

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
LOKAL MELALUI PEMASARAN DIGITAL DI DESA BATU MEKAR,,  
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

*Empowering of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Through  
Digital Marketing In Batu Mekar Village, West Lombok District*

Aira Rakmah<sup>1\*</sup>, Nuraini<sup>2</sup>, Baiq Aristawidya Haryani<sup>3</sup>, Lalu Bobi  
Pratama<sup>4</sup>, Fina Fanduwinata<sup>5</sup>, Baiq Iva Nur Jannatul Ilmi<sup>6</sup>, Yudi  
Irawan<sup>6</sup>, Sulastri Mulyana<sup>7</sup>, Nafisah Kurniawati Ramadani<sup>2</sup>, Cinthya  
Natasya Sigalingging<sup>2</sup> , Nurliah Buhari<sup>8</sup>

<sup>1</sup>Program Studi S1 Teknik Elektro, Universitas Mataram, <sup>2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Mataram, <sup>3</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, <sup>4</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, <sup>5</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Mataram, <sup>6</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Mataram, <sup>7</sup>Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram, <sup>8</sup>Program Studi Ilmu Kelautan Universitas Mataram

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

---

**Informasi artikel**

---

Korespondensi : airarakmah@gmail.com  
Tanggal : 27 Oktober 2025  
Publikasi  
DOI : <https://doi.org/10.29303/wicara.v3i5.8862>

---

## ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Namun, UMKM di daerah pedesaan masih menghadapi keterbatasan akses pasar dan teknologi, khususnya dalam pemanfaatan pemasaran digital. Kondisi ini juga dialami oleh pelaku UMKM di Desa Batu Mekar, yang sebagian besar bergerak di bidang makanan ringan namun belum memahami strategi pemasaran digital secara efektif. Melihat permasalahan tersebut, kelompok KKN-PMD Universitas Mataram melakukan pendampingan kepada UMKM di Desa Batu Mekar dengan fokus pada pengolahan produk lokal, penguatan branding, serta sosialisasi pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara, pendampingan langsung, legalisasi usaha, serta edukasi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM binaan memperoleh peningkatan kualitas produk melalui perbaikan kemasan, pelatihan manajemen keuangan sederhana, serta pemanfaatan media sosial untuk promosi. Selain itu, beberapa UMKM berhasil memperoleh legalitas usaha berupa NIB dan SPP-IRT yang memperkuat daya saing produk. Dengan demikian, program KKN ini memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM di Desa Batu Mekar melalui peningkatan branding, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan pemasaran digital, sehingga UMKM lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** UMKM, Pemasaran digital, Pendampingan, Branding, Desa Batu Mekar.

## ABSTRAK

*UMKM play an important role in the Indonesian economy, especially in creating jobs and driving the community's economy. However, MSMEs in rural areas still face limitations in market access and technology, particularly in the use of digital marketing. This condition is also experienced by MSME players in Batu Mekar Village, most of whom are engaged in the snack food business but do not yet understand effective digital marketing strategies. Seeing this problem, the Mataram University KKN-PMD group provided assistance to MSMEs in Batu Mekar Village, focusing on local product processing, branding, and digital marketing outreach. The methods used included field observations, interviews, direct assistance, business legalization, and digital marketing education. The results of the activities showed that the assisted MSMEs improved their product quality through packaging improvements, simple financial management training, and the use of social media for promotion. In addition, several MSMEs successfully obtained business legality in the form of NIB and SPP-IRT, which strengthened the competitiveness of their products. Thus, this KKN program made a real contribution to the empowerment of MSMEs in Batu Mekar Village through improved branding, business management, and the use of digital marketing, making MSMEs better prepared to compete in a wider market.*

**Keywords:** MSMEs, digital marketing, mentoring, branding, Batu Mekar Village.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi yang strategis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan roda perekonomian Indonesia serta mendistribusikan hasil-hasil pembangunan ekonomi (Sudrartono *et al.*, 2022; Wulansari *et al.*, 2021). Peranan UMKM yang besar memberikan penjelasan bahwa UMKM harus bisa ditingkatkan lebih baik lagi untuk kedepannya, UMKM dapat bertahan juga bersaing jika mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik, terkhususnya manajemen pemasaran (Djakasaputra *et al.*, 2021).

