

Penerapan Manajemen Strategi Pada Para Pedagang Pelaku UMKM di Kawasan Talao Pauh Pariaman

Susriyanti¹, Elfiswandi², Yusvi Diana³

^{1,2,3}Manajemen/Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
susriyanti@upiyptk.ac.id¹, elfiswandi@upiyptk.ac.id², yusvi_diana@upiyptk.ac.id³

Received:5 November 2023, Revised:20 November 2023, Accepted: 11 December 2023

DOI: doi.org/10.54099/jpma.v3i1.806

Abstrak

Kegiatan PKM ini dilakukan sejalan dengan kegiatan PBL mahasiswa di Kawasan Pantai Wisata Talao Pauh Pariaman. Melalui kegiatan ini diharapkan mahasiswa dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan para pedagang untuk berbagi informasi dan pengetahuan guna mengetahui bagaimana implementasi dari manajemen strategi yang telah mereka lakukan selama ini dalam menghadapi persaingan pasar. Kegiatan ini dilakukan oleh 4 kelompok yang diterjunkan ke lapangan untuk melakukan wawancara dan menemukan hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan manajemen strategi yang telah dilakukan selama ini. Mulai dari kemampuan pengelolaan modal, strategi pemasaran, sumber perolehan produk yang mereka jual, pasar sasaran mereka, strategi dalam menghadapi persaingan yang ada, dan lain-lainnya. Dari hasil temuan diketahui bahwa tingkat persaingan antara sesama pedagang di kawasan tersebut sangat tinggi, sehingga para pedagang harus berusaha menciptakan strategi pemasaran tersendiri, seperti menyediakan sarana untuk berkaraoke, menjual kelapa bakar untuk pengobatan, mempertahankan cita rasa lokal, dan lain sebagainya. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penerapan manajemen strategi yang telah dilakukan oleh para pedagang yang ada di kawasan Talao Pauh Pariaman selama ini. Melalui kegiatan ini diharapkan bahwa para pedagang dapat mengerti bahwa mereka telah melaksanakan implementasi sesuai dengan teori, meskipun belum optimal karena berbagai kendala. Dalam pelaksanaan kegiatan diharapkan ada interaksi yang dapat saling memberikan informasi untuk berbagi pengetahuan antara para pedagang dengan para mahasiswa selaku pelaksana kegiatan ini.

Kata kunci: Manajemen Strategi, Pedagang, Penerapan

Abstract

This PKM activity was carried out in line with student PBL activities in the Talao Pauh Pariaman Tourism Beach Area. Through this activity, students are expected to be able to interact and communicate with traders to share information and knowledge in order to find out how the implementation of the strategic management they have done so far in facing market competition. This activity was carried out by 4 groups who were deployed to the field to conduct interviews and find matters related to the implementation of the strategic management that has been carried out so far. Starting from the ability to manage capital, marketing strategies, sources of acquisition of the products they sell, their target market, strategies in dealing with existing competition, and others. From the findings it is known that the level of competition between fellow traders in the area is very high, so traders must try to create their own marketing strategies, such as providing facilities for karaoke, selling roasted coconut for treatment, maintaining local flavors, and so on. The aim of carrying out this activity is to find out how the implementation of strategic management has been carried out by traders in the Talao Pauh Pariaman area so far. Through this activity, it is hoped that traders will understand that they have carried out implementation in accordance with theory, even though it has not been optimal due to various obstacles. In carrying out the activity, it is hoped that there will be interactions that can provide information to each other to share knowledge between traders and students as implementers of this activity.

Keywords: Strategic Management, trader, application

1. PENDAHULUAN

Talao Pauh Pariaman adalah merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang baru sejak tahun 2020. Kata “Talao” diartikan sebagai telaga yang berada dekat laut. Lokasi wisata ini hanya berjarak sekitar 2 kilometer dari pusat Kota Pariaman. Air telaga yang bening lengkap dengan berbagai fasilitas untuk bersantai. Lokasi ini juga dilengkapi jembatan sepanjang 30 meter dengan desain yang dibuat menarik. Destinasi ini sangat cocok untuk tempat bersantai dengan keluarga atau teman. Apalagi di lokasi ada tersedia fasilitas gazebo dan dilengkapi free wifi.

Di Talao juga terdapat banyak para pedagang pelaku UMKM yang melakukan usaha merebut peluang bisnis dengan adanya destinasi ini. Dengan adanya para pedagang ini para pengunjung dapat membeli dan menikmati berbagai macam panganan seperti es kelapa muda, kelapa bakar, kerupuk kuah, langkitang cucuik, sala, rakik udang dan berbagai kuliner khas tradisional lainnya dari Pariaman.

