

**Mata Kuliah Berbasis Pengabdian Kepada Masyarakat  
Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong  
(Tema Pelatihan Penerapan Bauran Pemasaran Keripik Keladi)**

*Course Based On Service To The Community Of Klamamalu Village, Sorong District  
(Teladi Chips Marketing Mix Theme Training)*

**Irzal<sup>1</sup>, Kamarul Zaman<sup>2</sup>, Muhammad Fachrud Ananda Khan<sup>3</sup>,  
Nahdia Nurul Wahda<sup>4</sup>, Riska Dewi Ningsih<sup>5</sup>,  
Susetyowati Sofia<sup>6</sup>, Agilistya Rahayu<sup>7</sup>, Digor Mufti<sup>8</sup>, Febry Jein Andjar<sup>9</sup>**  
<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Universitas Muhammadiyah Sorong, Kota Sorong  
[\\*susetyowati.sofia@gmail.com](mailto:*susetyowati.sofia@gmail.com)<sup>6</sup>

---

**Article History:**

Received: 22 Desember 2022

Revised: 2 Januari 2023

Accepted: 4 Februari 2023

**Keywords:** Marketing Mix,  
Product, Price, Place,  
Promotion

**Abstract:** *The potential in the City of Sorong is that the chips that are usually made by MSME actors use taro bete as the basic ingredient. The community service-based course method with training is carried out through several stages as follows: Observation, Permission Application, Letter, Activity Implementation, Preparation by the Proposer Team, Implementation Determination, Activity Implementation, Target Acquiring Marketing Knowledge and Skills, Advisory Evaluation, Implementation Final Report Service activities can be described as follows: 1. Presenting products in the taro chips business idea 2. Presenting prices for taro chips products 3. Describes the place or place for taro chips marketing 4. Describes the promotion process for taro chips products 5. Describes how to get profits exceeding sales targets. 6. Describe the obstacles to the taro chips business.*

---

**Abstrak**

Potensi yang ada di Kota Sorong bahwa keripik yang biasanya yang dibuat oleh para pelaku UMKM menggunakan bahan dasar keladi bete. Metode mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dengan pelatihan di lakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut: Observasi, Permohonan izin, Surat, Pelaksanaan Kegiatan, Persiapan Oleh Tim Pengusul, Penetapan Pelaksanaan, Terlaksanakan Kegiatan, Sasaran Memperoleh Pengetahuan dan Keterampilan Pemasaran, Evaluasi Pembimbang, Laporan akhir Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian dapat diuraikan sebagai berikut: 1. Memaparkan produk dalam usaha ide bisnis keripik keladi 2. Memaparkan harga kedalam produk keripik keladi 3. Memaparkan place atau tempat pemasaran keripik keladi 4. Memaparkan proses promosi pada produk keripik keladi 5. Memaparkan cara mendapatkan keuntungan melebihi target penjualan. 6. Memaparkan tentang hambatan bisnis keripik keladi.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi

## **I. PENDAHULUAN**

Bisnis merupakan kegiatan berupa menjual barang ataupun jasa untung mendapatkan keuntungan. Dunia bisnis mulai digemari oleh masyarakat. Untuk masyarakat yang memiliki kemampuan khusus dalam salah satu bidang, membuka bisnis untuk menyalurkan kemampuan yang dimiliki merupakan ide yang bagus. Selain untuk mendapatkan keuntungan juga bias sebagai penyaluran hobi yang dituangkan dalam sebuah karya. Menjadi hal yang menyenangkan apabila kita dapat menyalurkan bakat kita sambil menjadikannya sebagai ladang bisnis. Sebelum menjalankan bisnis perlu adanya ide dan perencanaan dalam membangun sebuah usaha bisnis. Perencanaan bisnis juga dapat digunakan sebagai panduan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis.

Menurut Daft (2007: 265). Business plan merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha atau pelaku bisnis untuk mengambil keputusan dan kebijakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Rencana bisnis merupakan kebijakan berupa konsep yang menggambarkan rencana pengembangan dan kegiatan usaha UMKM dalam jangka waktu tertentu, serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut sesuai target dan waktu yang ditetapkan, yang mencakup rencana dalam jangka pendek, jangka menengah, dan rencana strategis pengembangan jangka panjang (Rensta). (Noor & Rahmasari, 2018).