Mengingat peran UMKM yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi suatu daerah maka perlu adanya pemberdayaan UMKM agar mampu berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (Wulansari *et al.*, 2021).

Pemberdayaan UMKM bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam semua aspek sehingga dapat menciptakan masyarakat yang mandiri, terbebas dari kemiskinan dan keterbelakangan. (Wulansari *et al.*, 2021).

UMKM di daerah pedesaan sering menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses pasar dan teknologi, khususnya dalam pemasaran digital di sosial media. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami cara menggunakan media sosial, marketplace, maupun platform online lainnya untuk memperluas jangkauan produk mereka.

Di Desa Batu Mekar terdapat beberapa pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan dan produk lokal. Namun, banyak dari mereka masih belum memahami strategi pemasaran digital dan belum memiliki media promosi yang efektif, seperti media sosial atau toko online, untuk memperluas jangkauan pasar produk mereka. Padahal, pemasaran sangat penting agar produk yang dibuat bisa dikenal lebih luas

dan bersaing di pasaran. Tanpa pemasaran yang baik, produk yang sebenarnya berkualitas pun bisa kurang diminati karena tidak diketahui oleh banyak orang.

Melihat hal tersebut, kelompok KKN PMD Universitas Mataram berupaya mendorong optimalisasi potensi lokal melalui pendampingan terhadap UMKM berbasis talas, khususnya dalam pembuatan produk olahan dan pengemasan yang menarik. Kegiatan pengabdian mahasiswa diharapkan dapat menjadi pendorong dalam pengembangan riset terapan yang bertujuan membantu menyelesaikan permasalahan di masyarakat, selain itu dapat mengembangkan kepekaan rasa dan kondisi sosial mahasiswa (Syardiansah, 2019). Mahasiswa KKN dituntut untuk terjun langsung dalam menganalisis permasalahan di masyarakat dan menemukan solusinya (Umar et al., 2021). Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari penguatan branding produk dan mempersiapkannya untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Upaya ini penting mengingat masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan talas secara maksimal, padahal komoditas ini memiliki nilai tambah ekonomi yang tinggi jika diolah secara kreatif dan dipasarkan dengan tepat.

## METODE KEGIATAN

Program KKN-PMD Universitas Mataram dilaksanakan di Desa Batu Mekar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat dengan mengusung tema “*Ekonomi Kreatif*”. Kegiatan ini berlangsung mulai tanggal 8 Juli sampai dengan 21 Agustus 2025.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Kegiatan dilakukan secara bertahap melalui beberapa tahapan, mulai dari observasi lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan dan pelaku UMKM, pendampingan langsung terkait produksi, manajemen usaha, hingga legalisasi usaha, serta diakhiri dengan monitoring dan evaluasi.

### 1. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan untuk mengetahui kondisi desa serta mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang ada. Desa ini menghadapi tantangan dalam optimalisasi potensi lokal dan peningkatan kualitas SDM, yang menjadi kunci untuk menciptakan masyarakat yang mandiri dan berdaya saing di era modern (Supriyadi, D. 2019).

Kegiatan ini dilakukan dengan cara melakukan survei langsung ke Desa Batu Mekar dan mengunjungi beberapa pelaku UMKM untuk melihat proses produksi, manajemen usaha, serta kendala yang dihadapi. Observasi ini akan menjadi dasar dalam merancang program kerja yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan pelaku UMKM di desa.

