

Pameran Bisnis Ibu-Ibu Desa Glagaharum sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan untuk Mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs)

Brian Timothy Santoso¹, Jesslyn Eunice Lainardy², Vincentia Jennifer Evelyn Tjioe³,
Sri Nathasya Br Sitepu^{4*}

nathasya.sitepu@ciputra.ac.id^{4*}

^{1,4}Program Studi Manajemen

²Program Studi Desain Produk

³Program Studi Sistem Informasi

^{1,2,3,4}Universitas Ciputra Surabaya

Received: 20 10 2024. Revised: 17 11 2024. Accepted: 01 01 2025.

Abstract : Glagaharum Village is one of the villages in Porong District, Sidoarjo. Housewives of Glagaharum Village have high potential to improve their village's economy with their sewing skills. However, knowledge in calculating the cost of goods sold and marketing products effectively is still very minimal. Therefore, the "Kampung Jahit Arumpreneur" program is present as an effort to improve education and the economy of Glagaharum Village. Through training in the form of holding exhibitions, this program also contributes to realizing SDGs goals 1 and 4, namely poverty alleviation and quality education. The training in selling typical products of Glagaharum Village at Grand City Surabaya aims to sharpen the knowledge and skills of Glagaharum Village mothers to market and attract customers to compete in the market.

Keywords : Exhibition, Revenue, SDGs.

Abstrak : Desa Glagaharum merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Porong, Sidoarjo. Ibu rumah tangga Desa Glagaharum memiliki potensi yang tinggi untuk meningkatkan perekonomian Desanya dengan keterampilan menjahit yang dimiliki. Namun, pengetahuan dalam menghitung harga pokok penjualan dan memasarkan produk secara efektif masih sangat minim. Karena itu, program "Kampung Jahit Arumpreneur" hadir sebagai upaya meningkatkan pendidikan dan perekonomian Desa Glagaharum. Melalui pelatihan berupa melakukan pameran, program ini turut berkontribusi dalam mewujudkan SDGs tujuan 1 dan 4, yaitu pengentasan kemiskinan dan pendidikan berkualitas. Pelatihan menjual produk ciri khas Desa Glagaharum di Grand City Surabaya bertujuan untuk mempertajam pengetahuan dan kemampuan ibu Desa Glagaharum memasarkan dan menarik pelanggan bersaing di pasar.

Kata kunci : Pameran, Pendapatan, SDGs.

ANALISIS SITUASI

Wilayah administrasi Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo memiliki 13 desa yang berada di dalam naungannya. Salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Porong, yaitu Desa Glagaharum dengan luas wilayah 53.080 m² atau 530.8 ha. Sebelumnya, Desa Glagaharum

Peer reviewed under responsibility of Universitas Nusanantara PGRI Kediri.

© 2025 Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara

This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

terdiri dari 4 RW dan 20 RT. Akan tetapi, karena terjadinya peristiwa lumpur lapindo, kini Desa Glagaharum hanya terdiri atas 3 RW dan 15 RT dengan menempati area lahan seluas 1970 m² (Jakaria et al., 2021). Menurut data laporan kependudukan Desa Glagaharum pada tahun 2021, total jumlah penduduk Desa Glagaharum, yaitu 4.506 jiwa dengan penduduk laki-laki sebanyak 2.568 jiwa dan perempuan sebanyak 2.394 jiwa dengan penduduk 100% menganut agama Islam. Setelah dilakukannya survei terhadap desa-desa yang terdapat di beberapa kecamatan di Kota Surabaya, Desa Glagaharum menjadi target untuk dilaksanakannya kegiatan program pengabdian masyarakat ini. Desa Glagaharum memiliki potensi yang tinggi untuk meningkatkan perekonomian desanya karena angka produktif pada desa tersebut dapat terbilang tinggi, yaitu berkisar 72,61% dari penduduknya atau sebanyak 3.270 jiwa merupakan penduduk pada usia produktif (15-64 tahun). Hal ini berpotensi untuk meningkatkan perekonomian karena penduduk yang berada dalam kelompok produktif memiliki potensi untuk turut berpartisipasi secara aktif dalam membangun perekonomian dan memiliki kestabilan dalam pendapatan dari pekerjaan ataupun dari usaha yang dimiliki (Satyahadewi, 2023).

