menarik di platform online. Penguatan kemampuan ini penting dalam membangun citra produk, membangun kepercayaan konsumen, serta menjelaskan keunggulan kopi lokal Gonoharjo kepada pasar yang lebih luas.

Aspek terakhir yang diuji adalah kemampuan memecahkan permasalahan. Hasil yang diperoleh sangat mencolok dengan nilai signifikansi 0,000 dan peningkatan rata-rata dari 27,17 menjadi 246,23. Data ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan dampak luar biasa dalam mendorong pelaku UMKM untuk berpikir kritis, menemukan solusi dari hambatan yang mereka hadapi, serta mengembangkan inovasi usaha. Pelatihan yang bersifat langsung praktik (*learning by practice*) memungkinkan peserta mengalami situasi nyata dalam menyelesaikan persoalan, baik dalam hal produksi, pemasaran, maupun pelayanan pelanggan.

Pelatihan yang dilaksanakan berhasil memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan kompetensi pelaku UMKM di Desa Gonoharjo, terutama pada aspek-aspek yang selama ini belum mereka kuasai. Kecuali pada pelatihan produksi dasar, pelatihan memberikan kontribusi besar terhadap

peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan strategi bisnis, serta keberdayaan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif. Pelatihan ini diharapkan menjadi fondasi penting untuk pengembangan UMKM kopi yang berkelanjutan dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Pelatihan bagi pelaku UMKM kopi di Desa Gonoharjo dengan pendekatan *learning by practice* terbukti efektif meningkatkan kapasitas SDM dan mutu usaha. Hasil uji T-test menunjukkan peningkatan signifikan pada penguasaan tahapan produksi, digital marketing, komunikasi, dan kemampuan pemecahan masalah. Meskipun pelatihan produksi dasar tidak memberikan perubahan signifikan karena sudah dikuasai sebelumnya, pelatihan lainnya berdampak positif terhadap pemahaman teknis dan strategi usaha. Peserta mampu mengolah kopi dengan teknik *roasting* yang lebih variatif, mengemas produk secara profesional, serta memasarkan melalui platform digital seperti Shopee. Selain itu, kemampuan komunikasi dan penyelesaian masalah meningkat melalui forum diskusi dan praktik langsung. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM kopi lokal dan membuka akses pasar yang lebih luas. Program ini berpotensi direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa dan mendukung tercapainya SDGs poin 4 (pendidikan), 8 (pekerjaan layak), dan 9 (inovasi).

REKOMENDASI

Berdasarkan pengabdian yang telah saya laksanakan, pelatihan produksi kopi tidak terdapat perbedaan antara sebelum dengan sesudah diadakannya pelatihan. Hal tersebut disebabkan karena pelaku UMKM Desa Gonoharjo sudah terbiasa memproduksi kopi secara tradisional untuk dijual. Oleh karena itu diperlukan pelatihan produksi kopi yang lebih relevan dengan cara mengkaji ulang dengan pelatihan produksi kopi yang lainnya. Contohnya pelatihan berbasis komunitas petani kopi yang berbasis pada pengelolaan kebun kopi dan prosedur panen kopi yang optimal. Selain itu pelatihan olahan kopi jangka panjang seperti pelatihan sabun kopi, *diffuser* kopi, dan *cascara tea* (the kulit kopi). Melalui pelatihan yang relevan dapat meningkatkan kualitas kinerja SDM dan meningkatkan perekonomian di UMKM Desa Gonoharjo.

REFERENSI

- Ade Ika Astutiningrum. (2019). PENGARUH PELATIHAN, PENDAMPINGAN, DAN PEMBINAAN PEMERINTAH KOTA SEMARANG TERHADAP KEBERHASILAN UMKM KECAMATAN SEMARANG UTARA. Skripsi.
- Agus, F., Mahendra Putra, G., Alfandi Kamil, Z., Arifin, I., & Ihza Gifari, O. (2022). Peningkatan Kemampuan Analisis Statistik Kuantitatif Pada Riset Eksperimen Dengan Metode Workshop. <http://e->