### 2. Wawancara

Melakukan wawancara dengan perangkat desa, seperti Sekretaris Desa, serta beberapa pelaku UMKM. Pelaku UMKM yang diwawancara meliputi pemilik UMKM Crispy Usus, Keripik Talas Mulejati, Keripik Talas Nazim, dan UMKM kerajinan anyaman ketak. Wawancara ini sebagai langkah awal untuk memperoleh informasi menyeluruh mengenai kondisi desa, termasuk potensi serta permasalahan yang sedang dihadapi, serta untuk menggali informasi UMKM terkait kendala, kebutuhan, serta harapan mereka dalam pengembangan usaha.

### 3. Pendampingan UMKM

Pendampingan dilakukan secara menyeluruh terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Batu Mekar. Pendekatan yang diterapkan bersifat partisipatif dan berkelanjutan, mencakup berbagai aspek pengembangan usaha.

#### 4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi akan dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk menilai efektivitas program serta kebermanfaatannya bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Batu Mekar. Kegiatan ini juga akan menjadi bahan analisis untuk mengetahui sejauh mana program yang dilaksanakan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode yang telah dilaksanakan, diperoleh beberapa informasi penting terkait kondisi Desa Batu Mekar, potensi yang dimiliki, serta permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Selain itu, didapatkan hasil melalui observasi lapangan, wawancara, pendampingan langsung, serta monitoring dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung antara lain :

#### 1. Observasi Lapangan

Dari hasil observasi lapangan yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Desa Batu Mekar merupakan desa yang asri dengan sumber daya alam yang melimpah. Sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani sekaligus menjalankan usaha kecil, terutama di bidang makanan ringan. Salah satu hasil pertanian yang banyak tumbuh adalah talas, yang memiliki potensi untuk diolah menjadi produk dengan nilai jual tinggi. Selain itu, banyak masyarakat yang memiliki usaha kecil atau UMKM. Kelompok KKN juga berkenalan langsung dengan beberapa UMKM untuk melakukan survei lapangan terkait kondisi dan potensi yang mereka miliki.

#### 2. Wawancara

Wawancara telah dilakukan dengan perangkat desa yaitu Sekretaris Desa, serta beberapa pelaku UMKM yang meliputi pemilik UMKM Crispy Usus, Keripik Talas Mulejati, dan Keripik Talas Nazim. Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa Desa Batu Mekar memiliki banyak potensi sumber daya alam, salah satunya talas yang sangat melimpah namun belum dimanfaatkan secara optimal, padahal memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk dengan nilai jual tinggi. Selain itu, dari hasil wawancara dengan UMKM, ditemukan bahwa permasalahan utama UMKM di Desa Batu Mekar meliputi kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, keterbatasan kemasan produk yang menarik sehingga membutuhkan perbaikan dalam kemasan serta logo stiker produk, minimnya pencatatan keuangan usaha, belum adanya media promosi yang konsisten berbasis digital. Atas dasar itu, tim KKN memutuskan untuk memberikan pendampingan khusus kepada tiga UMKM, yaitu Crispy Usus, Keripik Talas Mulejati, dan Keripik Talas Nazim.

#### 3. Pendampingan UMKM

Kelompok KKN Batu Mekar melakukan pendampingan pada empat dimensi utama, yaitu kemasan produk, proses produksi, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Pada aspek kemasan produk, tim membantu perbaikan desain logo, pembuatan stiker branding, serta penyediaan kemasan berupa pouch plastik yang menarik. Hal ini dilakukan agar produk mempunyai tampilan yang menarik agar daya saing produk meningkat (Muliani *et al.*, 2020).

Untuk pendampingan proses produksi, tim KKN berfokus pada dua UMKM talas dengan menerapkan SOP mulai dari pencucian talas, perebusan, pengeringan,

hingga pengemasan akhir. Dengan kegiatan ini diharapakan UMKM talas dapat membuat produk yang konsisten baik dari rasa maupun tekstur. Dengan demikian, maka diharapkan konsumen menjadi loyal karena produk yang dihasilkan memuaskan (Nurkariani *et al.*, 2022).