Kawasan wisata merupakan salah satu faktor yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Pedagang pelaku UMKM merupakan kelompok usaha kecil yang turut mendukung pertumbuhan ekonomi dan sangat penting bagi keberadaan lokasi wisata. Namun banyaknya pedagang di lokasi yang sama tentu saja akan menimbulkan persaingan dalam memperoleh pelanggan. Untuk memenangkan persaingan para pedagang memerlukan manajemen strategi yang jitu. Penerapan manajemen strategi yang mereka lakukan berbeda-beda antara satu sama lainnya.

Manajemen strategi yang baik akan mendorong keberhasilan usaha dagang yang mereka lakukan. Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan kondisi yang lebih baik dari sebelumnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha, tetapi alasan laba menjadi faktor penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan laba atau ketidakstabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan menjaga kertahanan usahanya (Novidya dkk, 2019; Alamsyah & Hasan, 2022; Karim et al., 2023; Susriyanti et al., 2023).

Selain sebagai salah satu upaya untuk memenangkan persaingan, manajemen strategi juga diperlukan untuk menjaga keteraturan bisnis di suatu tempat. Di dalam penerapannya strategi bisnis diperlukan kesabaran, konsistensi, komitmen, koherensi dan perencanaan yang matang. Penerapan manajemen strategi oleh para pedagang ini tentulah tidak sekomplit yang diterapkan oleh sebuah perusahaan. Penerapan manajemen strategi disini sederhana saja. Komunikasi dan pelayanan yang baik menjadi kunci penerapan manajemen strategi yang harus mereka perhatikan selain rasa produk yang dijual, kenyamanan tempat bagi pembeli, dll.

Salah satu penerapan manajemen strategis untuk mengembangkan kinerja bisnis adalah orientasi pasar. Orientasi pasar dianggap sebagai salah satu filosofi bisnis. Day dan Wensley (1998) mengemukakan bahwa orientasi pasar melibatkan keterampilan maju dan unggul untuk memahami dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan harus diperoleh agar bisnis tetap bertahan (Darmawan, 2022). Untuk mencapai tujuan tersebut, pelaku bisnis harus mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta mengintegrasikan konsep pemasaran di semua aktivitas bisnis. Integrasi konsep pemasaran pada setiap aktivitas bisnis merupakan suatu hal yang penting bagi bisnis untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Pemasaran bukan hanya terkait dengan upaya mempromosikan produk, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Khayru, 2021). Hal ini dapat dicapai dengan cara menyediakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang baik, dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan. Selain itu, Darmawan et al. (2022) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fokus utama pencapaian dalam bisnis.

Sementara di sisi pemasaran faktor krusial yang menjadi tantangan UMKM adalah lemahnya akses pemasaran produk yang masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth*

marketing (pemasaran dari mulut ke mulut). Para pedagang belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran. Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan memperkerjakan karyawan yang memiliki kualifikasi khusus (Elwisam, dkk, 2019).

Tantangan dalam lingkungan pebisnis serta kebutuhan pasar memberikan kesempatan usaha yang perlu diterapkan dengan pola strategi berbisnis. Adanya kesempatan usaha dalam menumbuhkan ketentraman UMKM dengan menganalisa pasar secara baik dalam produksi produk dengan tetap menjaga protokol kesehatan. Inovasi merupakan salah satu penerapan strategi yang dimiliki pebisnis dengan maksud memikat perhatian konsumen lama dan baru agar selalu dapat melakukan pembelian pada unit usaha, sehingga dapat menciptakan suatu loyalitas pelanggan.

Keberhasilan setiap pelaku usaha terhadap cara penerapan manajemen strategi tidak terlepas dari kemampuan yang dimiliki untuk dapat menawarkan produknya secara tepat dan benar, salah satunya menggunakan cara promosi. Kegiatan promosi merupakan suatu perusahaan yang dapat diterapkan dengan baik dengan cara direncanakan, dikendalikan, diarahkan serta dianggarkan yang sesuai dengan kondisi finansial dalam perusahaan dan dengan keberadaannya kegiatan promosi tersebut mengupayakan dalam meningkatkan penjualan atas produk perusahaan, dengan adanya peningkatan dalam penjualan merupakan peningkatan dalam jual beli. (Puspitasari & Oktafia, 2020). Penerapan strategi pemasaran sebagai bagian manajemen strategi merupakan hal yang utama dalam membangun usaha, strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan bauran pemasaran. (Melinia et al., 2021).

