

Optimalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Penyuluhan dan Pembinaan di Kalurahan Beji

Muhamad^{1*}, Arya Takbir Sambada², Indah Nur Rahmadhani², Putri Salsabilla³, Vanetka Daarin Haya², Vier David Jordan Purba⁴, Arif Wahyu Saputra⁵

¹Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

²Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

³Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

⁴Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

⁵Kalurahan Beji, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 13 Juni 2024; Direvisi: 17 November 2024; Disetujui: 04 Maret 2025

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a crucial role in the economy of Indonesia. However, many MSMEs in Beji Village, Patuk District, Gunungkidul still use conventional marketing methods and have not adopted digital technology to increase their competitiveness. This KKN-PPM UGM program aims to solve this problem by performing various activities in Beji Village from 16 April to 31 May 2024. Data collection and mapping were done in Beji through interview and observation. MSME training was also carried out with the creation of Instagram and Shopee accounts, rebranding through the creation of a captivating logo, as well as content-creation training for the improvement of digital marketing in the future. In addition, socialization and demonstration of the ecoprint technique were also done with women in the Krakalan Padukuhan. We identified twenty six MSMEs, the majority of which were involved in the food industry. This data was visualized in an MSME map to make observation easier and to allow for the evaluation of spatial distribution. The "mbokdukuh.id" was created, received more than 150 followers, was connected to an e-commerce account, and can be used to further market the MSME product. The ecoprint technique was successfully socialized to the Krakalan Padukuhan. Ecoprint created an opportunity to develop products with added value which are environmentally friendly and with continuity and is hoped to increase the competitiveness and support the digital transformation of MSMEs. Increasing digital literacy and product innovation such as ecoprint opens new opportunities for the locals by increasing their knowledge about the available development opportunities.

Keywords: MSME; Capacity building; Mapping; Ecoprint; Education

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, banyak UMKM di Kalurahan Beji, Kapanewon Patuk, Gunungkidul masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan belum mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usahanya. Program KKN-PPM UGM bertujuan mengatasi masalah tersebut dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan di Kalurahan Beji, mulai 16 April hingga 31 Mei 2024. Kegiatan pendataan dan pemetaan UMKM dilakukan di Dusun Beji melalui wawancara dan observasi. Pembinaan UMKM juga dilaksanakan dengan pembuatan akun Instagram dan Shopee, *re-branding* dengan pembuatan logo yang menarik, serta pelatihan pembuatan konten untuk meningkatkan pemasaran digital. Selain itu, sosialisasi dan demonstrasi teknik *ecoprint* juga dilakukan dengan ibu-ibu rumah tangga di Padukuhan Krakalan. Tim KKN UGM telah mengidentifikasi 26 UMKM yang mayoritas bergerak di bidang kuliner. Data ini divisualisasikan dalam peta UMKM untuk mempermudah pemantauan dan evaluasi penyebaran spasial. Akun Instagram *mbokdukuh.id* yang dibuat telah mendapatkan lebih dari 150 pengikut dan terhubung dengan akun *e-commerce* sehingga dapat digunakan untuk memasarkan produk UMKM lebih lanjut.

ISSN 3025-633X (print), ISSN 3025-6747 (online)

*Penulis korespondensi: Muhamad

Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Jalan Teknika Utara, Pogung, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta, Indonesia, 55284

Email: drmuhammad@ugm.ac.id

Teknik *ecoprint* berhasil disosialisasikan kepada masyarakat di Padukuhan Krakalan. *Ecoprint* memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan produk bernilai tambah yang ramah lingkungan dan berkelanjutan sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan mendukung transformasi digital UMKM. Peningkatan literasi digital dan inovasi produk seperti *ecoprint* membuka peluang baru kepada masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan mereka terhadap peluang yang ada.