Akan tetapi, pada kenyataannya, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, masih banyak masyarakat pada kelompok usia produktif tidak berkontribusi secara aktif menggunakan keterampilan dan kemampuan yang dimiliki sehingga perekonomian desa tidak dapat mengalami peningkatan. Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat produktivitas kerja kelompok usia produktif adalah karena kurangnya pendidikan, keterampilan, motivasi, maupun disiplin (Douw et al, 2021). Semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengetahuannya, maka semakin tinggi tingkat kesadaran akan pentingnya produktivitas kerja yang dapat memungkinkan meningkatnya penghasilan yang didapatkan dan memiliki wawasan yang luas. Karena itu, tingkat pendidikan sangat berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja (Febianti, 2023).



Gambar 1. Hasil Produksi Busana Peserta

Gambar 2 merupakan contoh hasil jadi dari busana yang dibuat oleh ibu-ibu peserta. Ibu-ibu Desa Glagaharum memiliki keterampilan yang baik dalam memproduksi busana fesyen. Akan tetapi, ibu-ibu peserta memiliki keterbatasan dalam mempromosikan produk hasil buatan ibu-ibu ke masyarakat yang lebih luas, seperti masih belum memiliki kesempatan untuk melakukan pameran produk. Oleh karena itu, melalui kegiatan ini, ibu-ibu peserta diberikan kesempatan selama tiga hari untuk mempromosikan dan menjual produk busana dengan ciri khas Desa Glagaharum di pameran yang dilakukan di Grand City Surabaya pada tanggal 14-16 Agustus 2024.

Pameran adalah kegiatan yang dilakukan untuk memamerkan hasil karya seni atau *prototipe* produk maupun produk akhir agar dapat dilihat, diapresiasi dan dijual ke masyarakat luas (Kusmulyono, 2023). Selain pameran karya terdapat pula pameran bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran calon konsumen, konsumen hingga masyarakat akan produk dan jasa yang dihasilkan oleh produsen (Syahbani *et al.*, 2024). Pameran bisnis juga memberikan peningkatan pengetahuan *entrepreneurship*, marketing, dan pengelolaan UMKM (Sitepu *et al.*, 2024). Pameran dapat menjadi tempat bagi UMKM untuk mengomunikasikan produk kepada pelanggan secara langsung, mendapatkan pelanggan baru, menjalin kerjasama dengan mitra terkait, dan dapat menganalisis kompetitor yang ada di pameran tersebut (Budiyanto *et al.*, 2020). Pameran memiliki manfaat yang sangat baik bagi pelaku bisnis karena dapat menaikkan visibilitas *brand* dengan memperkenalkan produk kepada masyarakat agar tertarik dan membelinya (Maharani, 2023). Oleh karena itu, pameran memberikan banyak manfaat bagi UMKM, yaitu dapat meningkatkan pendapatan dari penjualan yang dilakukan secara langsung dan meluas jaringan pemasaran UMKM (Maro'ah, 2020). Dengan demikian, melalui kegiatan yang dilaksanakan ini, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan ibu-ibu peserta perbulannya dan juga dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta melalui pengalaman yang didapatkan agar dapat bersaing dengan masyarakat luas.

Kegiatan ini turut berkontribusi dalam mewujudkan SDGs ke-1 dan ke-4, yaitu pengentasan kemiskinan dan pendidikan berkualitas. Melalui program kegiatan “Kampung Jahit Arumpreneur”, ibu-ibu peserta dibekali pertemuan dengan sesi penyuluhan dan sesi praktik/*learning by doing* agar tingkat pengetahuan peserta meningkat dan memiliki pengalaman yang lebih melalui sesi *learning by doing* yang dilaksanakan. Berdasarkan hasil penelitian, sesi *learning by doing* dapat membangun pengetahuan peserta secara mandiri dengan berperan aktif dan kooperatif melalui pemecahan masalah dan menemukan solusi dari suatu permasalahan terkait materi tertentu (Muawanah, 2023). Pada beberapa sesi pertemuan,

ibu-ibu peserta diberikan kesempatan untuk menjual produk yang telah dibuat ke masyarakat melalui program pameran yang telah tim siapkan. Melalui pameran ini, diharapkan ibu-ibu peserta memaksimalkan kesempatan tersebut untuk mempromosikan dan menjual produk fesyen khas Desa Glagaharum supaya bisa dikenal masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan ibu-ibu peserta perbulannya.

