

## **Peningkatan Keterampilan UMKM Melalui Branding Produk dan Pendampingan Legalitas Usaha di Desa Tajurhalang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor**

### **Improving MSME Skills through Product Branding and Business Legality Assistance in Tajurhalang Village, Cijeruk District, Bogor Regency**

Nadia Nur Padila<sup>1</sup>, Tuti Kurnia<sup>2</sup>, Alya Ramandha<sup>3</sup>, Aditya Nugraha<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: nadiapadlanur@gmail.com

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: tutikurnia@unida.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Guru dan Sekolah Dasar, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: alyarmdh11@gmail.com

<sup>4</sup>Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720

(Diterima: 12-01-2024; Ditelaah: 11-03-2024; Disetujui: 05-04-2024)

#### **Abstrak**

*Desa Tajurhalang merupakan salah satu desa wisata yang terdapat di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor yang memiliki banyak potensi dalam bidang pertanian dan peternakan. Sebagian besar warga Desa Tajurhalang memiliki mata pencaharian sebagai pelaku UMKM. Banyak UMKM yang memanfaatkan potensi hasil peternakan dan pertanian berupa pengolahan umbi-umbian, pengolahan susu sapi dan sebagainya. Berdasarkan hasil observasi dan survei, diperoleh informasi bahwa pelaku UMKM mengalami kendala yaitu kurangnya daya tarik pada produk yang mereka miliki karena belum adanya merek produk dan usaha yang dilakukan masih belum memperoleh perizinan dari pemerintah. Maka upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu diperlukan pendampingan kepada pelaku UMKM terutama dalam hal branding dan legalitas usaha. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki ciri khas tersendiri. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi strategi digital marketing dan pendampingan pembuatnya legalitas usaha berupa Nomor Induk usaha (NIB). Hasil yang didapatkan setelah dilaksanakannya program ini adalah 3 pelaku UMKM Desa Tajurhalang berhasil membuat merek produk yang unik dan inovatif dan 11 UMKM berhasil mendaftarkan perizinan operasional usaha.*

**Kata kunci:** Branding Produk, Digital Marketing, Legalitas Usaha, NIB, UMKM.

#### **Abstract**

*Tajurhalang Village is one of the tourist villages in Cijeruk District, Bogor Regency which has a lot of potential in the fields of agriculture and animal husbandry. Most of the residents of Tajurhalang Village earn their living as MSMEs. Many MSMEs utilize the potential of livestock and agricultural products in the form of processing tubers, processing cow's milk and so on. Based on the results of observations and surveys, information was obtained that MSME players were experiencing problems, namely a lack of attractiveness for the products they had because there was no product brand and the business they were carrying out had not yet obtained permits from the government. So efforts that can be made to overcome these obstacles are the need for assistance to MSME actors, especially in terms of branding and business legality. The aim of this service activity is to improve the skills of MSME players in marketing their products so that they are better known to the wider community and have their own characteristics. The method used is by socializing digital marketing strategies and assisting the creators with business legality in the form of a Business Identification Number (NIB). The results obtained after implementing this program were that 3 Tajurhalang Village MSMEs succeeded in creating unique and innovative product brands and 11 MSMEs succeeded in registering business operational permits.*

**Keywords:** *Business Legality, Digital Marketing, MSME, NIB, Product Branding.*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha kecil yang memiliki peran dalam pemberdayaan masyarakat untuk menciptakan kemandirian dalam bidang ekonomi. Peran UMKM dalam masyarakat mampu memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan. UMKM menjadi usaha perorangan yang dilakukan secara produktif dan berpotensi memperluas kesempatan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Usaha Mikro, Kecil Menengah memiliki keunggulan dalam bidang pemanfaatan sumber daya alam dan padat karya (Shohib, 2021; Nabella, 2022).

UMKM memiliki peran dalam pengembangan perekonomian dan menjadi pendorong bagi masyarakat desa maupun kota. Faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM agar dapat bersaing secara global adalah branding produk dan legalitas usaha. Melalui branding produk masyarakat mampu membedakan produk satu dengan produk lainnya. Dan menjadikan produk olahan lebih bernilai. Selain branding produk, perizinan juga hal penting bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan legalitas produk yang diolahnya. Perizinan tersebut dapat berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) atau Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Setelah mendapatkan perizinan, produk UMKM akan terdaftar di dinas terkait dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk membeli produk tersebut (Jupri et al., 2021; Setiawati et al., 2019).

