

## Pendampingan UMKM melalui Penyediaan Lapak dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

*Assistance for MSMEs through the Provision of Stalls to Improve the Community Economy*

Asfahani Asfahani<sup>1</sup>, Asysta Amalia Pasaribu<sup>2</sup>, A Idun Suwarna<sup>3</sup>

<sup>1</sup>) Institut Agama Islam Sunan Giri Ponorogo, Indonesia

<sup>2</sup>) Universitas Bina Nusantara, Indonesia

<sup>3</sup>) STIE PASIM Sukabumi, Indonesia

Correspondence e-mail; asfahani@insuriponorogo.ac.id

### Article history

Submitted: 2023/01/19; Revised: 2023/02/18; Accepted: 2023/03/08

### Abstract

In many countries, MSMEs are often faced with various obstacles such as limited capital, limited access to markets, and lack of managerial skills. Providing stalls for MSMEs can be an effective strategy in helping them expand their market reach and increase product visibility. The aim of this service is to assist MSMEs through providing stalls to improve the community's economy. The method used in this service research is the ABCD method. From the results of this research discussion, it can be concluded that mentoring MSMEs through the provision of stalls has a positive impact in improving the community's economy. Lapak not only provides opportunities for MSMEs to expand market reach and increase sales, but also creates closer relationships between business actors and consumers, which can contribute to the development of local communities.

### Keywords

assistance; community; economy; MSMEs; stalls



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

## PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian tentang pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat merupakan upaya yang relevan dan strategis dalam mengatasi tantangan ekonomi di tingkat lokal. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara karena kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan (Pratama et al., 2019). Di banyak negara, UMKM seringkali dihadapkan pada berbagai kendala seperti keterbatasan modal, akses terbatas ke pasar, dan kurangnya keterampilan manajerial.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat di era globalisasi menuntut UMKM untuk lebih inovatif dan adaptif agar dapat bertahan dan tumbuh (Kamil et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam memberikan dukungan kepada UMKM, salah satunya melalui penyediaan lapak.

Penyediaan lapak bagi UMKM dapat menjadi strategi yang efektif dalam membantu mereka memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Lapak ini dapat berupa ruang fisik di pasar tradisional, pusat perbelanjaan, atau platform online (Nita et al., 2022); (Alfiana et al., 2023). Dengan memiliki lapak, UMKM dapat lebih mudah menarik perhatian konsumen, membangun citra merek, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, penyediaan lapak juga dapat membantu UMKM dalam mengatasi kendala akses pasar dan meningkatkan daya saing (Hasanah, 2022). Dengan adanya lapak, UMKM dapat memiliki tempat strategis untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, mengumpulkan umpan balik, dan melakukan inovasi produk. Hal ini dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dalam konteks perekonomian masyarakat, peningkatan performa UMKM akan berdampak positif pada pengurangan tingkat pengangguran, peningkatan pendapatan per kapita, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Setiawan, 2019); (Sukarma et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang dampak dari pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak terhadap perkembangan ekonomi masyarakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi model ini.

Meskipun pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dianggap sebagai solusi yang potensial untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, terdapat kekurangan dalam literatur dan penelitian yang secara khusus membahas efektivitas model ini. Sebagian besar penelitian yang telah dilakukan lebih fokus pada aspek-aspek umum pendampingan UMKM atau pembinaan bisnis (Arif & Yuniningsih, 2023; Azizah & Manobal, 2023; Hamzah et al., 2023; Moerad et al., 2023; Nurfalaqi et al., 2023), sedangkan peran konkrit penyediaan lapak sebagai elemen kunci dalam strategi tersebut seringkali belum dieksplorasi secara mendalam. Selain itu, penelitian yang mendalam tentang dampak langsung penyediaan lapak terhadap peningkatan daya saing dan penjualan UMKM serta konsekuensinya terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal masih terbatas. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk menjembatani kesenjangan ini dan melakukan analisis lebih lanjut guna memahami secara lebih holistik tentang bagaimana penyediaan lapak dapat

menjadi katalisator efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM dan masyarakat secara keseluruhan.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM melalui penyediaan lapak untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi dan kebijakan pendampingan UMKM, khususnya melalui penyediaan lapak, guna mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## **METODE**