Melalui kegiatan PBL mahasiswa maka dilakukanlah sekaligus kegiatan PKM untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen strategi para pedagang pelaku UMKM di kawasan Talao ini. PBL merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengasah *soft skill* mahasiswa di dunia nyata. Hasil penelitian dari Harvard University Amerika Serikat menyatakan bahwa kesuksesan seseorang tidak ditentukan semata-mata oleh pengetahuan dan keterampilan teknis (*hard skill*), tetapi oleh keterampilan mengelola diri dan orang lain (*soft skill*). Bahkan, penelitian ini mengungkapkan, bahwa kesuksesan hanya ditentukan sekitar 20% dengan *hard skill* dan sisanya 80% dengan *soft skill*. *Soft skill* berkaitan dengan kemampuan seseorang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (*interpersonal skills*) dan dirinya sendiri (*intrapersonal skills*). Pendidikan yang baik adalah pendidikan yang mampu mengimbangi *hard skill* dan *soft skill* peserta didik.

Menurut penelitian Tang (2020), pembelajaran yang dibarengi *soft skill* lebih dini akan menghasilkan individu yang memiliki karakter kepribadian positif, tangguh, dan sukses dalam karier. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Mendikbud (2020), yaitu *hard skill* dan *soft skill* sama pentingnya. Ada sepuluh (10) *soft skills* yang dirampung dari berbagai sumber akan menjadi pusat perhatian bersama, yaitu *critical thinking* atau kemampuan berpikir kritis, komunikasi yang baik, kecerdasan emosi, integritas, gaya hidup sehat, kepemimpinan, *public speaking*, kemampuan beradaptasi, *team work* (kolaborasi), kreatif dan inovatif.

Problem Based Learning diartikan sebagai Pembelajaran Berbasis Masalah yaitu jenis model pembelajaran yang melibatkan siswa dalam suatu kegiatan (*proyek*) untuk menghasilkan suatu produk ataupun temuan lapangan. Keterlibatan mahasiswa dimulai dari kegiatan merencanakan, membuat rancangan, melaksanakan, dan melaporkan hasil kegiatan berupa produk dan laporan pelaksanaannya. Model Pembelajaran ini lebih menekankan pada proses pembelajaran jangka panjang, mahasiswa terlibat secara langsung dengan berbagai isu dan persoalan kehidupan sehari-hari, belajar bagaimana memahami dan menyelesaikan persoalan nyata, bersifat *interdisipliner*, dan melibatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam merancang, melaksanakan dan melaporkan hasil kegiatan (*student centered*).

Model pembelajaran ini bertujuan mendorong mahasiswa untuk belajar melalui berbagai permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari yang dikaitkan dengan pengetahuan yang telah

atau akan dipelajarinya. Permasalahan yang diajukan pada model *Problem Based Learning*, bukanlah permasalahan “biasa” atau bukan sekedar “latihan”. Permasalahan dalam PBL menuntut penjelasan atas sebuah fenomena. Fokusnya adalah bagaimana mahasiswa mengidentifikasi isu pembelajaran dan selanjutnya mencari alternatif-alternatif penyelesaian.

UPI YPTK dengan perkembangan yang semakin pesat dan selalu terdepan dalam sistem dan teknologi sangat menyadari hal tersebut. Sehingga berbagai kegiatan untuk meningkatkan kemampuan *soft skill* mahasiswa selalu menjadi perhatian utama. Salah satunya melalui kegiatan PBL. PBL menjadi salah satu dari bagian dalam sistem pembelajaran di UPT E-Learning UPI YPTK Padang.