UMKM mempunyai keunggulan dibandingkan dengan usaha besar antara lain memiliki sifat fleksibilitas dan dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dimana hal ini sebenarnya menjadi peluang bagi UMKM untuk dapat terus bangkit dan berkembang. Melalui adanya dukungan dalam pengembangan UMKM dapat meningkatkan perekonomian daerah dan mengurangi tingkat pengangguran. UMKM memiliki peran dalam pengembangan perekonomian dan menjadi pendorong bagi masyarakat desa maupun kota. Faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM agar dapat bersaing secara global adalah branding produk dan legalitas usaha. Branding merupakan hal penting untuk memperkenalkan produk. Branding produk berkaitan dengan pemberian identitas produk agar mudah dikenal masyarakat luas. Selain branding produk, perizinan juga hal penting bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan legalitas produk yang diolahnya. Perizinan tersebut dapat berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) atau Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). (Agung Kurniawan 2022; Septikasari pipit, Sandi Nabella 2022; Setiawati et al. 2019).

*Brand* atau merek dapat diartikan sebagai nama yang mewakili identitas produk secara keseluruhan. Merek yang baik akan memberikan kesan kepada konsumen atau pembeli baik kualitas produk maupun kuantitas produk. Kesuksesan dalam strategi branding, UMKM perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam

pelaksanaan usaha, UMKM merupakan sebuah usaha yang memerlukan perizinan. Izin usaha adalah bentuk surat resmi dari badan pemerintah yang menyatakan bahwa diizinkan untuk melakukan suatu usaha tertentu. Oleh sebab itu UMKM penting memiliki izin usaha agar dapat melakukan bisnis dengan menikmati kenyamanan dan keamanan yang dilindungi (Wardhani et al., 2022; Zohani et al., 2023).

Pendekatan melalui pemberdayaan adalah strategi yang tepat dalam pengembangan masyarakat mandiri. Pemberdayaan adalah usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga atau organisasi melalui pendidikan non-formal dalam menghadapi permasalahan yang terjadi pada wilayah desa/kabupaten atau kota, provinsi. Pemberdayaan dapat dilakukan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi. Kegiatan pemberdayaan dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu wilayah seperti potensi alam dan potensi sumber daya manusia. Pengembangan potensi dalam suatu wilayah tidak mudah, diperlukan perencanaan yang matang dan tepat agar berjalan efektif dan efisien. Hal tersebut tidak terlepas dari peran masyarakat dan pemerintah (Subekti et al., 2018). Kegiatan yang dilakukan yaitu pengabdian. Pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dilaksanakan untuk memenuhi salah satu tri dharma perguruan tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat yang bersifat lintas disiplin dan sebagai komponen keilmuan, teknologi dan seni secara aplikatif guna membentuk kehidupan masyarakat, utamanya di pedesaan (Kurnia & Rohimah, 2021).

Desa Tajurhalang merupakan salah satu desa wisata dari beberapa desa yang ada di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. Desa Tajurhalang terdiri dari 3 dusun 22 RT dan 6 RW, dan 1.512 KK dengan luas wilayah  $\pm 390,527 \text{ Ha/Km}^2$ . Desa Tajurhalang merupakan salah satu desa yang berada di kaki gunung Salak, dengan ketinggian 600-700 dpl dengan berlimpahnya sumberdaya alam yang ada, Desa Tajurhalang memiliki potensi besar dalam bidang pertanian dan peternakan. Mayoritas masyarakat Desa Tajurhalang berprofesi sebagai petani tanaman hias, petani tanaman pangan, petani tanaman sayuran dan peternakan sapi perah. Selain itu Desa Tajurhalang memiliki banyak UMKM yang memanfaatkan potensi hasil peternakan dan pertanian berupa pengolahan umbi-umbian, pengolahan susu sapi dan sebagainya. Namun, sebagian besar para petani dan UMKM masih melakukan pemasaran secara tradisonal (Desa Tajurhalang 2022).