SOLUSI DAN TARGET

Tentu dengan hasil desain yang dirasa masih kurang proporsional antara jarak rompi terpanjang dan juga rompi terpendek sehingga perlu untuk diberikan pembelajaran yang lebih untuk kualitas membuat sketsa agar realisasi dalam menjahit menjadi lebih baik lagi. Adapun rencana pengabdian yang dilakukan sendiri telah berjalan lebih dari 13 sesi dan masih ada 10 sesi pembelajaran yang tentu akan berguna untuk Ibu-ibu kedepannya. Adapun target lainnya seperti pendapatan tiap ibu-ibu peserta diharapkan mencapai Rp1.500.000,- per bulan dari menjahit, mencari mitra seperti toko tempat titip baju, toko langganan bahan baku dan juga toko lain yang sekiranya dapat membantu proses bisnis dan juga target untuk terus memproduksi gamis maupun hijab. Ibu-ibu peserta yang ada juga memiliki target dalam waktu dekat untuk melakukan pameran kembali di Universitas Ciputra Surabaya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan bagian dari rangkaian program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Agustus 2024 dengan target sasaran 13 ibu-ibu dari desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan bulanan para peserta sekaligus memperluas pengetahuan dan wawasan mereka agar dapat bersaing di masyarakat luas. Salah satunya dengan pameran di Grand City Surabaya selama tiga hari 14 -18 Agustus 2024, para peserta dibekali berbagai pengalaman praktis yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mereka. Dalam pelaksanaan kegiatan yang merupakan salah satu bagian dari program “Kampung Jahit Arumpreneur”, seorang dosen dari program studi International Business Management membantu dalam *briefing* dan mengarahkan para ibu-ibu. Dosen tersebut dibantu oleh sebelas mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya dalam hal persiapan acara, dokumentasi, peralatan, administrasi, serta tugas lainnya. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi lima tahapan, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pertama adalah persiapan *stand* dan *briefing*, Pada tahap ini, persiapan dimulai dengan *briefing* yang dilakukan oleh dosen Universitas Ciputra agar para peserta memahami rangkaian kegiatan yang akan berlangsung serta siap melaksanakan tugas selama pameran di *Grand City* Surabaya. Selanjutnya peserta dibantu oleh mahasiswa merancang *stand* yang menarik dan fungsional untuk menampilkan produk fesyen buatan ibu-ibu. Peserta bersama mahasiswa mempersiapkan *stand*, termasuk manekin, rak baju, *banner*, dan elemen lainnya agar *stand* tampil menarik dengan memperhatikan estetika dan daya tarik visual sesuai tren fashion terkini. Tahap kedua adalah pemasaran dan pencarian pembeli, Selama pameran, ibu-ibu dilatih untuk secara aktif melakukan pemasaran langsung dan mencari calon pembeli potensial. Pada tahap ini, interaksi langsung antara peserta dan pengunjung pameran sangat ditekankan, di mana peserta didorong untuk mempraktikkan teknik komunikasi yang efektif dalam mempromosikan produk mereka. Ini merupakan kesempatan bagi para peserta untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari sesi pelatihan sebelumnya.

Tahap ketiga adalah pendekatan kerjasama dan kemitraan, Selain mencari pembeli, peserta juga didorong untuk mencari peluang kerjasama dengan pihak lain baik dengan pengusaha lain yang juga berpartisipasi dalam pameran maupun dengan pihak-pihak eksternal seperti distributor, pengecer, atau bahkan investor yang dapat menjadi mitra bisnis atau membantu memasarkan produk mereka secara lebih luas. Tahap ini berfokus pada membangun jaringan dan kemitraan yang dapat memperluas jangkauan bisnis peserta. Para peserta juga saling bertukar kartu nama dan brosur dengan *stand* lain untuk menjalin peluang kerjasama. Tahap keempat adalah eksplorasi inspirasi desain, pada tahap ini selama sekitar 60 menit, peserta diajak untuk mengunjungi toko-toko fesyen di Mall *Grand City* Surabaya untuk mendapatkan inspirasi terkait tren fesyen terkini. Dengan mengamati langsung produk-produk yang sedang populer di pasaran, para peserta dapat mengidentifikasi elemen desain yang dapat mereka terapkan dalam karya mereka sendiri. Eksplorasi ini juga membantu peserta dalam

merancang dan menyesuaikan desain produk mereka agar lebih kompetitif di pasar. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan produk gamis dan hijab yang lebih siap bersaing di pasar yang kompetitif.

Tahap terakhir adalah penutupan *stand* dan rekapitulasi stok barang, setelah pameran selesai, para peserta, dengan bantuan mahasiswa Universitas Ciputra, melakukan stock opname untuk mencatat sisa barang yang tidak terjual dan melakukan rekapitulasi hasil penjualan. Proses ini penting untuk memastikan akurasi data penjualan dan memberikan gambaran yang jelas tentang pencapaian selama pameran. Diharapkan, melalui pameran ini, program "Kampung Jahit Arumpreneur" dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian peserta, serta memperluas pengetahuan dan wawasan mereka agar lebih kompetitif di masyarakat luas.