Metode penelitian pengabdian ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang efektivitas pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pertama-tama, penelitian ini akan mengadopsi pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) melalui beberapa tahapan dan wawancara dengan pemilik UMKM yang telah mengikuti program pendampingan melalui penyediaan lapak. Wawancara ini akan difokuskan pada pengalaman, tantangan, dan manfaat yang dirasakan oleh pemilik UMKM selama melibatkan diri dalam model ini. Selanjutnya, survei akan digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif yang lebih luas dari sejumlah UMKM yang telah terlibat dalam pendampingan serupa. Survei ini akan mencakup aspek-aspek seperti peningkatan penjualan, perluasan pasar, dan persepsi pemilik UMKM terhadap dampak penyediaan lapak terhadap bisnis mereka. Selain itu, observasi langsung akan dilakukan untuk mengamati dinamika interaksi antara pemilik UMKM dan konsumen di lapak yang disediakan. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana keberadaan lapak memengaruhi pola konsumsi, respons pelanggan, dan strategi pemasaran UMKM. Analisis data akan dilakukan secara terintegrasi, menggabungkan temuan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang dampak pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan melibatkan pemangku kepentingan terkait, seperti pemerintah daerah, organisasi nirlaba, dan pelaku industri terkait, melalui forum diskusi atau lokakarya. Tujuan dari keterlibatan ini adalah untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas tentang faktor-faktor penentu keberhasilan model pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak, serta potensi peran aktif pemangku kepentingan dalam mendukung implementasinya. Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk menggali pemahaman yang mendalam dan menyeluruh, serta memberikan rekomendasi praktis untuk memperkuat model pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal.

## **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

### **Temuan**

Temuan penelitian pengabdian ini memberikan gambaran yang kaya dan mendalam mengenai dampak pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM yang terlibat dalam program pendampingan, ditemukan bahwa penyediaan lapak memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan akses pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Para pemilik UMKM menyampaikan bahwa lapak memberikan platform yang efektif untuk menarik perhatian konsumen, membangun kepercayaan, dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Data survei kuantitatif mendukung temuan ini dengan menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan setelah UMKM terlibat dalam program pendampingan melalui penyediaan lapak. Responden menyatakan bahwa lapak memberikan mereka peluang untuk menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Selain itu, survei juga mencatat bahwa lapak memberikan dorongan positif terhadap citra merek UMKM, menciptakan identitas yang lebih kuat di mata konsumen.

Observasi langsung terhadap interaksi antara pemilik UMKM dan konsumen di lapak menunjukkan bahwa keberadaan fisik lapak menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan mengundang. Ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan dan perasaan komunitas di sekitar UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan wawancara yang menunjukkan bahwa hubungan langsung antara pemilik UMKM dan konsumen memberikan peluang untuk mendapatkan umpan balik langsung, memahami kebutuhan pelanggan, dan melakukan penyesuaian produk yang lebih tepat. Namun, temuan penelitian juga menyoroti beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam implementasi model ini. Beberapa pemilik UMKM menyatakan bahwa biaya operasional dan manajemen lapak menjadi beban tambahan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk memberikan dukungan lebih lanjut, terutama dalam hal pelatihan manajerial dan akses ke modal.



Gambar 1. Lapak UMKM yang sudah siap di Taman Kel. Kanigoro

Selain itu, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya dukungan dari pemangku kepentingan terkait, seperti pemerintah daerah dan organisasi nirlaba, dalam menjaga keberlanjutan program pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak. Keterlibatan aktif dan pembangunan ekosistem yang mendukung menjadi kunci dalam memastikan bahwa manfaat dari program ini dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh UMKM dan masyarakat lokal.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang efektivitas model pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal, dengan menyediakan informasi yang dapat membantu perumusan kebijakan, program, dan praktik terkait di masa mendatang.

## **Pembahasan**

Analisis pembahasan penelitian pengabdian ini menyoroti sejumlah aspek yang relevan untuk memahami secara lebih mendalam efektivitas pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dalam konteks meningkatkan perekonomian masyarakat. Salah satu aspek kunci yang perlu diperhatikan adalah kontribusi lapak dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Temuan penelitian menunjukkan bahwa lapak memberikan platform yang efektif bagi UMKM untuk lebih mudah menjangkau konsumen, membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan penjualan. Ini konsisten dengan literatur yang menekankan pentingnya akses pasar dan promosi produk sebagai elemen utama dalam pengembangan UMKM.

Dalam konteks ini, penting untuk mencatat bahwa lapak bukan hanya sebagai tempat transaksi komersial, tetapi juga sebagai wadah untuk membangun hubungan antara pemilik UMKM dan konsumen. Observasi langsung menunjukkan bahwa keberadaan lapak menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan mengundang, meningkatkan peluang untuk membangun loyalitas pelanggan. Oleh

karena itu, tidak hanya peningkatan penjualan yang dapat diukur secara langsung, tetapi juga penciptaan nilai jangka panjang melalui hubungan yang lebih erat antara pelaku usaha dan konsumen.

