



Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dan Label UMKM Kripik Desa Wangkelang Kecamatan Moga Kabupaten Pemalang

Evi Yuswijayanti¹, Masruroh², Tamimatul Isnaini³, Sidik Asrofi⁴, Hendri Hermawan Adinugraha⁵

¹ Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Kabupaten Pekalongan, 51161, Indonesia

² Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Kabupaten Pekalongan, 51161, Indonesia

³ Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Kabupaten Pekalongan, 51161, Indonesia

⁴ Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Kabupaten Pekalongan, 51161, Indonesia

⁵ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Kabupaten Pekalongan, 51161, Indonesia

*E-mail Penulis Korespondensi: eviyuswijayanti02@gmail.com

ABSTRAK¹

Kata Kunci

UMKM, merek, label

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu untuk meningkatkan UMKM agar dapat mengerti pentingnya merek dan agar aktif ikut untuk melakukan pendaftaran merek sebagai upaya dalam memberikan penguatan UMKM di Desa Wangkelang, Kec. Moga, Kab. Pemalang. program pengabdian ini, menggunakan metode *Asset Based Community-Driven Development* (ABCD). Diantaranya, (1) *Inculturation* (2) *Discovery* (3) *Design* (4) *Define* (5) *Reflection*. Dalam melakukan observasi awal terhadap UMKM yang ada. Tim meneliti dan mengamati aset-aset yang dimiliki oleh Desa Wangkelang untuk mengidentifikasi potensi yang dapat dijadikan peluang dalam upaya pemberdayaan. Dari hasil observasi tersebut maka tim memutuskan untuk melakukan pendampingan dalam pembuatan merek dagang dan label. Hal ini dikarenakan belum semua produk dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) milik Bapak Sodirin memiliki merek dagang atau label.

ABSTRACT

Keywords:

MSME, brand, label

The purpose of this community service activity is to increase MSMEs so they can understand the importance of brands and to actively participate in registering brands as an effort to strengthen MSMEs in Wangkelang Village, Kec. Hopefully, Kab. Malang. This service program uses the *Asset Based Community-Driven Development* (ABCD) method. Among them, (1) *Inculturation* (2) *Discovery* (3) *Design* (4) *Define* (5) *Reflection*. In making initial observations of existing MSMEs. The team researched and observed the assets owned by Wangkelang Village to identify potentials that could be used as opportunities in empowerment efforts. From the results of these observations, the team decided to provide assistance in making trademarks and labels. This is because not all products from Mr. Sodirin's Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have trademarks or labels.

e-ISSN: 2798-3684

Copyright © 2024 Author(s)

Article info: Received: 22 Juli 2024 | Accepted: 19 Agustus 2024 | Online: 18 September 2024

1. Pendahuluan

Kegiatan ekonomi merupakan suatu usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan seiring perkembangan zaman dan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kegiatan ekonomi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Lapangan pekerjaan yang mampu menyerap tenaga kerja dari setiap angkatan diperlukan untuk masyarakat yang akan memenuhi kebutuhan hidupnya. Indonesia yang penuh dengan kekayaan alam belum mampu memaksimalkan potensi yang ada disekitarnya, sehingga masyarakat dituntut untuk memanfaatkan dan mengembangkan kemampuan serta potensi yang ada agar kebutuhan mereka dapat terpenuhi (Merdekawati, 2018).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi Nasional yang paling strategis dan menyangkut hidup banyak orang, sehingga UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. UMKM juga termasuk kelompok pelaku ekonomi yang memiliki peran besar dalam perekonomian di Indonesia (Sugianti, 2019). UMKM yang ada ditengah-tengah masyarakat berpengaruh besar bagi masyarakat, terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan.

Sektor UMKM merupakan hal penting untuk pembangunan daerah karena lebih banyak menggunakan sumber daya lokal dan keuntungannya tetap ada di wilayah atau daerah. Hal ini sejalan di Indonesia bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang paling berkembang sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Permasalahan yang sering dikeluhkan oleh pelaku UMKM, yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Berbagai permasalahan yang dihadapi saat ini dikarenakan belum banyak UMKM yang memiliki badan hukum, kurangnya inovasi produk, rendahnya akses permodalan, dan rendahnya tenaga pendamping di lapangan (Amaliyah et al., 2022).

Selain itu, permasalahan yang juga dihadapi UMKM adalah permodalan, daya saing produk, pemasaran, *brand identity*, dan produktivitas. Sumber lain mengatakan bahwa selain permasalahan modal usaha, seringkali pelaku UMKM juga kurang mengetahui cara mengembangkan bisnis, kurang inovasi produk, sulit mendistribusikan barang, belum memaksimalkan pemasaran *online*, tidak adanya branding, tidak melakukan program loyalitas pelanggan, masih melakukan pembukuan secara manual, tidak memiliki mentor, dan tidak memiliki izin usaha resmi (Anwar & Dina, 2024).