Kreativitas dalam bisnis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, telah banyak mengubah cara pandang pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kreativitas artinya melihat dengan sudut pandang yang baru, seringkali bahkan dari sudut pandang yang tidak umum atau di luar kebiasaan. Keberadaan media sosial yang semakin gencar misalnya, turut memantik kreativitas dalam berpromosi menawarkan produk ke pasar sasaran. Tidak hanya pebisnis berskala besar, sektor UMKM pun dapat memanfaatkan hal ini untuk pemasaran bisnisnya.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam memberi kontribusi aktif dalam perekonomian tidak diragukan lagi, termasuk pada UMKM di wilayah Kota Sorong. Meski kontribusinya signifikan dalam perekonomian, bukan berarti keberadaan UMKM di Kota Sorong tidak mengalami berbagai tantangan bisnis. Dalam eksistensinya, terdapat banyak tantangan bisnis yang membuat tidak sedikit dari UMKM yang ada kemudian menutup usaha, atau setidaknya mengalami penurunan omset usaha. Kondisi inilah yang harus diwaspadai dengan sungguh-sungguh oleh para UMKM, agar tidak mudah goyah ketika ditempa beragam tantangan bisnis. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan keberadaan teknologi dan informasi yang ada. Para UMKM perlu memanfaatkan dengan baik akan keberadaan teknologi informasi. Bisnis di dunia digital menuntut kemampuan pebisnis untuk dapat beradaptasi, di mana dalam aktivitasnya didukung dan difasilitasi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan informasi.

Saat ini, suatu produk (barang maupun jasa) yang ditawarkan oleh produsen, akan sangat mudah ditemukan oleh konsumen, selama dapat diakses melalui internet. Ketersediaan beragam gawai (gadget) saat ini sudah dilengkapi dengan kemampuan akses internet, di mana kemampuannya semakin meningkat dari waktu ke waktu. Akses internet menjadi semakin memadai dilakukan di mana saja, kapan saja dan oleh siapa saja. Dengan demikian sangat terbuka peluang bagi UMKM untuk dapat menjalankan bisnisnya dengan baik, dan bahkan meningkatkan kinerja bisnisnya melalui pemasaran digital. Tidak hanya itu saja namun, promosi juga di perlukan guna memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen. Pengenalan produk dapat dilakukan melalui komunikasi. Komunikasi pemasaran memiliki tujuan, yaitu untuk menyebarkan informasi, mengajak, atau meyakinkan konsumen. Melalui kegiatan tersebut, konsumen bersedia menerima

dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi merupakan kegiatan utama perusahaan yang dilakukan untuk mempertahankan kontinuitas dan meningkatkan kualitas penjualan. (Nur, 2019).

Talas merupakan jenis umbi-umbian, masyarakat Sorong lebih suka menyebut umbi talas dengan sebutan keladi. Potensi tanaman ini di Kota Sorong sangat melimpah dengan jenis keladi bete. Jenis keladi ini jarang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha karena bentuknya yang kecil, sehingga ketika diolah menjadi suatu produk keripik keladi produk yang dihasilkan kurang menarik, terlihat kecil dan pengolahan sedikit lebih ribet. Dalam ide bisnis ini memanfaatkan keladi bete dengan menginovasi produk lebih ke rasa. Keripik dibuat oleh menggunakan bahan dasar keladi bete yang yang dimana khususnya untuk membuat keripik keladi. Tetapi nama produk yang digunakan tetap keripik keladi. Peluang yang ada dimasyarakat Kota Sorong memulai ide bisnis keripik keladi, usaha ini membangun dan berkreasi dalam menciptakan inovasi baru dari keripik keladi.

Keladi yang biasanya diolah menjadi pengganti makanan pokok seperti supubi dan sayur keladi talas. Serta banyak produksi yang berada di Kota Sorong. Data Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa keladi atau talas tahun 2017 produksi keladi talas sebanyak 108,00 ton. Maka dari itu adanya ide inovasi baru mengelola keladi menjadi sebuah ide bisnis keripik keladi, selain menjadi supubi dan sayur keladi. Melihat potensi yang ada di Kota sorong bahwa keripik yang biasanya yang dibuat menggunakan bahan dasar keladi bete yang dimana khususnya untuk membuat keripik keladi. Untuk mengembangkan ide bisnis keripik keladi melihat beberapa factor yang mempengaruhi hambatan usaha keripik keladi seperti kurangnya inovasi dan juga pemasaran dari segi produk.