Kata kunci: UMKM; Pembinaan; Pemetaan; *Ecoprint*; Penyuluhan

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian di Indonesia. Menurut [Kamar Dagang dan Industri Indonesia \(2024\)](#), pelaku usaha UMKM di Indonesia mencapai 66 juta pada tahun 2023. Jumlah ini mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Di samping itu, UMKM telah berkontribusi sebanyak Rp9.580,00 triliun untuk Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, atau setara dengan 61% dari PDB Indonesia. Peran penting UMKM juga dirasakan pada penanggulangan tingkat pengangguran di Indonesia dengan menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, 97% dari total tenaga kerja di Indonesia ([Sasongko, 2022](#)). Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri terdapat 343.207 UMKM sepanjang tahun 2024. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dari segi UMKM adalah Kabupaten Gunungkidul dengan jumlah pelaku UMKM sebanyak 57.761 ([Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi DIY, 2024](#)). Salah satu daerah yang memiliki potensi besar di bidang UMKM adalah Kalurahan Beji, Kapanewon Patuk, Gunungkidul.

Kalurahan Beji merupakan salah satu daerah yang terletak di Kapanewon Patuk. Wilayah ini dikelilingi oleh hamparan lahan persawahan dan perkebunan lebih dari 240 Ha ([Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, 2024](#)). Komoditas yang sering ditemukan di wilayah ini berupa padi, kacang-kacangan, dan kelapa. Penduduk Kalurahan Beji mayoritas berprofesi sebagai petani dan peternak. Banyak juga pelaku UMKM yang terdapat di wilayah ini. Masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Beji meliputi kurangnya penyebaran informasi terkait produk yang mereka tawarkan sehingga hanya terbatas dalam lingkup kalurahan. Selain itu, beberapa pelaku UMKM masih belum terampil untuk meningkatkan penjualan melalui media digital. Hal ini menyebabkan perkembangan yang kurang signifikan pada para pelaku UMKM di Kalurahan Beji.

Digitalisasi merupakan salah satu hal penting dalam pengembangan usaha di wilayah ini. Menurut survei yang dilakukan [Institute for Development of Economics and Finance \(2023\)](#), seluruh pelaku usaha yang mengikuti survei setuju bahwa digitalisasi bermanfaat untuk meningkatkan penjualan produk. Selain itu, digitalisasi juga dapat memperluas cakupan pelanggan, mempermudah biaya pemasaran, dan menurunkan biaya pemasaran. Fakta yang terjadi di wilayah Beji adalah masih banyaknya pelaku usaha yang belum melakukan hal tersebut. Kurangnya literasi digital dan kemampuan para pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital menjadi poin penting ([Lisnawati, 2023](#)). Inovasi dan intervensi untuk mendorong digitalisasi UMKM menjadi solusi untuk turut serta mendukung target pemerintah terkait transformasi digital 30 juta UMKM pada 2024 ([Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Pemerintah Kabupaten Ngawi, 2022](#)).

Di samping masalah digitalisasi, banyak masyarakat yang masih belum memiliki inovasi terkait peningkatan nilai jual produk yang mereka miliki. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan adalah pembuatan batik *ecoprint* untuk meningkatkan nilai jual, baik dengan pemanfaatannya sebagai kemasan maupun menjadi produk itu sendiri. *Ecoprint* adalah sebuah teknik untuk membuat motif batik menggunakan bahan alami yang sering diambil dari tumbuhan ([Naini & Hasmah, 2021](#)). Banyaknya potensi aneka ragam tumbuhan yang terdapat di Kalurahan Beji menjadi sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Program Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat Universitas Gadjah Mada (KKN-PPM UGM) periode 1 di Kalurahan Beji (12 April – 16 Mei 2024) dilaksanakan untuk membantu memecahkan permasalahan UMKM terkait digitalisasi dan keterampilan. Kegiatan ini dilakukan untuk turut membantu optimalisasi potensi yang ada sehingga menjadikan UMKM di Kalurahan Beji lebih maju dan sejahtera. Berangkat dari hal tersebut, Tim KKN-PPM UGM periode 1 tahun 2024 membantu menyediakan wadah bagi pemilik UMKM agar mampu meningkatkan kinerja dan daya saing melalui pembinaan, penyuluhan, dan digitalisasi sehingga pemilik UMKM dan pemangku kebijakan setempat dapat meningkatkan pemasaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan penyuluhan dan pembinaan UMKM dalam rangka optimalisasi dan digitalisasi UMKM desa dilaksanakan di Dusun Beji pada masa operasional KKN-PPM UGM periode I, tepatnya 12 April – 16 Mei 2024. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode observasi dan wawancara. Menurut [Semiawan \(2010\)](#), keunggulan teknik observasi adalah memberikan informasi yang lebih kaya, kontekstual, dan objektif. Sementara itu, keunggulan teknik wawancara adalah memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan detail dari subjek serta dapat membangun hubungan dan kepercayaan yang baik antara peneliti dan subjek.