Setiap model pembelajaran memiliki kelebihan dan kelemahan, demikian dengan model *Problem Based Learning* pun memiliki kelebihan dan kelemahan. Diantara kelebihan *Problem Based Learning* adalah; a). Mengembangkan keterampilan pemecahan masalah; b). Mendorong peserta didik mempelajari materi dan konsep baru ketika memecahkan masalah; c). Mengembangkan kemampuan sosial dan keterampilan berkomunikasi yang memungkinkan mereka belajar dan bekerja dalam tim; d). Mengembangkan keterampilan berpikir ilmiah tingkat tinggi/kritis; e). Mengintegrasikan teori dan praktek yang memungkinkan peserta didik menggabungkan pengetahuan lama dengan pengetahuan baru; f). Meningkatkan motivasi siswa untuk belajar mandiri; g). Melatih peserta didik terampil mengelola waktu; h). Melatih peserta didik dalam mengendalikan diri; i). Membantu cara peserta didik untuk belajar sepanjang hayat, (Istiqomah, 2020). Sedangkan kelemahan model pembelajaran *Problem Based Learning* diantaranya; a). Manakala siswa tidak memiliki minat atau siswa berasumsi bahwa masalah yang dipelajari sulit untuk dipecahkan, maka akan merasa engga untuk mencoba; b). Keberhasilan model pembelajaran melalui *Problem Based Learning* membutuhkan cukup waktu untuk persiapan; c). Tanpa pemahaman mengapa siswa berusaha memecahkan masalah yang dipelajari, maka siswa tidak akan belajar apa yang ingin dipelajari.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam pelatihan UMKM ini menggunakan metode PAR (Participatory Action Research)(Gunawan, 2020). PAR menurut Bakhri dan Futiah (2020) merupakan metode pendekatan dengan melalui penyelesaian siklus yang mana kelompok sosial berusaha untuk melakukan studi masalah mereka secara logis dengan mengkoordinasikan, memperbaiki, mengevaluasi keputusan serta membuat langkah. Metode pendekatan PAR berpusat pada pencarian masalah dan dapat menemukan opsi untuk menemukan pengaturan yang dimiliki oleh pelaku UMKM sebagai basic utama riset program. Metode ini dipilih untuk menumbuh kembangkan keberanian diri dengan merubah apa yang ada menjadi apa yang dianggap lebih eksklusif di masa depan serta semangat dalam mengeksplor potensi yang dimiliki. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode pendekatan berupa:

- a. **Kunjungan:** pertemuan bernuansa kekeluargaan dengan pihak mitra untuk mengetahui secara rinci kondisi, kebutuhan dan potensi layanan mitra.
- b. **Wawancara:** melakukan wawancara dengan tanya jawab terbuka dengan para mitra.
- c. **FGD:** kegiatan ini dilakukan dengan tujuan mengajak para mitra untuk mendiskusikan kendala-kendala yang membuat mereka kesulitan dalam menjalankan implementasi manajemen strategi
- d. **Memberi Masukan:** pemberian masukan dilakukan saat wawancara dan diskusi dengan penggunaan pendekatan teoritis.
- e. **Jangka Waktu : 1 hari** (kunjungan, wawancara dan FGD)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam melakukan kegiatan ini kami melakukan urutan aktivitas dengan prosedur sebagai berikut:

- Menjelaskan maksud dan tujuan melakukan kegiatan.
- Memberikan pengarahan tentang manajemen strategis secara teori sederhana.
- FGD dan pendampingan dengan mendengarkan pemaparan mereka tentang kendala-kendala yang mereka hadapi dalam melakukan implementasi manajemen strategi selama ini.
- Mengarahkan dalam perubahan perilaku yang sudah tepat dan benar telah mereka lakukan selama ini yang tidak disadari.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka dalam realisasi program tersebut diharapkan kepada para pedagang sebagai mitra dapat berpartisipasi dengan kegiatan sebagai berikut:

- Menjadi peserta pendengar presentasi: menerima teori, konsep, dan panduan, diskusi, tanya-jawab, dan lain-lain secara langsung dengan dibimbing oleh para instruktur/narasumber yang berasal dari para dosen peneliti dan para dosen praktisi yang berpengalaman di dalam bidang perbankan konvensional dan perbankan syariah.
- Berkolaborasi secara aktif di forum presentasi dan FGD secara interaktif antara para dewan komisaris, dewan direksi, dan para karyawan.

Di kawasan Talao terdapat banyak para pedagang pelaku UMKM. Usaha dagang yang ada diantaranya adalah kedai-kedai tempat makan dan minum dengan aneka pilihan menu, pedagang kelapa bakar, pedagang makanan khas Pariaman seperti sala dll, pedagang sea food seperti pensi dan langkitang, serta para penyedia jasa sepeda listrik untuk para pengunjung bisa melakukan tour keliling kawasan. Diantara foto saat kegiatan berlangsung kepada para pedagang pelaku UMKM yang ada di kawasan Talao ini yang dilakukan secara berkelompok adalah:



Gambar 1.2: Pelaksanaan Kegiatan Lapangan

Dari hasil kegiatan diketahui bahwa penerapan manajemen strategi yang mereka lakukan selama ini sudah ada namun masih sangat sederhana dan umum. Diantaranya mereka melakukan strategi menarik pelanggan dengan menyediakan fasilitas karaoke gratis, keramah tamahan, harga yang tidak mahal atau disamakan saja dengan harga umumnya yang ada di luar kawasan, membuat banner di depan tempat usaha, membuat tabel menu yang mudah dilihat oleh para pengunjung dari luar, menawarkan secara langsung kepada setiap pengunjung yang datang agar berbelanja di tempat mereka.