Perlunya penerapan pemasaran dengan ide bisnis pada produk keripik keladi. Maka di butuh penerapan bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016) bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu *product, price, place, promotion*. *Marketing mix* merupakan strategi pemasaran yang memiliki tujuan. Tujuan pemasaran yaitu untuk menyampaikan informasi dan menciptakan preferensi produk kepada konsumen. *Marketing mix* merupakan unsur yang paling potensial di dalam dunia pemasaran. *Marketing mix* memiliki empat komponen untuk mencapai pasar sasaran dan tujuan. 4 (empat) komponen tersebut berupa *product, price, place, dan promotion*. *Product* atau produk merupakan unsur utama dari *marketing mix*. Produk dapat berupa barang atau jasa dan pada dasarnya, produk adalah sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari strategi produk yaitu untuk meningkatkan kemampuan bersaing. Faktor yang terkandung dalam produk adalah variasi produk, kualitas produk, dan kualitas layanan produk. *Price* atau harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. Harga merupakan unsur *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan. Pemindahan hak milik terjadi karena adanya produk. Produk yang berkualitas dapat menentukan harga jual. Produk dan harga memiliki hubungan yang kuat. Harga dapat menentukan keputusan konsumen.

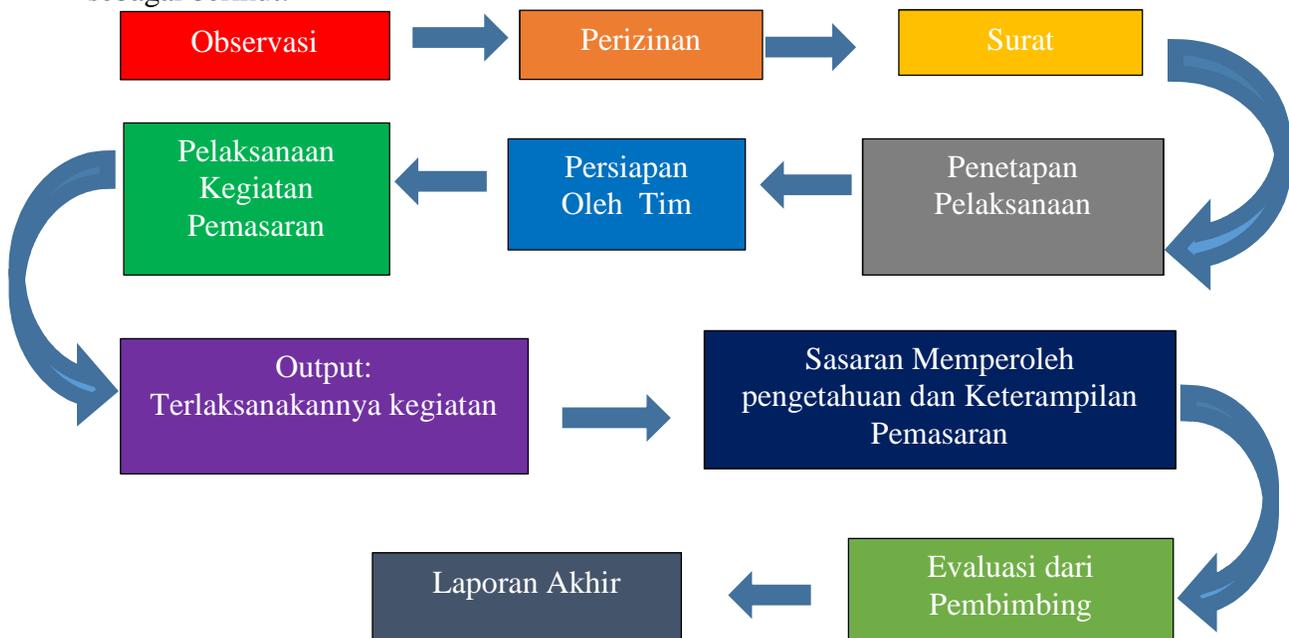
*Place* atau tempat merupakan lokasi yang menentukan kesuksesan bisnis. Lokasi berkaitan dengan pasar potensial perusahaan. Lokasi juga berpengaruh terhadap strategi pemasaran seperti *flexibility, competitive position, dan focus*. *Fleksibilitas* lokasi merupakan ukuran sejauh mana perusahaan bereaksi terhadap perubahan ekonomi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komit menjangka panjang. Komit menjangka panjang yang bersifat capital intensif. Perusahaan perlu mempertimbangkan lokasi yang *responsive* terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan dimasa yang akan datang. *Promotion* atau promosi adalah cara perusahaan untuk