Kegiatan observasi dan wawancara ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendata, dan memilih UMKM yang potensial. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mengunjungi UMKM secara langsung, mengamati aktivitas dan produk mereka, serta menggali informasi melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Informasi yang dikumpulkan berupa informasi terkait jenis usaha, produk yang dihasilkan, jumlah karyawan, omzet dan keuntungan, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan UMKM. Informasi ini kemudian digunakan untuk memilih UMKM desa yang berpotensi untuk dibina dan dikembangkan.

Pemilihan UMKM desa yang akan dibina didasarkan pada penilaian terhadap potensi produk UMKM atas kesediaan pemilik. Sebelum dilakukan pembinaan, pelaku UMKM diberi penjelasan dan dimintai persetujuannya untuk terlibat dalam program kerja ini. Setelah mendapatkan cukup informasi dan persetujuan dari pemilik UMKM, program pembinaan dilaksanakan secara bertahap, meliputi pembinaan penggunaan sosial media, pembuatan konten produk penjualan, serta penggunaan *e-commerce*. Setelah kegiatan pembinaan terlaksana sepenuhnya, Tim KKN UGM melakukan evaluasi sekaligus penilaian dampak digitalisasi UMKM terhadap penjualan produk. Evaluasi dilakukan secara kualitatif maupun kuantitatif. Evaluasi secara kualitatif dilakukan melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM, sementara evaluasi kuantitatif dilakukan dengan menilai dan membandingkan secara langsung jumlah penjualan produk UMKM sebelum dan sesudah pembinaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