HASIL DAN LUARAN

Hasil dari tahapan pertama pameran bisnis yang diikuti oleh 13 orang ibu rumah tangga berupa disgn *stand* dan *briefing* koordinasi pelaksanaan pameran bisnis. Ibu-ibu memilih tema stand muslimah. Selain disgn stand ibu-ibu rumah tangga memiliki jadwal piket untuk menjaga stand. Setiap ibu-ibu memiliki tanggung jawab menjaga stand sebanyak 8 jam selama tiga hari berturut-turut. Hasil tahapan kedua pemasaran dan pencarian pembeli juga berhasil dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengunjung stand sebanyak 40 orang per hari dengan rata-rata pembeli sebanyak 5 transaksi per hari. Ibu-ibu rumah tangga pada saat menjaga stand berusaha memperkenalkan produk kepada semua pengunjung dengan cara-cara unik. Seperti membagikan brosur, memberikan kesempatan mengukur dan disgn baju secara gratis dan show cara menjahit dan memotong kain sehingga menjadi sebuah atraksi yang menarik perhatian pengunjung pameran. Hasil tahap ketiga pendekatan kerjasama dan kemitraan memberikan kesempatan kolaborasi ibu-ibu penjahit berkolaborasi dengan dinas sosial dan dinas kesehatan Kota Surabaya untuk pengadaan disgn baju seragam.

Hasil dari tahap keempat eksplorasi inspirasi desain diperoleh ketika mengunjungi stand fashion lain di pameran. Ibu-ibu rumah tangga mendapat inspirasi kombinasi kain tradisional menjadi gamis dengan pemilihan warna sesuai trend. Ibu-ibu selanjutnya mengunjungi berbagai toko di Grand City untuk melakukan riset pasar hingga melakukan *survey* terhadap kompetitor dengan mengunjungi toko fesyen di Mall Grand City Surabaya. Pengamatan secara langsung maka peserta dapat merancang busana baru mengikuti tren untuk meningkatkan inovasi pembuatan produk gamis dan hijab yang ada. Selain berbicara mengenai desain maka peserta juga dapat membandingkan harga pasar yang ada terhadap produk-produk yang mereka jual

dan juga dengan harga serta kualitas yang ditawarkan *brand* terkenal. Pada tahap terakhir yaitu penutupan *stand* dan rekapitulasi stok barang ibu rumah tangga secara efisien menghitung laporan omset dan keuntungan selama pameran bisnis. Ibu-ibu Kampung Jahit Arumpreneur belajar untuk melakukan *stock opname* untuk mencatat sisa barang yang tidak terjual dan juga melakukan rekapitulasi hasil penjualan. Proses ini memastikan akurasi data penjualan dan juga memberikan catatan pencapaian selama pameran. Ibu rumah tangga juga melakukan evaluasi pelaksanaan pameran. Beberapa hasil evaluasi diantaranya: pengadaan strika uap, cermin dan ruang fitting perlu diberikan ketika ingin mengadakan pameran bisnis selanjutnya.

Luaran yang penting bagi ibu-ibu adalah perolehan omset lebih dari Rp. 2.400.000 ketika mengikuti pameran bisnis selama 3 hari. Adapun produk yang berhasil terjual diantaranya: 7 set gamis, 5 Jas dan 17 hijab. Rasa percaya diri ibu-ibu juga meningkat ketika berhasil menjual hasil karya mereka. Ibu-ibu rumah tangga belajar berkomunikasi dan negosiasi dengan mitra bisnis yang potensial di pameran bisnis. Berbicara mengenai hasil yang ada maka sebagai salah satu rangkaian program pengabdian masyarakat yaitu pameran di Grand City Surabaya. Ibu-ibu yang mengikuti kegiatan mendapat banyak pengalaman untuk meningkatkan pendapatan. Peserta berkolaborasi dengan mahasiswa merancang *stand* yang menarik dan dapat menampilkan produk fesyen karya ibu-ibu. Banyak aspek yang juga dibantu untuk dipersiapkan termasuk manekin, rak baju, banner, dan elemen-elemen lainnya. Setelah *stand* sudah siap maka Ibu-ibu yang ada juga mulai berkeliling daerah pameran untuk melakukan pameran secara langsung dan mencari calon pembeli potensial. Ibu-ibu yang ada sendiri juga belajar untuk melakukan komunikasi yang efektif dan meningkatkan skill negosiasi mereka pada saat terdapat calon pembeli yang menawar harga produk buatan Ibu-ibu. Cukup banyak cara yang setiap Ibu-ibu coba lakukan untuk menarik pembeli potensial dimulai dari memberikan kartu nama hingga mengajak pengunjung pameran untuk berkunjung ke *booth* dan tak jarang bertukar brosur dengan *stand* lain untuk menjalin peluang kerjasama. Diharapkan dengan adanya pameran ini juga akan meningkatkan *brand awareness* dari kampung jahit Arumpreneur.