- journals.unmul.ac.id/index.php/palat
- Al Farisi, S., & Iqbal Fasa, M. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1). <http://ejurnal.iaipdnganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- Angelika Yanuar Kirana, Mohamad Saifudin, Muhammad Miftachul Mukhlisin, Nina Fatmawati, & Mochammad Isa Ansori. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Badawi, A., Nugroho, L., Kunci, K., Keberlanjutan, :, Umkm, B., Sdm, K., & Keuangan, L. (2022). KEBERLANGSUNGAN USAHA MELALUI PENINGKATAN KUALITAS SDM UNTUK MENCIPTAKAN PERILAKU INOVATIF DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PADA UMKM KELURAHAN MERUYA UTARA.
- Christine Natalia Hutapea. (2020). Komunikasi Interpersonal dan Kinerja Usaha Kecil Menengah di Palangka Raya; Berbagi Pengetahuan sebagai Mediasi (Vol. 11, Issue 3).
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Delaila Siregar, H., Wassalwa, M., Janani, K., & Harahap, I. S. (2024). AL ITIHADU JURNAL PENDIDIKAN MENGGUNAKAN STATISTIK PARAMETRIK (Vol. 3, Issue 1). <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu>
- Desa Gonoharjo. (2025). Data Penduduk Desa Gonoharjo.
- Estiana, R., Nurdin, Damiyana, D., Pramulanto, H., & Akhmad, J. (2024). PENGELOLAAN SDM UMKM DI ERA DIGITAL PADA PULAU HARAPAN, KEPULAUAN SERIBU. *JURNAL ABDIMAS PLJ*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.34127/japlj.v4i1.1150>
- Hariyanti, M., Diklat, L., & Lampung, K. B. (2024). SAIBUMI Sinergi Aksi Inovasi Budaya Menulis Inspiratif. <https://doi.org/10.38075/tp.v15i1>
- Harum, S. (2022). Analisis Produksi Kopi Di Indonesia Tahun 2015-2020 Menggunakan Metode Cobb-Douglass. 4(2), p.
- Lubis, H. P., Viridya Tasril, Riska Franita, & Firdiya Amiyananda. (2024). Edukasi Digital Marketing Kepada Pelaku Usaha di Desa Sampe Cita Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v3i2.518>
- Luckyta Sari, S., & Utama Wardoyo Putro, P. (2021). JAJANAN TRADISIONAL GO ONLINE: SOSIALISASI MARKET PLACE BAGI PELAKU UMKM JAJANAN TRADISIONAL DI DESA TEMPURSARI KABUPATEN MADIUN. *Jurnal Berdaya Mandiri*.
- Narsih, D., Rizkiyah², N., & Nurjanah, S. A. (2023). BIMBINGAN BELAJAR GRATIS UNTUK SISWA TIDAK MAMPU SEBAGAI USAHA PENINGKATAN

HARD SKILL MASYARAKAT DI KABUPATEN BOGOR.

- Ningsih, N. A., Khaerunnisa, L., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). DETERMINASI PRODUKTIVITAS: SKILL, MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA (LITERATURE REVIEW PENGANTAR MANAJEMEN SDM). 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Novi Hardita Larasati. (2020). Pengertian UMKM Menurut Ahli. Website. <https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html>
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Husaeni, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Mendukung Bauran Promosi UMKM Kota Bogor. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.1643>
- Rahmawati, R., Apriliya, S., & Mulyadiprana, A. (2021). Pengembangan Rubrik Penilaian Menulis Puisidi Sekolah Dasar (Vol. 8, Issue 3). <http://ejournal.upi.edu/index.php/pedadidaktika/index>
- Rifa, A., Subagja, G., Roni, M., Ilmu Administrasi Bisnis, J., Lampung, U., & IKM Diskusi Kopi Bandar Lampung, F. (2023). Analisis Pemrosesan Kopi Bubuk Robusta Pada Industri Kecil Menengah Di Bandar Lampung (Analysis of Ground-Roasted Robusta Coffee Processing in Small and Medium Industries in Bandar Lampung).
- Salwa Fadhillah, A., Dirga Febrian, M., Cahyo Prakoso, M., Rahmaniah, M., Dania Putri, S., Siti Nurlaela, R., & Teknologi Pangan dan Gizi, M. (2024). SISTEM PENGAMBILAN CONTOH DALAM METODE PENELITIAN (Vol. 3).
- Satyadharma, M., Susanti, N., Dina Karamani, D., & Sulawesi Tenggara, U. (2024). KOMUNIKASI PETUGAS DALAM PENINGKATAN LAYANAN PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO (DINAS PERHUBUNGAN PROVINSI SULAWESI TENGGARA). JDMR Jurnal Digital Media & Relationship Jurnal Digital Media &, 6(1), 1–8.
- Septiana, N. I., Muar, R., & Rozi, A. F. (2019). Analisis Masalah dan Solusi Prioritas Pengembangan UMKM. Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i1.785>
- Setianingsih Man, N. (2023). PENERAPAN PEMBELAJARAN BERBASIS PRAKTIKUM UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI DAN HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK PADA MATERI KIMIA HIJAU. SCIENCE: Jurnal Inovasi Pendidikan Matematika Dan IPA, 3(3).
- Wibowo, A. C., & Zahrandika, M. R. (2022). Workshop untuk Meningkatkan Keahlian HCTS dalam Membuat Virtual Event.
- Windyarsita, M., & Anggraeni, T. P. (2021). Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Kota Wonogiri.