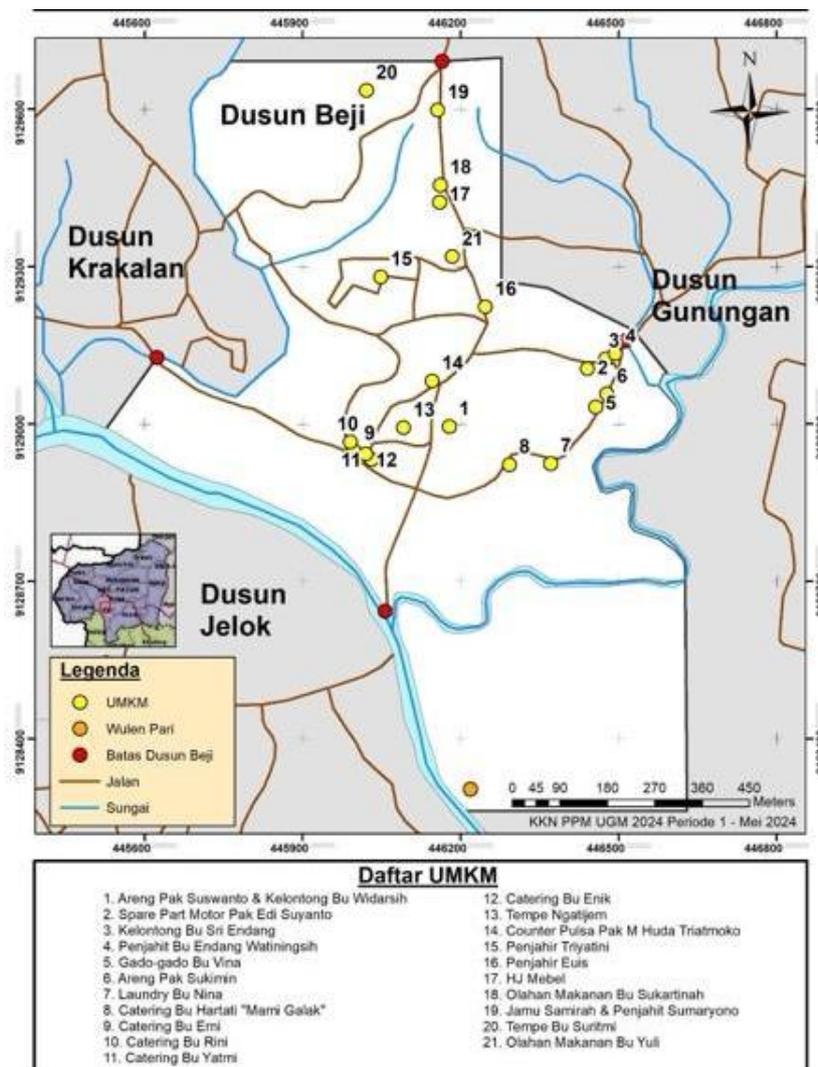
3.1. Pendataan dan pemetaan UMKM

Dalam langkah optimalisasi potensi UMKM desa, pendataan dan pemetaan dilakukan sebagai upaya identifikasi agar ke depannya dapat dijadikan dasar perencanaan dan pengambilan keputusan serta pemantauan UMKM. Pendataan dan pemetaan ini difokuskan pada satu padukuhan, yaitu di Padukuhan Beji supaya penelitian yang dilakukan menjadi lebih terpusat. Pendataan ini dilakukan dengan kegiatan wawancara kepada Kepala Dusun Beji dan kunjungan serta wawancara kepada setiap UMKM. Dusun Beji sendiri memiliki 26 UMKM dengan berbagai bidang usaha, seperti makanan, tekstil, jasa, dan bangunan seperti yang disajikan pada **Tabel 1**. Dari data yang didapatkan, bidang usaha makanan menjadi bidang yang paling banyak dijalankan oleh UMKM yang ada di Dusun Beji.

Tabel 1. Sebaran UMKM di Padukuhan Beji

No.	Bidang Usaha	Jumlah
1	Makanan	16
2	Tekstil	5
3	Kerajinan	2
4	Bangunan	2
5	Tekstil	1

Dari pendataan juga didapatkan profil UMKM, meliputi nama usaha, pemilik usaha, jenis kelamin, kontak pemilik usaha, dan lokasi UMKM. Data tersebut kemudian divisualisasi menjadi peta UMKM Dusun Beji, yang tersajikan pada **Gambar 1** sehingga dapat memudahkan dalam melihat sebaran UMKM secara spasial.



Gambar 1. Peta UMKM Dusun Beji

3.2. Pembinaan UMKM

Setelah melalui observasi dan wawancara kepada pemilik UMKM, Tim KKN UGM menemukan beberapa permasalahan, yakni terkait pemasaran serta *branding* dari UMKM itu sendiri. UMKM di Desa Beji umumnya hanya menjangkau pasar lokal sehingga sulit untuk menjangkau konsumen yang lebih luas serta pemanfaatan platform digital untuk pemasaran masih belum optimal. Hal ini

menunjukkan bahwa potensi pasar *online* belum tergali secara maksimal. Untuk itu, tim KKN UGM membuat program untuk meningkatkan pemasaran UMKM di Desa Beji dengan cara membuat akun Instagram, akun *e-commerce* (Shopee), melakukan *re-branding* dengan pembuatan logo, dan melakukan pembinaan dalam memproduksi konten di media sosial. Langkah-langkah tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan digitalisasi dalam pemasaran produk UMKM, meningkatkan daya saing UMKM, memperluas pemasaran produk UMKM, dan meningkatkan *brand awareness* dari produk UMKM itu sendiri.

Tim KKN UGM membuat akun pada platform Instagram dan Shopee karena platform tersebut memiliki jutaan pengguna aktif di Indonesia sehingga membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pelanggan baru dari berbagai daerah. Platform ini juga memungkinkan UMKM untuk menargetkan iklan dan promosi kepada audiens yang tepat berdasarkan demografi, minat, dan perilaku mereka. Setelah membuat akun Instagram dan Shopee, Tim KKN UGM melakukan *branding* dengan pembuatan logo dan foto produk UMKM, serta pembuatan konten yang akan diunggah ke media sosial. Selain itu, Tim KKN UGM juga melakukan pembinaan secara lisan terhadap pemilik UMKM terkait cara penggunaan media sosial dan pembuatan konten yang baik agar selanjutnya dapat berkelanjutan dan meningkatkan pemasaran.