Adanya beberapa usaha pedagang yang cenderung sama, membuat persaingan yang ada cukup tinggi namun cukup terkendali. Dengan adanya berbagai kesamaan dari produk yang di jual maka yang menjadi andalan mereka dalam persaingan adalah kualitas pelayanan. Mereka yakin bahwa kualitas pelayanan yang baik akan membuat para pengunjung datang lagi dan memilih usaha mereka untuk tempat berkuliner. Menjaga kualitas rasa dari setiap produk yang menjadi makanan khas Pariaman juga menjadi strategi yang terus mereka terapkan dan dijaga dengan baik.

Untuk masa yang akan datang mereka mau mengembangkan usaha mereka dengan menambah modal. Namun mereka semua mengalami kesulitan untuk mendapatkan modal tambahan. Umumnya para pedagang pelaku UMKM di kawasan ini sangat mengharapkan uluran tangan pemerintah untuk membantu kebutuhan modal mereka di masa yang akan datang.

Dalam kegiatan ini disarankan kepada para pedagang pelaku UMKM saat melakukan FGD agar mereka memanfaatkan media sosial untuk sarana promosi. Penggunaan medsos tidak memerlukan biaya yang tinggi sehingga mudah mereka jangkau dan gunakan. Medsos yang bisa mereka gunakan antara lain adalah FB, IG, Tiktok, WA, dll. Para mahasiswa juga mengajarkan kepada para pedagang bagaimana menggunakan media tersebut untuk ajang promosi melalui pembuatan konten-konten yang menarik.

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategik dalam melakukan kegiatan perdagangan oleh para pedagang pelaku UMKM ini sudah ada namun masih sangat manual dan belum tersusun dengan baik. Pelaksanaan strategi yang mereka terapkan masih bersifat situasional dan insidental semata, ibaratkan pepatah Minang "*dima tumbuah sinan disiang*". Artinya mereka tidak memikirkan apa strategi yang akan mereka pakai dan lakukan saat berdagang hari ini atau untuk masa yang akan datang. Mereka hanya melakukan strategi, kiat, cara, secara otodidak berdasarkan pengalaman-pengalaman sebelumnya untuk menghadapi situasi yang terjadi saat itu saja. Para pedagang pelaku UMKM juga belum menerapkan sistem manajemen strategi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di era yang serba digital saat ini. Namun dalam implementasinya sudah banyak strategi yang mereka lakukan sesuai teori ilmiah, namun mereka belum menyadari itu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. R., & Hasan, G. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix pada UMKM Berry Catszone Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.370>
- Ali Mudlofir, Pendidikan Profesional: Konsep, Strategi dan Aplikasinya dalam Peningkatan Mutu Pendidik di Indonesia (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 141

- Bakhri, S dan Futiah,. Y. 2020. "Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Loyalitas Sosial*, vol. 2, no. 2
- Darmawan, D. 2022. The Effect of Trust and Saving Experience on Loyalty Through Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study of Sharia Bank Customers in Surabaya City), *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 12 – 20
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jamil, S. A., & Mardikaningsih, R. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277-286.
- Istiqomah, I., Suwondo, S., & Firdaus, L. N. (2020). Environmental education in forming attitudes of environmental care for students. *Journal of Educational Sciences*, 4(1), 200-211.
- Karim, K., Zasriati, M., & Iskanto, D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Pengembangan Tanaman Organik Penunjang Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i1.517>
- Khayru, R.K. 2021. Opinions about Consumer Behavior during the Covid-19 Pandemic, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 31- 36.
- Melinia., Fasa, Muhammad Iqbal., & Suharto. 2021. Implementasi Marketing Mix Strategy Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Sungkai Jaya Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(02), p. 147–171.
- Puspitasari, Ana Widya., & Oktafia, Renny. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), p. 140-157.
- Rokhmadi, R. (2014). Tingkat kemampuan soft skills fungsionaris lembaga kemahasiswaan fakultas ilmu keolahragaan universitas negeri semarang angkatan 2009. *ACTIVE: Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 3(11).
- Suci, Yuli Rahmini, 2017, Perkembangan UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) Indonesia, *Jurnal Ilmiah Canos Ekonomos*, Vol 6 No 1, hal 51-58.
- Susriyanti, S., Yulasmi, Y., & Yeni, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Produk kreatif Dengan Memanfaatkan Barang Bekas Pada Mahasiswa STIE Perbankan Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.576>
- Zhao, C., Sun, Q., Zhang, C., Tang, Y., & Qian, F. (2020). Monocular depth estimation based on deep learning: An overview. *Science China Technological Sciences*, 63(9), 1612-1627.