

# PENGUATAN KETERAMPILAN KULINER SEBAGAI UPAYA MENDORONG UMKM RUMAHAN DI DESA GROBOGAN

Nurali\*, Siti Zuhroh, Indra KUrniawan, Rafita Dwi Apriliana  
Institut Teknologi Dan Bisnis PGRI Dewantara Jombang  
Korespondensi\*:noeraly@gmail.com

## abstrak

Desa Grobogan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar, terutama di kalangan ibu rumah tangga. Namun, hingga saat ini desa ini belum memiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang secara mandiri. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan inisiatif ibu-ibu dalam mengembangkan usaha berbasis keterampilan memasak. Mereka hanya memasak untuk kebutuhan rumah tangga tanpa mempertimbangkan peluang usaha yang dapat bernilai ekonomi. Program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran diinisiasi untuk memberikan wawasan dan pelatihan bagi ibu rumah tangga dalam mengolah telur gabus sebagai produk kuliner yang bernilai jual. Kegiatan ini melibatkan praktik langsung, eksplorasi inovasi rasa, serta diskusi terkait pengemasan dan strategi pemasaran sederhana. Hasil program menunjukkan bahwa ibu-ibu semakin percaya diri dalam memproduksi telur gabus dengan kualitas lebih baik dan mulai mempertimbangkan peluang usaha kuliner rumahan. Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan berkelanjutan, terutama dalam aspek pemasaran dan manajemen usaha, agar ibu-ibu dapat lebih siap dalam mengembangkan produk mereka secara mandiri dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, Usaha Kuliner, Inovasi Produk, UMKM, Pemasaran Digital.

## abstract

*Grobogan Village, Mojowarno District, Jombang Regency has quite large human resource potential, especially among housewives. However, until now this village does not have a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) that is developing independently. One of the main obstacles faced is the lack of understanding and initiative of mothers in developing businesses based on cooking skills. They only cook for household needs without considering business opportunities that can have economic value. The Shared Kitchen Program: Lebaran Creations was initiated to provide insight and training for housewives in processing gabus eggs as culinary products that have sales value. This activity involves direct practice, exploration of taste innovations, and discussions related to packaging and simple marketing strategies. The results of the program show that mothers are increasingly confident in producing better quality gabus eggs and are starting to consider home culinary business opportunities. As a follow-up, ongoing assistance is needed, especially in terms of marketing and business management, so that mothers can be better prepared to develop their products independently and contribute to local economic growth.*

**Keywords:** Community Empowerment, Culinary Business, Product Innovation, MSMEs, Digital Marketing.

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Desa Grobogan, Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang merupakan dengan potensi sumber daya manusia yang cukup besar, terutama di kalangan ibu-ibu rumah tangga. Berdasarkan data yang diperoleh dari Desa Grobogan, jumlah penduduk desa ini mencapai 5.667 jiwa, dengan sebagian besar masyarakatnya menggantungkan

hidup dari sektor pertanian, buruh tani, dan pekerjaan informal. Meskipun memiliki sumber daya manusia yang cukup potensial, khususnya di kalangan ibu-ibu rumah tangga, hingga saat ini Desa Grobogan belum memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkembang secara mandiri. Dengan jumlah penduduk yang dimiliki, Desa Grobogan memiliki potensi yang besar dalam pemberdayaan ekonomi berbasis rumah tangga yang belum dimanfaatkan secara optimal, seperti usaha kuliner. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga Desa Grobogan adalah kurangnya pemahaman dan inisiatif mengembangkan usaha berbasis keterampilan yang telah mereka miliki seperti memasak.

Sebagian besar ibu-ibu hanya memasak untuk kebutuhan rumah tangga, tanpa adanya pertimbangan bahwa keterampilan tersebut dapat membuka peluang usaha yang bernilai ekonomi. Kurangnya wawasan mengenai pengelolaan usaha rumahan, pemasaran, dan inovasi produk menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif berbasis kuliner. Dari perspektif historis, ekonomi kreatif di Indonesia telah mengalami transformasi yang cukup dinamis. Pada awal perkembangannya, sektor ini lebih banyak diisi oleh industri-industri tradisional seperti kerajinan tangan dan seni pertunjukan. Seiring dengan perkembangan globalisasi, subsektor seperti desain makanan, grafis, film, musik, dan aplikasi digital mulai mendominasi dan memperluas cakupan ekonomi kreatif (Syafitri et al., 2024).