Dalam ranah pemasaran digital, tim KKN melakukan sosialisasi terkait dengan Pemasaran Digital untuk UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha. Kegiatan ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Batu Mekar dengan sasaran utama para pelaku UMKM lokal yang bergerak di berbagai bidang, antara lain UMKM makanan ringan (seperti UMKM Crispy Usus, Keripik Talas Mulejati, dan Keripik Nizam), UMKM kerajinan, serta UMKM penghasil produk lokal khas desa seperti gula aren dan madu trigona. Program ini diinisiasi oleh mahasiswa KKN yang bekerja sama dengan Pemerintah Desa Batu Mekar serta didukung oleh dosen pembimbing lapangan.

Kegiatan dimulai dengan pembukaan dan sambutan dari Kepala Desa Batu Mekar, dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh pemateri yang berkompeten di bidang pemasaran digital. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan dasar pemasaran digital, strategi promosi melalui media sosial (WhatsApp, Instagram, TikTok), cara memperbaiki tampilan postingan produk agar lebih menarik, serta pemanfaatan platform online seperti TikTok Shop untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, diberikan pula penjelasan mengenai pentingnya branding, desain kemasan, serta konsistensi dalam mengelola konten digital agar produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dari pelatihan itu diharapkan adanya beberapa perubahan yang nantinya diharapkan masyarakat bisa memasarkan produk mereka melalui metode lain yang bisa meningkatkan volume penjualan dan menambah pendapatan mereka sebagai pelaku usaha UMKM dan supaya lebih dikenal di masyarakat luas dengan adanya bantuan metode pemasaran baru yang lebih dikenal luas oleh masyarakat luas lainnya (Hartati, Asmawati, *et al.*, 2021; Pratami *et al.*, 2021; Tertiaavini *et al.*, 2018, 2019).

Selain itu, tim KKN membantu pembuatan dan pengelolaan akun Instagram, Facebook, serta TikTok. Setiap akun dipandu untuk memposting minimal 5 konten selama masa KKN, dengan capaian tertinggi 127 insight pada salah satu postingan, serta berhasil mencatat penjualan produk sekitar lebih dari 20 pack melalui sistem promosi online. Dari hasil ini terlihat adanya peningkatan interaksi dan jangkauan audiens, yang diharapkan dapat berdampak pada peningkatan penjualan produk UMKM. Akun media sosial sudah banyak digunakan sebagai sarana promosi bagi UMKM (Donoriyanto *et al.*, 2023).

Untuk medukung pemasaran produk, Kelompok KKN juga memberikan pendampingan intensif kepada dua UMKM di Desa Batu Mekar dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP PIRT); melalui bimbingan administratif, pengisian data pada sistem OSS, serta pelatihan persiapan dokumen dan standar kebersihan produksi, Menurut Indrawati *et al.*, (2021) bahwa PIRT merupakan salah satu legalitas usaha yang perlu dimiliki oleh UMKM supaya usahanya sah secara hukum. Pada pelatihan manajemen keuangan sederhana, UMKM diajari penyusunan pembukuan harian menggunakan template Google Sheets yang telah disesuaikan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pencatatan pemasukan-pengeluaran. Hasil pelatihan ini diharapkan dapat diterapkan oleh semua pelaku usaha sehingga mampu menghasilkan laporan keuangan.

Gambar 1. Survei UMKM. 2. Wawancara dengan UMKM. 3. Bantuan packaging produk ke UMKM. 4. Pendampingan dalam proses produksi. 5. Produk UMKM Hasil Binaan.6. Memasarkan produk dengan menitikpannya di outlet atau toko-toko 7. Membantu membuat akun media sosial. 8. Pendampingan UMKM dalam pengajaran manajemen keuangan. 9. Sosialisasi Pemasaran Digital UMKM Desa Batu Mekar. 10. Pemberian sertifikat NIB dan SPP-IRT. 11. Tampilan Website. 12. Publikasi Media Masa Kompasiana.