UMKM di Desa Wangkelang khususnya usaha milik Bapak Sodirin juga menghadapi beberapa permasalahan dalam menjalankan usahanya, seperti sulitnya memperluas pasar. Ketika Bapak Sodirin mencoba menjual produknya ke toko/swalayan, pihak manajemen toko meminta produk tersebut memiliki merek dagang resmi sebagai salah satu syarat agar dapat dipasarkan secara luas. Karena Bapak Sodirin belum memiliki merek dagang, maka permohonan kerja sama ditolak. Hal ini membatasi Bapak Sodirin untuk memperluas jangkauan pasarnya. Selain itu, produk juga ditiru oleh kompetitor yang menjual produk seperti produk milik Bapak Sodirin dengan kemasan serupa, sehingga menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen dan penjualan Bapak Sodirin mengalami penurunan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka disusunlah program pendampingan pembuatan merek dagang dan label pada UMKM kepada pelaku usaha agar dapat mengerti pentingnya merek dan agar aktif ikut untuk melakukan pendaftaran merek sebagai upaya dalam memberikan penguatan UMKM di Desa Wangkelang, Kecamatan Moga, Kabupaten Pemalang.

2. Pelaksanaan dan Metode

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 09 Juli 2023 yang bertempat di Desa Wangkelang Kecamatan Moga Kabupaten Pemalang dengan mendatangi pelaku UMKM Kripik.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis ABCD yang melibatkan pendampingan. Pendekatan ini menekankan pada pemanfaatan aset dan potensi yang ada di sekitar kelompok masyarakat. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan aset yang dimiliki oleh wilayah tertentu. Dalam konteks ini, UMKM dianggap sebagai suatu aset berharga untuk kemajuan perekonomian masyarakat Indonesia. UMKM merupakan sektor ekonomi nasional yang sangat strategis dan berpengaruh pada banyak orang, sehingga UMKM berperan penting sebagai tulang punggung perekonomian Nasional (Agustin, 2022).

Desa Wangkelang memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM-nya. Salah satu potensi tersebut adalah keberadaan berbagai jenis UMKM yang dijalankan oleh masyarakat. Namun, karena banyaknya UMKM yang ada, terjadi persaingan dalam hal nama produk. Bagi UMKM yang telah memiliki merek dagang, mereka dapat dengan mudah memasarkan produk mereka agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Di Desa Wangkelang, UMKM memiliki peran yang sangat penting. Banyak masyarakat mengandalkan UMKM sebagai sumber penghasilan mereka, sehingga persaingan dalam memperkenalkan produk menjadi semakin ketat. Setelah melakukan observasi awal, tim pengabdian memutuskan untuk memberikan pendampingan dalam menguatkan UMKM dengan menciptakan merek dagang. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk mengatasi kelemahan dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dalam program pengabdian ini, terdapat lima langkah metode *Asset Based Community-Driven Development* (ABCD). Diantaranya, (1) *Inculturation* (2) *Discovery* (3) *Design* (4) *Define* (5) *Reflection* (Salahuddin & Safriani, 2015).

- a. *Inculturation* merupakan langkah pertama dalam menerapkan metode ABCD. Tahap ini melibatkan proses pengenalan terhadap lokasi dan potensi yang dimiliki. Tujuan dari inkulturasi adalah untuk menciptakan rasa kepercayaan dan keterbukaan di kalangan masyarakat. Setelah kepercayaan terbangun, aliran informasi akan menjadi lebih lancar dan mudah.
- b. *Discovery* adalah tahap penggalian informasi yang bertujuan untuk menentukan program kerja. Tahap ini dilakukan setelah selesainya proses inkulturasi.
- c. *Design* adalah tahap di mana aset dan peluang diidentifikasi setelah mengetahui informasi yang telah digali. Informasi ini kemudian digunakan untuk merancang program kerja awal yang akan dijalankan.
- d. *Define* merupakan tahap yang bertujuan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program kerja.
- e. *Reflection* adalah kegiatan evaluasi yang dilakukan untuk mengevaluasi pelaksanaan program kerja yang telah dijalankan.