Selain itu, tidak adanya wadah yang dapat memfasilitasi diskusi dan kolaborasi dalam mengembangkan produk juga menjadi hambatan bagi ibu-ibu dalam memulai usaha. Dalam upaya menghadapi permasalahan tersebut, program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran diinisiasi sebagai wadah bagi ibu-ibu untuk berbagi pengalaman dan mengembangkan inovasi kuliner yang memiliki potensi pasar. Program ini dirancang bukan untuk mengajarkan teknik memasak secara formal, melainkan sebagai ruang kolaboratif di mana ibu-ibu dapat saling berbagi pengalaman, ide, dan kreativitas dalam mengolah telur gabus menjadi produk kuliner yang bernilai jual. Telur gabus, yang merupakan salah satu potensi bahan lokal, diharapkan dapat diolah dengan inovasi resep yang sesuai dengan selera pasar, sehingga tidak hanya meningkatkan keterampilan memasak, tetapi juga membuka peluang usaha baru bagi para ibu. Selain praktik memasak bersama, program ini juga memberikan wawasan terkait inovasi rasa, pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran sederhana yang dapat dilakukan, seperti memanfaatkan media sosial atau sistem *pre-order* di lingkungan sekitar.

Melalui pendekatan berbasis partisipasi dan kolaborasi, program ini diharapkan dapat membuka wawasan ibu rumah tangga Desa Grobogan bahwa keterampilan memasak yang mereka miliki dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan muncul gagasan-gagasan baru yang dapat dikembangkan menjadi UMKM lokal yang berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara mandiri.

## 2. Profil Mitra Binaan

Mitra binaan dalam program ini adalah ibu rumah tangga Desa Grobogan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang yang berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari ibu rumah tangga biasa hingga ibu rumah tangga yang aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Sebagian besar ibu-ibu tersebut hanya berfokus pada peran tradisional dalam rumah tangga. Hingga saat ini mereka belum memiliki inisiatif untuk mengembangkan usaha berbasis kuliner. Sebagian besar dari mereka

memiliki keterampilan memasak yang baik, tetapi belum memanfaatkannya sebagai peluang usaha karena keterbatasan wawasan mengenai inovasi produk, pengemasan, serta strategi pemasaran.

Selain itu, belum adanya UMKM yang berkembang di desa ini menjadi tantangan tersendiri dalam mendorong ibu-ibu untuk memulai usaha kuliner rumahan. Kurangnya pendampingan serta minimnya akses informasi mengenai peluang bisnis menjadikan banyak ibu-ibu masih ragu untuk memulai usaha sendiri. Padahal, dengan potensi yang ada, mereka sebenarnya memiliki kesempatan besar untuk menciptakan produk bernilai jual yang dapat dipasarkan secara luas.

Melalui program Dapur Bersama: Kreasi lebaran, ibu rumah tangga Desa Grobogan diajak untuk bersama-sama mengeksplorasi peluang usaha kuliner berbasis keterampilan memasak yang telah mereka miliki. Program ini bukan sekadar berbagi resep, tetapi juga sebagai wadah untuk berdiskusi, berinovasi, dan memahami aspek bisnis dari produk yang dihasilkan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan ibu-ibu dapat lebih percaya diri dalam menciptakan produk kuliner yang siap dipasarkan, sehingga ke depan dapat mendorong terbentuknya UMKM lokal yang berkelanjutan di Desa Grobogan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya atau proses untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kapasitas masyarakat untuk mengenali, menangani, memelihara, melindungi, dan meningkatkan kesejahteraannya sendiri (Setyawan, 2022). Pemberdayaan masyarakat hanya dapat terjadi jika masyarakat ikut serta berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan dan inisiatif untuk memperbaiki situasi serta kondisi mereka sendiri. Kata kunci dalam pemberdayaan masyarakat mencakup proses pembangunan, inisiatif masyarakat, serta peningkatan kapasitas individu atau kelompok dalam menghadapi tantangan ekonomi maupun sosial. Dalam hal ini, pemberdayaan bertujuan memberikan daya (*empowerment*) atau kekuatan (*strengthening*) kepada masyarakat agar lebih mandiri dan produktif (Afriansyah et al., 2023).