Setelah dilakukan survei di wilayah Desa Tajurhalang bahwa permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM Desa Tajurhalang tidak hanya perihal perizinan dan branding produk. Tetapi ditemukan Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai teknik perizinan dan pemasaran produk. Sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki motivasi dalam mengikuti sosialisasi atau pelatihan yang disediakan oleh pemerintah. sehingga para pelaku UMKM Desa Tajurhalang masih banyak yang melakukan jual-beli secara *door to door*. Berdasarkan permasalahan yang ditemukan di Desa Tajurhalang maka diperlukan pemberdayaan UMKM melalui pendampingan branding produk dan pendampingan legalitas Nomor Induk Berusaha (NIB) yang berfokus pada UMKM Potensial. Melalui program pengabdian ini, diharapkan produk yang dihasilkan UMKM Desa Tajurhalang lebih dikenal masyarakat luas.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan sosialisasi strategi *digital marketing* dan pendampingan legalitas usaha di kantor Desa Tajurhalang. Penanggungjawab yang terlibat dalam program ini yaitu mahasiswa dan forum UMKM sekretaris Kecamatan Cijeruk. Adapun kegiatan ini dibagi menjadi 3 tahap dengan metode sebagai berikut :

1. Sosialisasi Strategi Marketing dan Pendampingan Legalitas Usaha  
Sosialisasi Strategi *Digital Marketing* dan Pendampingan Legalitas Usaha dilakukan pada hari Sabtu, 12 Agustus 2023 . Kegiatan tersebut dihadiri oleh 50% pelaku UMKM yang telah dilakukan survei dan observasi, yaitu sekitar 10 pelaku UMKM. Kemudian Pendampingan legalitas usaha dilakukan melalui *Online Single Submission* (OSS). Dalam pelaksanaan pendampingan pembuatan legalitas usaha pelaku UMKM terlebih dahulu diberikan arahan dan pengertian mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) oleh sekretaris forum UMKM kecamatan Cijeruk.
2. Pendataan Profil UMKM  
Kegiatan ini dilakukan setelah kegiatan sosialisasi. Pendataan UMKM dilakukan untuk mencatat dan mengumpulkan informasi mengenai profile produk UMKM dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).
3. Pencetakan NIB  
Proses pencetakan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan kepada UMKM yang telah memenuhi syarat yaitu UMKM yang telah membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP) sedangkan UMKM yang belum memenuhi syarat, proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan melalui *online*.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan perangkat desa dan para pelaku UMKM Desa Tajurhalang, diperoleh informasi bahwa usaha yang tersebar luas di Desa Tajurhalang belum seluruhnya terorganisir dengan baik, bahkan terdapat UMKM yang belum terdata oleh pihak pemerintahan desa. Hal tersebut dikarenakan sulitnya membangun pengetahuan dan kesadaran kepada para pelaku UMKM. Setelah dilakukan observasi ke pada 20 UMKM di wilayah Desa Tajurhalang, terdapat 11 UMKM yang belum memahami pentingnya kepemilikan izin usaha dan 8 UMKM belum memiliki merek usaha. Selain itu lingkup pemasaran masih minim karena rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk memasarkan produk secara online.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah UMKM di Desa Tajurhalang tersebut adalah melalui kegiatan sosialisasi strategi *digital marketing* melalui *branding* produk dan pendampingan pembuatan legalitas usaha berupa Nomor Induk Usaha (NIB). Kegiatan sosialisasi merupakan alternatif untuk memperkenalkan kepada pelaku UMKM mengenai *digitalisasi* yang telah dilakukan pada aspek usaha, salah satunya *branding*

produk dan perizinan usaha yang telah memanfaatkan teknologi. Perkembangan teknologi saat ini telah membawa dampak dan pengaruh pada semua sektor manusia tak terkecuali dalam kegiatan bisnis. Setiap kegiatan bisnis yang akan dijalankan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Bahkan keberhasilan dalam bisnis sangat dipengaruhi seberapa cepat perusahaan tersebut dapat merespon perubahan teknologi (Wijayanti et al., 2022).