#### 4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas pendampingan yang diberikan kepada UMKM. Evaluasi mencakup perkembangan produk dari segi pemasaran, produksi, kualitas rasa, serta perbaikan packaging, desain logo, dan stiker. Hasil monitoring menunjukkan adanya peningkatan kualitas produk baik dari rasa maupun tampilan kemasan, bertambahnya pemahaman pelaku UMKM terkait pembukuan sederhana, meningkatnya permintaan produk, serta meningkatnya postingan di sosial media sehingga jangkauan pemasaran lebih luas.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan KKN-PMD Universitas Mataram di Desa Batu Mekar telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM lokal. Melalui observasi, wawancara, pendampingan, legalisasi usaha, serta sosialisasi pemasaran digital, tim KKN mampu membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, memperbaiki kemasan, serta memberikan pemahaman dasar mengenai manajemen keuangan sederhana. Selain itu, mahasiswa juga membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran produk dengan menitipkan produk UMKM ke berbagai outlet dan toko.

Program sosialisasi pemasaran digital mendorong pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan. Pendampingan legalitas usaha dengan pembuatan NIB dan SPP-IRT turut menambah nilai daya saing produk. Dengan demikian, program ini mampu meningkatkan kapasitas UMKM sehingga lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar pemerintah desa dan pihak terkait terus mendukung UMKM dalam pengembangan produk, legalitas usaha, serta pelatihan pemasaran digital lanjutan. UMKM juga diharapkan lebih konsisten dalam menerapkan manajemen keuangan sederhana, serta aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Selain itu, kolaborasi antara masyarakat, pemuda desa, dan lembaga pendidikan perlu diperkuat agar upaya pemberdayaan UMKM dapat berjalan berkesinambungan dan memberikan dampak jangka panjang bagi perekonomian Desa Batu Mekar.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Mataram melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memfasilitasi mahasiswa dalam pelaksanaan KKN PMD sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga kami haturkan kepada Pemerintah Desa Batu Mekar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, yang telah berkenan menjadi mitra serta memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program KKN ini. Kami juga berterima kasih kepada para pelaku UMKM, tokoh masyarakat, ibu-ibu PKK, remaja desa, serta seluruh masyarakat Desa Batu Mekar yang telah bekerja sama, berpartisipasi, dan mendukung setiap kegiatan, sehingga seluruh program kerja dapat berjalan dengan lancar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajeng Wulansari, L. H. (2021). Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang Dalam Pemberdayaan UMKM. *1 Penelitian Administrasi Publik*, 83.
- Djakasaputra, A., Wijaya, O., Utama, A., Yohana, C., Romadhoni, B., & Fahlevi, M.(2021). Empirical study of Indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303–310.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi online store pada pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42-50.
- Hartati, L., Asmawati, A., Hendarmin, R., & Syafitri, L. (2021). Pelatihan UMKM Limbah Nanas Pewarna Alami Kain Jumputan Peluang Bisnis Kearifan Lokal Masyarakat Pinggiran Era Covid-19. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 77–91.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum bagi pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231-241.
- Muhammad Eko Atmojo, M. P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 380.
- Muljani, N., Arini, A., Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya merek dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha mikro dan kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 53-64.

- Nurkariani, N. L. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 27-32.
- Pratami, S., Hertati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Teknologi Inovasi Pengolahan Limbah Plastik Menjadi Produk UMKM Guna Menopang Ekonomi Keluarga Dalam Mencerdaskan Keterampilan Masyarakat. *GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–11.
- Supriyadi, D. (2019). Pendidikan untuk Pemberdayaan Masyarakat di Pedesaan. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57.
- Terttiaavini, T., Fitriani, A., & Saputra, T. S. (2018). Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Pembuatan Bahan Ajar Menggunakan Media Pembelajaran Smart Learning Di Kabupaten Sembawa Sumatera Selatan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 1(1).
- Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1).
- Tiris Sudrartono, H. N. (2022). *KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL*. Bandung: 2022.
- Umar, A., Savitri, A., Pradani, Y., Mutohat, & Khamid, N. (2021). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Wujud Pengabdian Kepada Masyarakat Di Tengah Pandemi COVID-19. *E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 39–47