mengenalkan produknya kepada konsumen. Pengenalan produk dapat dilakukan melalui komunikasi. Komunikasi pemasaran memiliki tujuan, yaitu untuk menyebarkan informasi, mengajak, atau meyakinkan konsumen. Melalui kegiatan tersebut, konsumen bersedia menerima dan membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan kegiatan utama perusahaan yang dilakukan untuk mempertahankan kontinuitas dan meningkatkan kualitas penjualan. (Nur, 2019)

Sorong memiliki oleh-oleh khas salah satunya yaitu keripik keladi. Keripik keladi sangat digemari oleh seluruh kalangan masyarakat. Ketika berpergian keluar kota atau ada tamu bahkan wisatawan yang datang ke Sorong dan melanjutkan berwisata ke raja ampat yang beli adalah keripik keladi sebagai oleh-oleh. Para pelaku UMKM keripik keladi Kota Sorong begitu banyak peluang bagi mereka yang memiliki usaha bisnis keripik keladi dan juga sangat menguntungkan bagi para umkm pelaku bisnis keripik keladi. Berdasarkan observasi yang dilakukan kami tim pemasaran dari mahasiswa semester III (tiga) Program Studi Manajemen Fakultas Pemasaran Universitas Muhammadiyah Sorong para penjual keripik keladi dan masyarakat yang ingin memiliki bisnis ini memerlukan adanya pengetahuan tentang pemasaran mengenai bauran pemasaran. Melalui mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dikelurahan Klamalu Kabupaten Sorong. Dan memberikan pelatihan penerapan buaran pemasaran Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong.

## II. METODE

Metode pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini di lakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:



#### 1. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam kegiatan ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya yang berada di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong Papua Barat Daya.

#### 2. Permohonan Izin

Pemohonan izin sebuah kegiatan untuk memperbolehkan melakukan tindakan. Perizinan pada kegiatan ini yaitu meminta izin kepada Kepala Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong agar dapat memberikan tempat kepada kami untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat.

#### 3. Surat

Surat adalah suatu sarana komunikasi tertulis yang digunakan untuk menyampaikan informasi suatu berita dari satu pihak ke pihak lain dengan memiliki suatu maksud atau isi yang terdapat pada surat, baik itu berupa pemberitahuan, kerjasama, dan lain sebagainya. Menurut Purwanto (2015:10), surat adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi tertulis oleh suatu pihak kepada pihak lain baik yang berkaitan dengan kegiatan bisnis maupun non bisnis. Surat pada kegiatan ini untuk menginformasikan kepada Kepala Kelurahan Klamalu bahwa kami akan mengadakan kegiatan pelatihan kepada masyarakat di kantor kelurahan.

#### 4. Penetapan Pelaksanaan

Pelaksanaan dapat diartikan menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif sesuai dengan perencanaan yang ada. Penetapan pelaksanaan pada kegiatan ini yaitu proses penentuan atau hasil keputusan bersama oleh tim agar kegiatan yang telah dipersiapkan akan dilaksanakan. Dalam penetapan pelaksanaan ini tim pengusul juga harus kompak dan memiliki kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang telah di rencanakan.

#### 5. Persiapan Oleh Tim

Sebelum melaksanakan kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong Papua Barat Daya. Tim pengusul akan mendiskusikan terlebih dahulu persiapan yang akan dibutuhkan dalam kegiatan. Persiapan terlebih dahulu sehingga akan memudahkan berjalannya kegiatan yang akan berlangsung nanti.