Tabel 1. Perubahan yang diharapkan Pasca Program

No	Masalah	Pra Pelaksanaan	Pasca Pelaksanaan
1.	Kurangnya Keterampilan	Kurangnya Keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan produk yang dimiliki.	Meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam memperkenalkan produk yang dimiliki melalui merek dan logo yang telah dimiliki.
2.	Nilai Jual	Nilai jual produk relatif kecil, karena tidak adanya merek pada produk yang dimiliki.	Memiliki nilai jual lebih tinggi menjadi peluang dalam meningkatkan pendapatan.
3	Legalitas usaha	Kurangnya kesadaran pelaku UMKM dalam melakukan legalitas terhadap usaha yang dimiliki.	Pelaku UMKM memiliki legalitas berupa Nomor Induk Berusaha (NIB).

Berdasarkan tabel tersebut terdapat beberapa tahapan yang dilaksanakan untuk mencapai keberhasilan yang diharapkan yaitu:

a. Sosialisasi Strategi Digital Marketing

Kegiatan sosialisasi strategi digital marketing dan pendampingan pembuatan legalitas usaha berupa Nomor Induk Usaha (NIB). Kegiatan tersebut dihadiri oleh pelaku UMKM yang telah dilakukan survei dan observasi, yaitu sekitar 10 pelaku UMKM. Kegiatan sosialisasi Strategi *Digital Marketing* mendatangkan pemateri yang kompeten yaitu pelaku usaha yang lebih awal turun dalam pemasaran *digital*. Kemudian dalam pendampingan Nomor Induk Berusaha (NIB) pelaku UMKM terlebih dahulu diberikan arahan dan pengertian mengenai pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) oleh sekretaris forum UMKM kecamatan Cijeruk. Melalui kegiatan Sosialisasi Strategi *Digital Marketing* dan pendampingan NIB berhasil memberikan 7 pendampingan pembentukan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada UMKM. Dan 3 merek kepada UMKM yang belum memiliki merek usaha. Materi yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi strategi *digital marketing* yaitu mengenai strategi pemanfaatan sosial media sebagai tempat penjualan online. Melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan diharapkan keterampilan, motivasi dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai penjualan *online* dapat diimplementasikan dalam usahanya.

## b. Pembuatan Desain Logo Produk

Pada tahap berikut, tim pengabdian membantu dalam membuat desain logo pada UMKM potensial Desa Tajurhalang yang belum memiliki merek. Hal tersebut bertujuan untuk mendukung penjualan produk. Dalam dunia pemasaran, desain logo menjadi hal utama untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk. Proses pembuatan logo merek pada produk UMKM dilakukan melalui aplikasi canva. Kegiatan pendampingan pengenalan aplikasi canva adalah salah satu alternatif untuk menunjang peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain merek atau logo usahanya sendiri. Pendampingan pengenalan aplikasi canva ini dilakukan sebagai pengisi waktu kosong para pelaku UMKM menunggu antrian pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Tabel 2. Logo Usaha UMKM

No	Nama Usaha	Logo / Merek
1.	Kutu Mayang Mang Mansur	
2.	Keripik Pak Usman	
3.	Keripik Bu Ucah	

## c. Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha

Kegiatan pendampingan pengenalan aplikasi canva adalah salah satu alternatif untuk menunjang peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain merek atau logo usahanya sendiri. Pendampingan pengenalan aplikasi canva ini dilakukan sebagai pengisi waktu kosong para pelaku UMKM menunggu antrian pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan pendampingan Pembuatan

Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan setelah kegiatan Sosialisasi Strategi *Digital Marketing*. Tujuan dilaksanakannya kegiatan pendampingan pembentukan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah untuk mendapatkan kemudahan legalitas usaha dan membantu para pelaku UMKM Desa Tajurhalang agar memiliki identitas usaha sehingga memudahkan dalam mengajukan izin komersial atau operasional. Terdapat 11 UMKM yang berhasil mendapatkan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Tabel 3. Pendampingan Pembuatan UMKM