Tantangan finansial yang dihadapi oleh UMKM, terutama terkait dengan biaya operasional lapak, juga merupakan aspek penting yang muncul dalam penelitian ini. Meskipun lapak memberikan manfaat nyata, perlu diakui bahwa pengelolaan dan pemeliharaan lapak memiliki biaya yang signifikan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang berkelanjutan untuk memberikan dukungan keuangan dan pelatihan manajerial kepada UMKM agar mereka dapat mengelola lapak dengan efisien (Suyatno & Suryani, 2022); (Kadeni, 2020). Selain itu, pembahasan juga menyoroti pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan eksternal, seperti pemerintah daerah dan organisasi nirlaba, dalam menjaga keberlanjutan program ini. Kerjasama yang erat dengan pemangku kepentingan eksternal dapat membantu dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM, termasuk regulasi, akses ke sumber daya, dan pemahaman pasar yang lebih baik.

Dalam merangkum, analisis pembahasan penelitian pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, untuk mencapai dampak yang berkelanjutan, perlu adanya upaya lintas-sektoral dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait untuk memastikan keberlanjutan program ini dan optimalisasi manfaatnya bagi UMKM dan masyarakat lokal.

Analisis pembahasan penelitian pengabdian ini dilakukan dengan menyandingkan temuan penelitian dengan penelitian sebelumnya dan teori yang relevan dalam konteks pendampingan UMKM dan strategi penyediaan lapak. Penelitian sebelumnya mengenai pemberdayaan UMKM dan strategi pengembangan ekonomi lokal menjadi landasan penting untuk membandingkan temuan penelitian ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya.

Dalam beberapa penelitian sebelumnya, telah diungkapkan bahwa pemberian dukungan yang holistik terhadap UMKM dapat membawa dampak positif pada pertumbuhan bisnis dan perekonomian lokal (Desembrianita et al., 2023). Dalam konteks ini, pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dapat dipandang sebagai strategi khusus yang melibatkan aspek pemasaran dan akses pasar (Padil et al., 2021). Temuan penelitian ini mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa lapak memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra merek.

Teori pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan UMKM juga relevan dalam mendukung temuan penelitian ini. Konsep pemberdayaan lokal menekankan pentingnya memberdayakan aktor lokal, termasuk UMKM, untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan ekonomi dan sosial. Penyediaan lapak, sebagai bentuk dukungan fisik dan simbolis, dapat dilihat sebagai salah satu cara untuk mendorong partisipasi UMKM dalam ekosistem ekonomi lokal (Andaningsih et al., 2022); (Nugroho et al., 2023). Namun, perlu diakui bahwa ada tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM, terutama terkait dengan aspek finansial dan manajerial dalam menjalankan lapak. Dalam literatur sebelumnya, beberapa penelitian menyoroti pentingnya manajemen keuangan dan pelatihan manajerial dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM (Haslinah et al., 2023); (Kustiningsih & Farhan, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini menambah kontribusi terhadap pemahaman praktis dengan menyoroti kebutuhan mendesak untuk mendukung UMKM dalam mengatasi tantangan tersebut, misalnya melalui pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif.

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak dapat menjadi strategi yang berpotensi dalam menghadapi tantangan perekonomian masyarakat lokal. Integrasi temuan ini dengan teori pemberdayaan dan penelitian sebelumnya memperkuat argumentasi bahwa model ini memiliki relevansi dan potensi keberlanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inklusif. Oleh karena itu, rekomendasi kebijakan dapat diformulasikan dengan mempertimbangkan temuan ini dan memastikan adanya dukungan lintas-sektoral untuk mengoptimalkan manfaatnya bagi UMKM dan masyarakat lokal secara keseluruhan demi meningkatkan perekonomian masyarakat.

## **SIMPULAN**

Dari pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pendampingan UMKM melalui penyediaan lapak memiliki dampak positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Lapak tidak hanya memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih erat antara pelaku usaha dan konsumen, yang dapat berkontribusi pada pembangunan komunitas lokal. Meskipun demikian, tantangan finansial dan manajerial perlu diatasi dengan pendekatan yang lebih holistik, termasuk pelatihan manajerial intensif dan dukungan keuangan. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada aspek-aspek tertentu untuk meningkatkan pemahaman lebih lanjut dan memberikan pandangan

yang lebih komprehensif. Misalnya, penelitian mendalam tentang model keberlanjutan bisnis dari lapak UMKM dan dampaknya terhadap keberlanjutan ekonomi lokal dapat menjadi subjek penelitian yang bermanfaat. Selain itu, penelitian dapat menggali lebih dalam mengenai peran pemangku kepentingan eksternal, seperti pemerintah daerah dan organisasi nirlaba, dalam mendukung keberlanjutan program ini dan meningkatkan dampak positifnya.