Sampai saat ini, akun Instagram mbokdukuh.id sudah memiliki logo yang khas untuk *branding* dan memiliki lebih dari 150 pengikut aktif yang terhubung dengan akun *e-commerce* UMKM bersangkutan sehingga memudahkan pelanggan apabila hendak membeli produk secara daring. Akun ini juga sudah memiliki 6 konten di Instagram dengan *likes* mencapai 200 lebih dan terus bertambah. Dari segi penjualan produk, selama program dilaksanakan, telah bertambah lebih dari 5 penjualan baru melalui *e-commerce* Shopee.

3.3. Sosialisasi dan pelatihan *ecoprint*

Ecoprint adalah teknik pewarnaan kain sederhana yang unik dan ramah lingkungan. Teknik ini menggunakan dedaunan dan bunga sebagai pewarna alami. Motifnya dibuat secara manual dengan menempelkan daun dan bunga pada kain. Proses ini menghasilkan motif-motif yang unik dan otentik, berbeda dengan batik yang polanya dibuat terlebih dahulu dan cenderung seragam. *Ecoprint* cukup mudah dipelajari dan tidak memerlukan peralatan yang rumit. Teknik ini memungkinkan para pengrajin untuk bereksperimen dengan berbagai jenis daun dan bunga sehingga menghasilkan karya seni tekstil yang indah serta berkelanjutan (Rahim, dkk., 2024).

Tim KKN-UGM melakukan sosialisasi *ecoprint* kepada masyarakat setempat khususnya ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam organisasi PKK di Padukuhan Krakalan dengan harapan sosialisasi tersebut dapat mendorong individu untuk mengeksplorasi kreativitas mereka melalui proses penciptaan pola dan desain unik pada kain (Naini & Hasmah, 2021). Selain itu, sosialisasi juga dapat dijadikan peluang usaha baru bagi individu, baik dalam pembuatan produk *ecoprint* maupun dalam pelatihan dan edukasi serta. Selanjutnya, kegiatan *ecoprint* dapat memberikan efek relaksasi dan terapi bagi individu sehingga membantu meningkatkan kesehatan mental dan mengurangi stres.

Tim KKN UGM melakukan sosialisasi dan pelatihan *ecoprint* dengan partisipan sejumlah 32 orang. Beberapa alat dan bahan yang disediakan mencakup kain dengan serat alami, palu kayu, dedaunan, plastik, dan campuran air tawas. Tim melakukan demonstrasi pembuatan, lalu partisipan dibuat secara berkelompok untuk praktik membuat *ecoprint* secara bersamaan. Partisipan mengikuti acara dengan semangat dan ditutup dengan acara foto bersama.

Tim KKN UGM melakukan evaluasi kegiatan ini menggunakan *pre-test* dan *post-test* kepada ibu-ibu. *Pre-test* dan *post-test* mencakup 5 pertanyaan “ya” dan “tidak” terkait pemahaman teknik *ecoprint*, keterampilan dasar membuat *ecoprint*, pemahaman konsep produk ramah lingkungan, minat dan

keterampilan desain *ecoprint*, serta kepercayaan diri menjual produk *ecoprint*. Dari hasil yang ada pada **Tabel 2.** Hasil pre-test dan post-test sosialisasi *ecoprint*, didapatkan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai *ecoprint* sebesar rata-rata 58%.

Tabel 2. Hasil pre-test dan post-test sosialisasi *ecoprint*

No.	Pertanyaan	Pre-test (Ya, %)	Post-test (Ya, %)
1	Pemahaman teknik <i>ecoprint</i>	20%	85%
2	Keterampilan dasar membuat <i>ecoprint</i>	25%	90%
3	Pemahaman konsep produk ramah lingkungan	30%	85%
4	Minat dan keterampilan desain <i>ecoprint</i>	35%	80%
5	Kepercayaan diri menjual produk <i>ecoprint</i>	20%	80%