#### 6. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan diartikan sebagai suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan program yang direncanakan menjadi kenyataan. Menurut Abdullah (2014:151) Pelaksanaan adalah suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut sekolah program atau kebijaksanaan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijakan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetapkan semula. Pelaksanaan kegiatan pada program ini yaitu untuk menjalankan rencana mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat di kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong Papua Barat Daya.

7. Terlaksanakannya kegiatan

Setelah beberapa tahapan yang telah dilewati barulah terlaksanakannya kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat di kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong Papua Barat Daya. Dengan terlaksanakannya kegiatan ini tim telah melaksanakan tugas sesuai dengan yang sudah direncanakan di awal

8. Sasaran Memperoleh Pengetahuan dan Keterampilan Pemasaran

Setelah terlaksanakannya kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat terkhusus bagi pelaku umkm dan ibu rumah tangga yang ingin memulai menjadi pelaku usaha. Tim berharap dengan adanya kegiatan ini dapat bermanfaat bagi masyarakat agar dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan oleh tim kami sekemaksimal mungkin.

9. Evaluasi Dari Pembimbing

Evaluasi merupakan penilaian, evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standard tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh (Umar, 2005). Setelah kami menyelesaikan kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat. Tim di evaluasi oleh pembimbing dari dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong. Evaluasi kegiatan yang baru dilaksanakan, hambatan-hambatan dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan dan sebagai bahan pembelajaran tim melakukan perbaikan dikegiatan yang sama dimasa yang akan datang.

10. Laporan Akhir

Laporan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat adalah kerja akhir dari suatu proses panjang dari suatu kegiatan dalam bentuk artikel Pengabdian Kepada Masyarakat. Penyusunan artikel yang akan dipublikasi ke jurnal di dampingi oleh dosen pembimbing.

### **III. HASIL**

Pelaksanaan kegiatan Mata Kuliah Berbasis Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan oleh Tim Semester III Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong. Mahasiswa yang bersangkutan sedang memprogramkan Mata Kuliah Manajemen Pemasaran yang di ampuh oleh Dosen Program Studi Manajemen yaitu Ibu Susetyowati Sofia, SE., MM. Kegiatan dilaksanakan selama 1 (satu) hari yaitu pada hari Selasa, tanggal 13 Desember 2022 di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong yang beralamat di Jl.Tuturaga, Kabupaten Sorong. Kegiatan dihadiri sebanyak 29 (dua puluh sembilan) peserta dari masyarakat.

Pemaparan materi penerapan bauran pemasaran pada keripik keladi disampaikan oleh Kamarul Zaman Mahasiswa Semester III (tiga) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong.



Gambar 1. Pemaparan Materi



Gambar 2. Antusias masyarakat

Pelaksanaan kegiatan Mata Kuliah Berbasis Pengabdian Kepada Masyarakat pemaparan dalam penerapan materi bauran pemasaran (*marketing mix*) diuraikan sebagai berikut:

#### 1. *Product* (Produk)

Keripik Keladi merupakan makanan khas yang berupa keripik sebagai bahan utama yang terbuat dari umbi-umbian keladi. Keripik keladi memiliki tekstur yang reyah dan empuk, biasanya keripik keladi bercita rasa renyah, pedas dan manis.



Gambar 3. Label



Gambar 4. Produk Berlabel

#### 2. *Price* (Harga)

Harga merupakan suatu nilai mata uang guna untuk melakukan pembayaran yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

Berikut ini tim memberikan perhitungan penentuan harga :

Harga Jual = Harga Pokok Produksi + Laba

= Rp 7.784,- + Rp. 1.946,-

= Rp 9.730,-

Perolehan harga jual adalah Rp 9.730,- dan kami dari tim membulatkan dengan menjual keripik keladi dengan harga Rp. 10.000,-

3. *Place* (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi bagi penjual untuk menjual produknya kepada konsumen. Keripik keladi menggunakan pemasaran secara online memanfaatkan media sosial yaitu facebook & Instragram