## REFERENSI

- Alfiana, A., Mulatsih, L. S., Kakaly, S., Rais, R., Husnita, L., & Asfahani, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Desa Edukasi Digital Di Era Teknologi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7113–7120.
- Andaningsih, I. G. P. R., Trinandari, T., Novita, N., & Kurnia, K. (2022). Pemberdayaan Umkm Melalui Digitalisasi Keuangan Menggunakan Aplikasi Catatan Keuangan Di Pasar Kranggan Wilayah Kecamatan Jati Sampurna Kota Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 143–155.
- Arif, A. N., & Yuniningsih, Y. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Umkm Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 1–7.
- Azizah, N., & Manobal, Z. (2023). Pendampingan Dan Pelatihan Bagi Umkm Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo Mengenai Digital Marketing. *Nusantara Mengabdi Kepada Negeri*, 1(3), 7–12.
- Desembrianita, E., Zulharman, Z., Masliardi, A., Asfahani, A., & Azis, A. A. (2023). Optimalisasi Taman Wisata Kelurahan Di Kota Gresik Dalam Menata Lingkungan Yang Menarik. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7823–7830.
- Hamzah, A. H. P., Kaligis, J. N., Yahya, S. R., Waoma, S., Samosir, H. E. S., Alfiana, A., & Nurhasanah, N. (2023). Pendampingan Pengembangan Umkm Melalui Implementasi Financial Technology Era Society 5.0. *Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*, 4(2), 377–388.
- Hasanah, N. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Batik Cetak Mangrove Desa Tanjung Rejo*.
- Haslinah, A., Tahir, U., Al Imran, H., Asfahani, A., & Larisu, Z. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program Lingkungan Hijau Bebas Polusi Di Kota Makassar. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8906–8912.
- Kadeni, N. S. (2020). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200.



- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan Umkm Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*, 3(2), 517–526.
- Kustiningsih, N., & Farhan, A. (2022). *Manajemen Keuangan: Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan*. Cv Globalcare.
- Moerad, S. K., Wulandari, S. P., Chamid, M. S., Savitri, E. D., Rai, N. G. M., & Susilowati, E. (2023). Sosialisasi Serta Pendampingan Sertifikasi Halal Umkm Di Kabupaten Sidoarjo. *Sewagati*, 7(1), 11–25.
- Nita, S., Andria, A., & Lukas, F. M. (2022). Pelatihan E-Learning Berbasis Multiplatform Sebagai Wujud Digitalisasi Program Mbkm Di Smkn 2 Madiun. *Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*, 3(2), 491–500. <https://doi.org/10.37680/Amalee.V3i2.1725>
- Nugroho, A. P., Asfahani, A., Sugiarto, F., Sufyati, H. S., & Setiono, A. (2023). Community Assistance In Utilizing Sharia-Based Digital Banking. *Amalee: Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*, 4(2), 519–530.
- Nurfalaqi, S. I., Umalihayati, U., Puspa, R., Nasrullah, A., Yuliah, Y., Karmila, M., Marlina, M., & Dwiyantri, W. (2023). Pendampingan Eksistensi Umkm Dapros Pada Desain Pengemasan, Pemasaran Dan Perhitungan Laba-Rugi Secara Digital. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 2133–2141.
- Padil, M., Miftahusyai'an, M., & Mulyoto, G. P. (2021). Pendampingan Pemasaran Digital Hasil Usaha Badan Usaha Milik Desa “Selo Angon Makmur” Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 250–267.
- Pratama, D., Andriawan, N., Noercholis, D. F., & Bahtiar, B. (2019). Peran Akuntan Dalam Mewujudkan Green Technology, Sebagai Upaya Mensukseskan Sdgs 2030. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal Dan Umkm*, 2(1), 19–24.
- Setiawan, S. A. (2019). Mengoptimalkan Bonus Demografi Untuk Mengurangi Tingkat Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Analis Kebijakan*, 2(2). <https://doi.org/10.37145/Jak.V2i2.34>
- Sukarma, I. K., Karyasa, T. B., Hasim, H., Asfahani, A., & Azis, A. A. (2023). Mengurangi Ketimpangan Sosial Melalui Program Bantuan Pendidikan Bagi Anak-Anak Kurang Mampu. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8440–8447.
- Suyatno, S., & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi Umkm Berbasis Lokal Dalam Mendorong Perekonomian Di Desa Girikerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 108–118.