SIMPULAN

Program "Kampung Jahit Arumpreneur" di Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo, sukses dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan ibu-ibu peserta. Dengan memberikan pelatihan dalam desain fesyen, pemasaran, dan manajemen keuangan, program ini mempersiapkan peserta untuk menghadapi tantangan bisnis. Keterampilan yang diperoleh diaplikasikan dalam pameran di Grand City Surabaya, di mana peserta mampu menjual

berbagai produk dengan total omset lebih dari 2,4 juta rupiah. Selain itu, program ini juga membuka peluang kemitraan dengan pengusaha, distributor, dan investor, yang dapat membantu memperluas usaha mereka di masa depan. Peserta juga belajar tentang pentingnya akurasi dalam pencatatan penjualan dan evaluasi kinerja melalui proses penutupan *stand* dan rekapitulasi stok barang. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis ibu-ibu, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dan produktivitas dalam berbisnis. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada pencapaian SDGs ke-4, yaitu pendidikan berkualitas, dengan memberikan pelatihan yang praktis dan aplikatif, yang diharapkan dapat menjadi fondasi bagi ibu-ibu peserta untuk terus mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan perekonomian Desa Glagaharum.

DAFTAR RUJUKAN

- Budiyanto, H., Setiawan, A. B., & Winansih, E. (2020). Pameran Virtual untuk UMKM di Kota Malang dengan Atap Panggung Tiup Sebagai Solusi Pemasaran Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung*. https://www.researchgate.net/publication/346641016_Pameran_Virtual_untuk_UMKM_di_Kota_Malang_dengan_Atap_Panggung_Tiup_Sebagai_Solusi_Pemasaran_Online_Dimasa_Pandemi_Covid-19
- Douw, N. I., Maarif, M. S., & Baga, L. M. (2021). Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Development Di Tambang Bawah Tanah Dmlz (Deep Mill Level Zone) Pt Freeport Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 7(2), 316-329. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.7.2.316>
- Febianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., Aris Safi, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Pengaruh Tingkat Pendidikan, umur, jenis kelamin, dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di Indonesia*. Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 198-204. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/892>
- Jakaria, R. B., Sinduwiyatmo, K., Yoga, A., Mahendra, A. A., Ikhsanudin, A. F., Wati, A. F., Aulya, A. C., trisnawati, F., Rismah, E. R., Fajrih, A. S., Sholichah, M., Vermandasari, D., & Silmi, B. (2021). *BUKU-KKN-Kisah-pengabdian-di-desa-yang-nyaris-terlupakan-glagaharum*. Sidoarjo : Penerbit UMSIDA Press.
- Kusmulyono, M. S. (2023). Studi eksplorasi manfaat dan tantangan pembelajaran kewirausahaan melalui pameran usaha. *Journal Human Resources 24/7: Business*

- Management*, 1(3), 21–34.
<https://jhr247.org/index.php/JHR247BISMA/article/view/59>
- Maharani, P. A. (2023). *Pentingnya Pameran bagi Pelaku Bisnis*. OSFPREPRINTS.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/nstx5>
- Maro'ah, S. (2020). Peran Bumh Dalam Event Pameran Dan Dampaknya Pada Pemasaran Produk Umkm. *UMMagelang Conference Series*, 219–224.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/3611>
- Muawanah, A. (2023). Metode *Learning By Doing* dalam Hadis Nabi. *Journal TA'LIMUNA*, 12, 39. <https://doi.org/10.32478/talimuna.v12i1.1307>
- Satyahadewi, N., Amir, A., & Hendrianto, E. (2023). Proyeksi Peningkatan Perekonomian melalui Pemanfaatan Bonus Demografi 2040. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 715–725.
<https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i2.7943>
- Sitepu, S. N., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Efrata, T. C. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Bisnis di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. *Madaniya*, 5(1), 243-251. <http://dx.doi.org/10.53696/27214834.746>
- Syahbani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., Harto, H., Salsabila, G. S., Nurhaliza, S., ... & Ardan, T. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 259-266.
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.1847>