4. KESIMPULAN

Program KKN-PPM UGM di Kalurahan Beji berhasil mencapai target dan memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama dalam peningkatan akses pasar dan daya saing UMKM melalui digitalisasi. Salah satu keberhasilannya adalah akun Instagram *mbokdukuh.id* yang kini aktif digunakan untuk promosi dan memperluas jangkauan konsumen UMKM. Pelatihan pembuatan logo dan konten digital turut meningkatkan kemampuan promosi pelaku UMKM secara profesional. Selain itu, pelatihan *ecoprint* yang diikuti oleh berbagai kalangan, termasuk ibu rumah tangga, telah menambah keterampilan baru dan membuka peluang usaha ramah lingkungan. Hal ini berdampak pada peningkatan ekonomi keluarga dan kreativitas warga. Metode observasi dan wawancara memungkinkan pelaksanaan program tepat sasaran sesuai kebutuhan lokal, sementara pelatihan digital dan sosialisasi *ecoprint* memperkenalkan inovasi berbasis potensi lokal.

Untuk memastikan keberlanjutan program, perlu dilakukan pelatihan digitalisasi secara rutin dengan materi lanjutan seperti pembuatan konten menarik dan strategi meningkatkan keterlibatan *online*. Pengembangan produk dapat dilakukan melalui lokakarya yang memanfaatkan bahan lokal, serta membangun kerja sama dengan pelaku usaha besar, platform niaga-el, dan organisasi nonprofit untuk memperluas jaringan. Pendampingan usaha dengan mentor berpengalaman dan sesi konsultasi operasional, manajerial, maupun finansial juga penting untuk memperkuat UMKM. Selain itu, kampanye dan pelatihan literasi digital bagi masyarakat yang belum akrab dengan teknologi menjadi kunci untuk memastikan semua pihak dapat berpartisipasi aktif dalam pemberdayaan ini. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM di Beji diharapkan tumbuh lebih kuat dan mampu bersaing di tingkat nasional hingga internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Tim KKN-PPM UGM Periode 1 tahun 2024 Sub-unit Beji 2 yang telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat serta mengumpulkan data dan informasi dalam rangka menyusun penelitian ini. Terima kasih untuk pemerintah Kalurahan Beji, Padukuhan Beji, Padukuhan Jelok, Padukuhan Krakalan, dan seluruh warga masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dalam penelitian ini. Harapannya, pengabdian ini dapat bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam pelaksanaan dan penulisan, penelitian ini tidak menerima hibah khusus dari lembaga pendanaan di sektor publik, komersial, atau bagian nirlaba.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi DIY. (2024). Koperasi dan UKM. *Jogja Dataku*. https://bapperida.jogjaprovd.go.id/dataku/data_dasar?id_skpd=110

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul. (2024). *Kecamatan Patuk dalam angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul. <https://gunungkidulkab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/5e3dfd9351fefe27597e1b92/kecamatan-patuk-dalam-angka-2024.html>
- Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Pemerintah Kabupaten Ngawi. (2022). Transformasi digital UMKM jadi prioritas penguatan fondasi ekonomi. *Kominfo Kabupaten Ngawi*. Diakses pada 15 Mei 2025 melalui <https://kominfo.ngawikab.go.id/transformasi-digital-umkm-jadi-prioritas-penguatan-fondasi-ekonomi/>
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2023). Peran platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia. *Katadata*. Diakses pada 15 Mei 2025 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/29/dampak-digitalisasi-bagi-umkm-mayoritas-positif>
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin). (2024). *UMKM Indonesia. Data dan Statistik UMKM*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#>
- Lisnawati. (2023). Tantangan UMKM di tahun 2024. *Isu sepekan: Pusat analisis keparlemen badan keahlian setjen DPR RI*. https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf
- Naini, U. & Hasmah, H. (2021). Penciptaan tekstil teknik ecoprint dengan memanfaatkan tumbuhan lokal Gorontalo. *Ekspresi Seni*, 23(1), 266–276. <https://doi.org/10.26887/ekspresi.v23i1.1352>
- Rahim, R., Lubis, M. S. I., Batoebara, M. U., Nurhayati, N., & Nasution, A. (2024). Pelatihan ecoprint menggunakan pewarna alami dari daun mangga dan ketapang bagi ibu-ibu di Desa Pantai Cermin Kanan Kabupaten Serdang Bedagai. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 5182–5187.
- Sasongko, D. (2022). *UMKM bangkit, ekonomi Indonesia terungkit*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. Diakses pada 17 Agustus 2024 melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-BangkitEkonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Grasindo.