3. Hasil dan Pembahasan

Langkah awal yang diambil oleh tim pengabdian saat melaksanakan kegiatan pengabdian di Desa Wangkelang, Kecamatan Moga, Kabupaten Pemalang, adalah melakukan observasi awal terhadap UMKM yang ada. Dalam observasi ini, tim meneliti dan mengamati aset-aset yang dimiliki oleh Desa Wangkelang untuk mengidentifikasi potensi yang dapat dijadikan peluang dalam upaya pemberdayaan. Setelah melalui proses observasi dan pertimbangan yang matang, tim pengabdian menetapkan skala prioritas yang mencerminkan aset-aset utama yang dimiliki oleh Desa Wangkelang.

Desa Wangkelang memiliki salah satu aset utama berupa UMKM, di antaranya adalah usaha kripik milik Bapak Soderin. Setelah melakukan penelitian, tim akhirnya memutuskan untuk memberikan bantuan dalam menguatkan UMKM tersebut dengan menyediakan merek dagang dan label. Hal ini dikarenakan belum semua produk dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) milik Bapak Soderin memiliki merek dagang atau label.

Berdasarkan metode ABCD yang digunakan, terdapat lima tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini, di antaranya:

a. *Inculturation*

Dalam proses inkulturasi ini, segala kegiatan yang dilakukan selalu berhubungan dengan komunikasi, sehingga kemampuan komunikasi menjadi sangat penting. Untuk memastikan tahap inkulturasi berjalan lancar, salah satu cara yang efektif adalah aktif bergabung dalam kegiatan-kegiatan yang melibatkan banyak orang, seperti yasinan dan karang taruna.

Tim pengabdian melakukan proses observasi terhadap masyarakat sekitar dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi tentang aset dan potensi yang ada di masyarakat. Berikut adalah foto kegiatan silaturahmi antara tim pengabdian dengan masyarakat dalam rangka mendukung proses inkulturasi.



Gambar 1. Silaturahmi dengan masyarakat

Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, ditemukan informasi mengenai aset dan potensi yang ada di Desa Wangkelang. Mayoritas masyarakat di desa ini bekerja sebagai petani dan pedagang. Namun, fokus kegiatan tim pengabdian tertuju pada masyarakat yang memiliki mata pencaharian sebagai pedagang. Hal ini karena masyarakat pedagang juga memerlukan perhatian dalam upaya memajukan usaha mereka, mengingat bahwa UMKM menjadi salah satu sumber penghidupan yang mendukung perekonomian masyarakat.

b. *Discovery*

Tahap *discovery* adalah proses yang digunakan untuk menggali informasi lebih mendalam yang diperlukan. Ini meliputi mengidentifikasi pencapaian yang telah dicapai sebelumnya dan saat ini, serta mengungkapkan faktor-faktor yang mendukung kesuksesan usaha. Kegiatan yang dilakukan dalam tahap *discovery* ini adalah membuat pemetaan aset.

Desa Wangkelang memiliki banyak UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Dalam tahap ini, tim pengabdian memilih salah satu UMKM milik Bapak Sodirin sebagai fokus kegiatan. Alasan untuk memilih UMKM ini adalah karena Bapak Sodirin memiliki keahlian dalam mengolah bahan makanan menjadi produk dengan nilai jual yang dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Usaha Bapak Sodirin telah berjalan selama 3 tahun, namun produknya belum memiliki merek dagang sebagai identitas produk.



Gambar 2. Survey dan wawancara perdana ke tempat UMKM milik Pak Sodirin

c. *Design*

Pada tahap ini, setelah menetapkan tujuan yang ingin dicapai, langkah berikutnya adalah merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, untuk mencapai perubahan yang diinginkan dalam masyarakat, hal-hal positif yang pernah terjadi dijadikan sebagai sumber kekuatan yang memberi dorongan (Fitrianto & Dkk, 2021).

Tahap *design* ini berfokus pada perancangan strategi atau rencana aksi yang akan dilakukan untuk memperkuat UMKM kripik milik Pak Sodirin tersebut melalui pembuatan merek dagang dan label. Rencana aksi ini bertujuan untuk memberikan identitas dan ciri khas pada produk kripik agar dapat lebih dikenal dan diterima oleh pasar. Dalam tahap ini, tim pengabdian masyarakat akan merancang berbagai elemen penting yang terkait dengan pembuatan merek dagang dan label, seperti desain logo, nama merek, informasi produk, dan aspek visual lainnya.

Selain itu, dalam tahap *design* ini juga akan ditentukan berbagai langkah atau kegiatan yang perlu dilakukan untuk mengimplementasikan pembuatan merek dagang dan label pada UMKM kripik milik Pak Sodirin di Desa Wangkelang. Rencana aksi ini akan disusun secara sistematis dan terstruktur, sehingga dapat memberikan panduan yang jelas dan terukur bagi pelaksanaan kegiatan.