Gambar 5. Akun Facebook



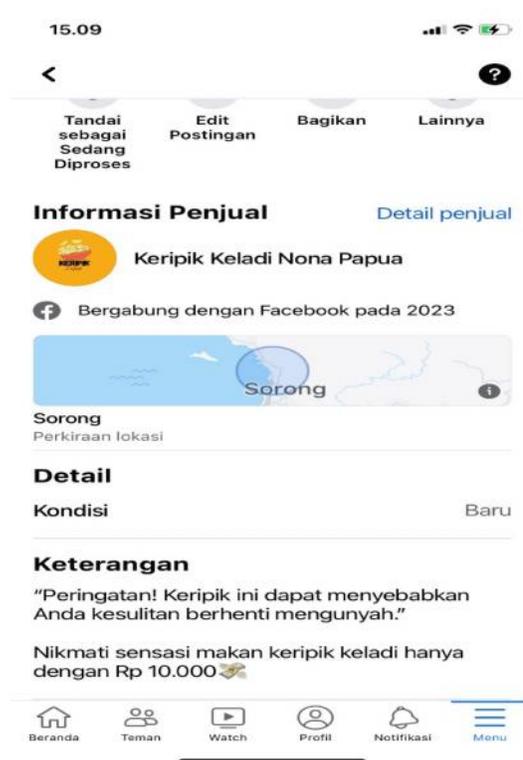
Gambar 6. Akun Instragram

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi dalam menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen untuk membeli dan memakai produk yang ditawarkan. Promosi produk keripik keladi secara online.



Gambar 7. Promosi di Media Sosial



Gambar 8. Promosi di Market Place

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kegiatan Mata Kuliah Berbasis Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong, yaitu :

1. Masyarakat kelurahan Klamalu antusias dalam menghadiri kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Para audience antusias dalam menyaksikan pemaparan dengan menggunakan pemahaman penerapan bauran pemasaran (marketing mix) pada usaha keripik keladi.
3. Audience juga dapat menambah wawasan baru yang dapat dikembangkan guna mengembangkan usaha yang selama ini dijalankan dan menambah penghasilan tambahan bagi ibu-ibu rumah tangga yang mau akan memulai usaha.

#### V. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kepada Bapak Lurah Akmadi, SH selaku Kepala Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong serta Dosen-Dosen Pembimbing Ibu Susetyowati Sofia, SE., M M, Ibu Agilistya Rahayu, SE.I, M.P.D, dan Ibu Digor Mufti, S E., M M. Atas berjalannya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjalan dengan lancar.

**DAFTAR REFERENSI**

- Nida & Dhiyauhaq, 2022; Noor & Rahmasari, 2018; Nur, 2019; Riduwan, 2016; Sartika et al., 2020; Suparyanto dan Rosad (2015, 2020a; Susanto et al., 2018)
- Mayasari, M. (2021). Laporan dan Evaluasi Penelitian. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 30–38. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.24>
- Nida, F., & Dhiyauhaq, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Copywriting Untuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Banyumas Dan Sekitarnya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 33–39. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1832>
- Noor, H. C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI*, 1(3), 454–464. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4112/2525>
- Nur, s wahidatus. (2019). Rencana bisnis merupakan kebijakan berupa konsep yang menggambarkan rencana pengembangan dan kegiatan usaha UMKM dalam jangka waktu tertentu, serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut sesuai target dan waktu yang ditetapkan, yang mencakup rencana. *Carbohydrate Polymers*, 6(1), 5–10.
- Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y1999.v3.i2.1886>
- Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty. (2020). Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Sebagai Strategi Pemasaran Produk Gulo Puan Desa Bangsal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat APTEKMAS*, 3(2), 47–54.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020a). PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL-HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020b). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Suradi. (2018). Pelaksanaan Program Keterampilan Berbahasa Arab Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Muqim Sunnah Palembang. *Repository UIN Raden Fatah*, 22–61.
- Susanto, R., Lestari, W., & Nugroho, N. (2018). *Rancang Bangun Alat Ukur Kekeringan Simplisia berbasis Arduino Uno untuk Pelaku Usaha Pengeringan “Empon-Empon” di Kismantoro Wonogiri*. 300–305. <http://ejournal.unisri.ac.id/index.php/sndms/article/view/2451>
- Wiestra, D. (2019). Pelaksanaan Kerja. *Repository Bsi*, 6–7. [https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/253036/File\\_10-Bab-II-Landasan-Teori.pdf](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/253036/File_10-Bab-II-Landasan-Teori.pdf)
- Mayasari, 2021; Suparyanto dan Rosad (2015, 2020b; Suradi, 2018; Wiestra, 2019)