Dalam konteks ekonomi lokal, pemberdayaan dapat diwujudkan melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan masyarakat, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta UMKM, pemerintah memiliki tanggung jawab dalam memberikan fasilitas, kemudahan, dan pembinaan agar pelaku UMKM mampu berkembang secara mandiri. Menurut Hamdani (2020) dengan memanfaatkan potensi yang ada, UMKM dapat menciptakan kreativitas dalam wirausaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pembinaan kepada ibu rumah tangga Desa Grobogan dalam program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran merupakan salah satu bentuk strategi pemberdayaan yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis kuliner.

Dalam berbisnis, inovasi menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan produk yang kompetitif. Inovasi dapat dikatakan sebagai produk dari adaptasi masyarakat terhadap perubahan atau kondisi yang tidak menyenangkan. Inovasi dapat didefinisikan sebagai perubahan konsep dalam kumpulan data yang terhubung antara masukan dan luaran. Ada dua jenis inovasi dari hal ini, yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi proses berkaitan dengan perbaikan atau peningkatan sumber

daya yang ada (Junaidi, 2022). Sementara itu, inovasi tidak terbatas pada pengembangan produk saja, tetapi juga mencakup proses produksi, model bisnis, dan strategi pemasaran. Dalam program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran, inovasi diterapkan dalam pembuatan telur gabus sebagai produk unggulan yang memiliki daya jual tinggi. Dengan inovasi dalam pengolahan bahan, variasi rasa, serta teknik pengemasan yang lebih menarik, produk ini diharapkan dapat bersaing di pasar kuliner lokal dan mendorong ibu rumah tangga Desa Grobogan untuk memulai usaha rumahan.

Selain inovasi produk, strategi *digital marketing* juga menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha kuliner rumahan. Media sosial telah menjadi platform utama dalam pemasaran modern, memungkinkan para pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dengan lebih luas dan efisien. Menurut Febriyantoro (2018), media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi serta berinteraksi dengan audiens yang lebih besar. Handayani (2024) menyebutkan bahwa pada awal tahun 2022, terdapat sekitar 99,15 juta pengguna Instagram di Indonesia, yang mencakup 35,7 persen dari total populasi. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM.

Instagram adalah sosial media berbagi foto yang mulai banyak digunakan untuk kepentingan komunikasi pemasaran dengan ciri khasnya yang mengedepankan pesan visual dan interaktivitas yang tinggi. Dalam program ini, ibu-ibu diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial, khususnya WhatsApp dan Facebook, sebagai strategi pemasaran sederhana untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi *digital marketing*, khususnya melalui media sosial seperti Instagram, menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut Nasution (2024), tim pengabdian masyarakat mahasiswa dan dosen yang berfokus pada peningkatan keterampilan, dukungan UMKM, serta akses pendidikan dan kesehatan menunjukkan keberhasilan pendekatan kolaboratif dalam pemberdayaan masyarakat. Program-program pelatihan, edukasi, dan kolaborasi dengan pemerintah dan masyarakat setempat adalah solusi yang tepat untuk memperkuat ekonomi masyarakat.

### C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran dirancang sebagai bentuk kegiatan pendampingan ibu rumah tangga Desa Grobogan untuk mengeksplorasi peluang usaha kuliner berbasis keterampilan memasak yang telah mereka miliki. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga Desa Grobogan berkaitan dengan kurangnya wawasan mengenai inovasi produk, teknik pengemasan produk, serta strategi pemasaran yang efektif. Hingga saat ini, tidak banyak usaha UMKM yang berkembang di Desa Grobogan, meskipun desa memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM didukung keterampilan Ibu-ibu dalam memasak.

Dalam pelaksanaan, program ini difokuskan pada dua aspek utama yaitu, peningkatan keterampilan dalam inovasi produk kuliner yang bernilai jual dan pengenalan strategi pemasaran sederhana. Pada tahap awal, kegiatan akan menitikberatkan pada eksplorasi resep telur gabus sebagai salah satu produk kuliner yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha rumahan. Selanjutnya, program akan diarahkan pada pendampingan terkait pengemasan dan pemasaran produk agar ibu-ibu dapat lebih siap dalam memasarkan hasil produksinya secara mandiri. Kegiatan ini diawali dengan koordinasi bersama perangkat desa dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan dukungan serta menentukan jadwal dan lokasi pelaksanaan. Selanjutnya,

dilakukan identifikasi kebutuhan peralatan dan bahan yang diperlukan, meliputi tepung, telur, garam, keju, margarin minyak goreng, serta alat masak termasuk wajan, spatula, dan kompor, guna memastikan kelancaran kegiatan. Selain itu, disiapkan media pendukung seperti bahan diskusi mengenai inovasi produk, teknik pengemasan, serta strategi pemasaran sederhana. Adapun tujuan pada tahap persiapan ini untuk menciptakan suasana yang kondusif bagi ibu-ibu agar dapat mengikuti program dengan optimal dan memiliki pemahaman yang baik sebelum masuk ke tahap pelaksanaan.