Tahap *design* memiliki peran penting dalam kesuksesan penguatan UMKM kripik milik Pak Sodirin di Desa Wangkelang karena rencana aksi yang dirancang dengan baik akan membantu mengarahkan langkah-langkah selanjutnya, mengoptimalkan sumber daya yang ada, dan memastikan pelaksanaan kegiatan berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tabel 1. Rencana Program Kerja Tim Pengabdian

Aset	Rencana Program Kerja	Keterangan
1. Sumber Daya Alam (SDA) 2. UMKM	1. Memberikan pengarahan tentang pentingnya merek dagang. 2. Membuat desain label produk. 3. Pemasaran produk UMKM pada media sosial. 4. Meningkatkan volume produksi.	1. Memahami pelaku UMKM tentang merek dagang. 2. Membuat desain label produk atau merek dagang yang lebih modern, menarik dan mudah di ingat oleh masyarakat. 3. Pemasaran dilakukan di media sosial untuk mempermudah dalam menjangkau semua masyarakat. 4. Setelah proses pembuatan merek dagang dan label produk selesai, dan pemasaran <i>online</i> telah dilakukan, diharapkan terjadi peningkatan volume produksi.

d. *Define*

Setelah masyarakat menemukan impian mereka, pemilik UMKM bekerja sama untuk menerapkan program kerja yang telah direncanakan. Pada saat ini, pelaku UMKM menunjukkan kekuatan yang dimilikinya untuk mewujudkan impian mereka (Suardi, 2019).

Pelaksanaan kegiatan tim pengabdian di lapangan berdasarkan program kerja yang telah ditetapkan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Memberikan Pemahaman tentang Pentingnya Merek Dagang

Tim pengabdian melakukan kegiatan untuk memberikan informasi mengenai merek dagang sebagai bagian dari program kerja mereka. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menyadarkan masyarakat atau pelaku UMKM akan pentingnya memiliki merek dagang. Kegiatan ini dilaksanakan secara bertahap dan fleksibel, agar dapat disesuaikan dengan kesibukan pemilik UMKM. Pemberian pemahaman tentang pentingnya merek dagang ini dilakukan pada hari Minggu tanggal 09 Juli 2023 di Desa Wangkelang. Berikut adalah bukti foto dari kegiatan tersebut.

b. Membuat Desain Label Produk

Kegiatan ini merupakan kelanjutan setelah diberikan pemahaman mengenai pentingnya merek dagang. Dari hasil diskusi saat pemberian pemahaman, diketahui bahwa Bapak Sodirin, pemilik UMKM, belum memiliki desain stiker pada produknya. Bapak Sodirin berpendapat bahwa stiker atau merek dagang tidak terlalu penting dalam penjualan produk. Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan perancangan desain stiker yang sederhana namun menarik, dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan oleh Bapak Sodirin. Sebelum membuat berbagai desain stiker untuk produk-produknya, tim pengabdian bersama-sama merancang desain logo yang akan digunakan pada setiap stiker.

Pemilihan desain logo ini didasarkan pada beberapa referensi yang dikumpulkan oleh tim pengabdian untuk memberikan gambaran yang tepat. Bapak Sodirin sepenuhnya mempercayakan proses pembuatan desain kepada tim pengabdian. Setelah mendapatkan beberapa referensi, tim pengabdian mulai merancang desain logo untuk produk kripiknya. Selama proses pembuatan logo, tim pengabdian secara terus-menerus berdiskusi dan berkonsultasi dengan Bapak Sodirin mengenai pilihan warna dan bentuk yang sesuai dengan selera dan visi Bapak Sodirin sebagai pemilik usaha. Hal ini karena desain logo ini akan menjadi identitas merek dagang pada stiker produk, sehingga penting untuk memastikan kesesuaian dengan visi dan citra yang diinginkan oleh Bapak Sodirin.