NO	Nama Usaha	NIB (Nomor Induk Berusaha)
1.	Kutu Mayang Mang Mansur	1208230028047
2.	Keripik Pak Usman	0208230106774
3.	Keripik Bu ucah	1208230030104
4.	Cimin Imoet	1308230056492
5.	Dodongkal Jaya	1910220042479
6.	Mamamei	2608220000026
7.	Azalia Kitchen	1264000411387

d. Branding Produk UMKM

Kemudian dalam tahap *branding* UMKM dilakukan untuk memperluas produk UMKM. *Branding* UMKM dilakukan dengan membuat katalog dan e-katalog yang memuat seluruh UMKM Desa Tajurhalang beserta informasi singkat mengenai usaha untuk memudahkan konsumen dalam membeli produk. *Branding* produk sangat perlu diperhatikan untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 4. Katalog UMKM



Gambar 5. QR Code E-katalog

Pelaku usaha memiliki potensi yang besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produknya guna menjangkau masyarakat dan konsumen yang lebih luas di berbagai wilayah. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat lebih sering mengakses media sosial dalam aktivitasnya (Munawar et al., 2022). Melalui Katalog UMKM dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tajurhalang dapat mejadi strategi dalam mempromosikan produk UMKM. Katalog tersebut mencakup 20 UMKM potensial dan e-katalog

yang memudahkan masyarakat untuk mengenal dan membeli produk UMKM Desa Tajurhalang.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Desa Tajurhalang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan menggunakan metode wawancara, diskusi, serta pelatihan dan pendampingan. Adapun hasil dari program ini dengan melakukan kegiatan sosialisasi strategi *digital marketing* melalui *branding* produk dan pendampingan pembuatan legalitas usaha berupa Nomor Induk Usaha (NIB). Melalui kegiatan tersebut diharapkan mampu menjadi alternatif untuk membangun keterampilan pelaku UMKM dalam memaksimalkan penjualan online agar dikenal oleh masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Putra, Christya, Ninda Nur Aprilia, Adinda Eka Novita Sari, Rafif Muhammad Wijdan, and Alifah Rafidah Putri. 2022. "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Untuk Pengembangan UMKM Di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS)." *I-Com: Indonesian Community Journal* 2(2):149–57. doi: 10.33379/icom.v2i2.1397.
- Desa Tajurhalang. 2022. "Profil Desa Tajurhalang."
- Jupri, Ahmad, Eka S. Prasedya, Tapaul Rozi, Nidia Septianingrum, Irga Difani, and Sarjoni. 2021. "Pentingnya Izin PIRT Terhadap UMKM Di Kelurahan Rakam Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk." *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4(4):162–66.
- Kurniawan, Agung & Alhifni, Anas. 2022. "Peningkatan Kemandirian UMKM Melalui Pengembangan Digital Marketing Dan Pelatihan Keterampilan Usaha." 2(3):201–7. doi: 10.30997/almujtamae.v2i3.5450.
- Kurnia, Tuti & Rohimah, Syipaatul. 2021. "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Inovasi Produk Olahan Keripik Kulit Singkong." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1):11–18. doi: 10.30997/almujtamae.v1i1.2914.
- Munawar, W., Kurnia, T., Maryani, N., Laeli, S., Dewi, A., & Sutriadi, D. (2022). Peningkatan Kapasitas Anggota BMT Kabandungan dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Berbasis Aplikasi Mobile Online dengan Metode Popular Education. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 224-231.
- Patma, Tundung Subali, and Fauziah Muslim, Shohib. 2021. "Pemberdayaan Umkm Melalui Legalitas Usaha." (September):246–49.
- Setiawati, Sri Dewi, Maya Retnasari, and Diny Fitriawati. 2019. "Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah." *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(1):125–36.

Septikasari pipit, Sandi Nabella, Febrinita Filda. 2022. "Upaya Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Sosialisasi Perizinan Dan Branding Produk Di Desa Selokajang Kecamatan Srengat." 10:75-80.

Subekti, Priyo, Yanti Setianti, and Hanny Hafiar. 2018. "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Lingkungan Hidup Di Desa Margalaksana Kabupaten Bandung Barat." *Jurnal Kawistara* 8(2):148. doi: 10.22146/kawistara.30379.

Wijayanti, S. W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., Komarudin, M., & Munawar, W. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119-125.