Program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana ibu rumah tangga Desa Grobogan tidak hanya mengikuti proses memasak, tetapi juga terlibat aktif dalam eksplorasi inovasi produk, pengemasan, dan strategi pemasaran. Kegiatan dimulai dengan sesi diskusi mengenai potensi kuliner rumahan yang dapat dikembangkan menjadi usaha, diikuti dengan praktik langsung dalam pembuatan telur gabus sebagai produk yang memiliki daya tahan tinggi dan potensi pasar yang luas. Pendekatan sains dan iptek diterapkan dalam pengolahan bahan, penggunaan takaran yang presisi, serta teknik pengemasan yang higienis agar produk lebih menarik dan memiliki daya saing. Selain itu, ibu-ibu diberikan wawasan mengenai strategi *digital marketing* sederhana, seperti pemanfaatan media sosial dan sistem pre-order, agar mereka lebih siap memasarkan produk secara mandiri. Dengan strategi ini, diharapkan ibu rumah tangga Desa Grobogan dapat memahami seluruh aspek produksi hingga pemasaran, sehingga keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan untuk memulai usaha kuliner berbasis rumah tangga secara berkelanjutan.

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan mengamati keterlibatan ibu-ibu selama kegiatan serta mengevaluasi pemahaman mereka terhadap inovasi produk, pengemasan, dan strategi pemasaran yang telah diperkenalkan. Observasi langsung serta sesi diskusi reflektif dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan memastikan bahwa keterampilan yang diberikan dapat diterapkan secara mandiri. Selain itu, dilakukan penilaian terhadap minat ibu-ibu dalam mengembangkan usaha berbasis kuliner setelah mengikuti program, termasuk kesediaan mereka untuk memproduksi dan memasarkan telur gabus sebagai produk unggulan. Perubahan yang diharapkan dari program ini adalah meningkatnya kepercayaan diri dan keterampilan ibu-ibu dalam mengolah serta memasarkan produk kuliner rumahan, sehingga dapat menjadi langkah awal dalam membentuk UMKM lokal di Desa Grobogan. Luaran yang dihasilkan meliputi produk telur gabus siap jual serta terbentuknya jaringan pemasaran sederhana yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh ibu rumah tangga Desa Grobogan.

#### **D. PELAKSANAAN KEGIATAN**

Program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun sejak awal. Kegiatan ini berlangsung selama satu minggu pada bulan Februari 2025 dan dirancang sebagai wadah bagi ibu rumah tangga Desa Grobogan untuk mengembangkan keterampilan dalam mengolah produk kuliner yang memiliki potensi pasar. Seluruh tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, praktik memasak, hingga diskusi mengenai peluang usaha, dilakukan secara sistematis untuk memastikan tujuan utama program dapat tercapai. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah partisipatif, di mana ibu-ibu tidak hanya berperan sebagai peserta, tetapi juga aktif dalam berbagi pengalaman, berdiskusi, dan mengeksplorasi ide bersama, termasuk membahas strategi sederhana dalam mengenalkan produk mereka ke lingkungan sekitar. Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan tahap persiapan yang

mencakup koordinasi antara tim pengabdian dengan masyarakat khususnya ibu-ibu Desa Grobogan untuk menyamakan pemahaman dan strategi pelaksanaan program.



Gambar 1. Koordinasi tim pengabdian masyarakat dengan ibu-ibu Desa Grobogan

Dilakukan pula sosialisasi dengan perangkat desa dan ibu rumah tangga untuk memperkenalkan tujuan kegiatan serta membangun antusiasme peserta. Selain itu, berbagai bahan dan peralatan yang diperlukan, seperti tepung tapioka, keju cheddar parut, telur, margarin, garam, minyak goreng, wajan, dan alat pengemasan, disiapkan agar kegiatan berjalan dengan lancar. Setelah tahap persiapan selesai, kegiatan utama dilaksanakan dengan diawali demonstrasi pembuatan telur gabus oleh instruktur. Demonstrasi ini mencakup proses pencampuran bahan, pengocokan telur dan margarin, pembentukan adonan, penggorengan hingga tingkat kematangan yang tepat, serta teknik penirisan minyak dan pendinginan sebelum dikemas. Setelah demonstrasi selesai, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok kecil untuk mempraktikkan sendiri pembuatan telur gabus dengan bimbingan instruktur. Seluruh kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk foto dan video sebagai bahan laporan serta publikasi.