Setelah logo produk selesai dirancang, langkah selanjutnya adalah membuat desain untuk stiker produk kripik. Logo yang telah dibuat akan menjadi ciri khas yang khas bagi produk-produk ini. Berikut adalah gambar dari desain stiker baru yang akan digunakan pada produk kripik dari UMKM milik Bapak Sodirin:



Gambar 3. *Design* merek dagang dan label untuk produk UMKM Kripik milik Pak Sodirin

c. Pemasaran Produk UMKM pada Media Sosial

UMKM yang dimiliki oleh Bapak Sodirin masih dipasarkan di dalam Desa Wangkelang saja, belum menjangkau pemasaran ke luar desa dan sekitarnya. Oleh karena itu, diperlukan promosi lebih supaya produk bisa dikenal oleh banyak masyarakat dan dapat menaikkan penjualan usaha Bapak Sodirin. Selain promosi melalui metode mulut ke mulut, penting juga untuk melakukan pemasaran secara *online*. Dalam hal ini, tim pengabdian membantu dalam memasarkan UMKM milik Bapak Sodirin melalui media sosial, seperti membuat *instastory* pada WhatsApp dan Facebook. Dengan semakin banyak masyarakat yang mengetahui tentang usaha ini, maka usaha Bapak Sodirin akan semakin dikenal luas.

d. Meningkatkan Volume Produksi

Setelah desain logo dan stiker untuk produk dari UMKM milik Bapak Sodirin selesai, dan pemasaran aktif dilakukan melalui media sosial, diharapkan hal tersebut dapat meningkatkan volume produksi dari usaha Bapak Sodirin.

e. *Reflection*

UMKM memiliki peran penting sebagai aset di Desa Wangkelang. Para pelaku usaha di desa ini berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan usaha mereka. Pelaku usaha dengan modal besar dapat berkembang dengan lebih mudah, sementara pelaku usaha dengan modal terbatas harus berjuang untuk memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat. Sebelum adanya program dari tim pengabdian, UMKM milik Bapak Sodirin belum cukup dikenal di luar Desa Wangkelang karena produknya belum memiliki merek yang menjadi ciri khas usahanya. Namun, setelah adanya program ini, tim pengabdian merancang sebuah program kerja yang bertujuan untuk membawa perubahan pada UMKM milik Bapak Sodirin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sodirin sebagai pemilik UMKM kripik, serta pengamatan yang dilakukan oleh tim pengabdian sebagai peneliti, Bapak Sodirin merasa puas dan terbantu dengan adanya program kerja yang dilakukan oleh tim pengabdian. Selain itu, melalui program yang dilakukan, pemilik usaha mendapatkan peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya merek dagang dalam mempengaruhi kualitas dan kuantitas dari produk yang ditawarkan.

Dengan diadakannya kegiatan tersebut pemilik UMKM Bapak Sodirin sudah dapat merasakan hasilnya berupa:

- a. Desain stiker pada kemasan produk menjadi lebih sederhana dan mudah diingat oleh masyarakat.
- b. Mengetahui pentingnya merek dagang dalam menjaga keberlangsungan usahanya.
- c. Meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sodirin sebagai pemilik UMKM kripik, serta pengamatan yang dilakukan oleh tim pengabdian sebagai peneliti, Bapak Sodirin merasa puas dan terbantu dengan adanya program kerja yang dilakukan oleh tim pengabdian. Selain itu, melalui program yang dilakukan, pemilik usaha mendapatkan peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya merek dagang dalam mempengaruhi kualitas dan kuantitas dari produk yang ditawarkan.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami sampaikan kepada pelaku UMKM Bapak Sodirin yang telah memberikan izin untuk melakukan pengabdian, juga kepada Ibu Wahidah yang telah membantu kegiatan sosialisasi ini hingga selesai. Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada Bapak Hendri Hermawan Adinugraha selaku dosen pembimbing lapangan KKN 56 Kelompok 79 yang telah membimbing untuk pembuatan jurnal pengabdian ini.

Daftar Pustaka

Agustin, R. P. (2022). *Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang Dan Label*. 1(1), 58–70.

Amaliyah, Achmad, Nadjmi, N., Sari, N., & Darwis, D. Y. (2022). *Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi*

UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk. 4(September), 1333–1342.

- Anwar, K., & Dina, N. (2024). Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Mrajak Keramik Di Desa Bangunjiwo Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. *Dharma Wiyata: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 14–22.
- Fitrianto, A. R., & Dkk. (2021). Fitrianto, A. R. dkk. (2021). Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD (*Asset Based Community Development*) sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong” dalam Jurnal Abdidas Volume 1 Nom. *Jurnal Abdidas UIN Sunan Ampel Surabaya, Volume 1 N.*
- Merdekawati, E. (2018). *Potensi dan Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam. skripsi. UIN Raden Intan Lampung.*
- Salahuddin, N., & Safriani, A. (2015). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya.* 140.
- Suardi, D. (2019). Model Pembangunan Pertanian melalui Penerapan Agropolitan Berbasis Partisipasi di Kabupaten Pinrang dengan Pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*). *Jurnal Ilmu Ekonomi, Volume 2 N.*
- Sugianti, S. (2019). *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mensejahterakan Karyawan di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat. skripsi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.*