Peserta program ini merupakan ibu rumah tangga yang memiliki minat dalam bidang kuliner serta potensi untuk mengembangkan usaha rumahan. Jumlah peserta dibatasi agar proses pembelajaran berjalan lebih efektif dan interaktif. Berdasarkan hasil evaluasi, program ini berhasil melibatkan 25 ibu PKK, dengan 80% peserta menyatakan minat untuk memproduksi telur gabus secara mandiri setelah kegiatan. Selain itu, 15 peserta mulai mencoba mengembangkan varian rasa, sementara peserta lainnya masih fokus pada penyempurnaan teknik pembuatan dan pengemasan produk. Dari segi kualitas, hasil evaluasi menunjukkan bahwa ibu-ibu mampu menghasilkan telur gabus dengan tekstur lebih renyah dan daya tahan lebih lama dibandingkan produksi awal mereka. Meskipun pemasaran produk belum dilakukan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi untuk mencoba produksi kembali di rumah sebelum memasarkan hasil produksinya ke lingkungan sekitar.



Gambar 2. Sosialisasi dan Demonstrasi Kreasi Lebaran

Dalam pelaksanaannya, program ini menghadapi beberapa kendala, salah satunya adalah keterbatasan peralatan memasak yang menyebabkan proses produksi berjalan lebih lambat dari yang diharapkan. Untuk mengatasi hal ini, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil agar setiap ibu tetap mendapatkan kesempatan praktik secara maksimal. Kendala lain adalah kurangnya pemahaman sebagian peserta terhadap strategi pemasaran digital. Sebagai solusi, dilakukan sosialisasi pemasaran sederhana menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk membantu peserta memahami cara memperkenalkan produknya secara efektif. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa pendampingan, monitoring, dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan berdampak positif terhadap ibu rumah tangga Desa Grobogan. Selama kegiatan berlangsung, mereka semakin percaya diri dalam mencoba variasi produk dan memahami pentingnya kemasan yang menarik. Meskipun sebagian besar peserta masih dalam tahap latihan produksi di rumah, banyak yang menunjukkan minat untuk mengembangkan usaha kecil berbasis kuliner. Dengan adanya perubahan ini, program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi terbentuknya UMKM berbasis kuliner di Desa Grobogan serta membuka peluang ekonomi baru bagi ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan usahanya secara mandiri.

## E. PENUTUP

Program Dapur Bersama: Kreasi Lebaran telah dilaksanakan sesuai dengan rancangan awal dan berhasil meningkatkan keterampilan ibu-ibu PKK Desa Grobogan dalam mengolah telur gabus. Peserta menunjukkan perubahan positif, terutama dalam teknik pembuatan, inovasi rasa, serta pemahaman tentang pengemasan yang lebih menarik. Meskipun pemasaran produk masih dalam tahap diskusi, peserta semakin percaya diri untuk mencoba produksi mandiri di rumah. Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan dalam aspek pemasaran dan manajemen usaha agar keterampilan yang telah diperoleh dapat berkembang menjadi peluang ekonomi yang berkelanjutan bagi ibu-ibu PKK dan mendorong terbentuknya UMKM kuliner di Desa Grobogan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, A. A. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Febriyantoro, M.T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Manajemen Dewantara*.
- Handayani, Fika. H. S. (2024). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Event di Mal Botani Square. *Jurnal Bisnis Event*.
- Hamdani. (2020). *Dekat, Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Indonesia, P. R. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta UMKM. *Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, Jakarta*.

- Nasution, Rahmad. Y. M. (2024). Peran Mahasiswa KKN Dalam Pemberdayaan Masyarakat Serta Moderasi Beragama Di Desa Kuala Tanjung, Kabupaten Batu Bara Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*.
- Setyawan, Wawan Herry. Y. E. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi*. Samarinda: PT. Gaptek Media Pustaka.
- Syafitri, Aulia Daisy Arsy. F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*.