

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PADA
UKM PRODUK KRUPUK WIJEN DI DESA MATEGAL**

Ramadhan Prasetya Wibawa¹, Samsur Rizal Muhtar², Veronika Cindy Mei Tika Sari³,
Suci Dina Riska⁴, dan Damayanti⁵

^{1,2,3,4,5}**Universitas PGRI Madiun**

ramadhan@unipma.ac.id¹, samsurrizal1998@gmail.com², veronikacindy98@gmail.com³,
sucidina19@gmail.com⁴, rizkidama80@gmail.com⁵

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah sektor industri makanan dan minuman yang terdapat di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan salah satunya adalah Krupuk wijen atau Singkong Wijen merupakan produk lokal berbahan dasar singkong. Produk ini sudah mulai diminati masyarakat, tetapi kendala yang dihadapi dan masukan dari pembeli adalah karena usaha ini sifatnya rumahan sehingga dalam produksi krupuk sedikit, dikarenakan SDM yang membantu terbatas, pengemasan masih konvensional dengan bentuk kemasan bening, varian rasa yang ada masih original, pemasaran yang masih dalam lingkup lokal. Tujuan abdimas ini adalah untuk membantu meningkatkan mutu produk dan pemasarannya. Metode pelaksanaan dengan melalui pemberian pelatihan dan pendampingan. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah melalui tahap pra pelaksanaan, tahap pelaksanaan, tahap rencana tindak lanjut mampu memberikan kesadaran bagi pelaku UKM Singkong Wijen bahwa pentingnya mutu produk dengan memperhatikan kualitas produk yang dikemas menarik, dan menjalin kerjasama pemasaran secara online dengan *marketplace* dan *online shop*. Upaya tindak lanjut selanjutnya akan upaya alih teknologi dan membantu pendampingan pengajuan PIRT.

Kata Kunci: Pelatihan, Pendampingan, UKM, Krupuk Wijen

ABSTRACT

Small and medium enterprises in the food and beverage industry sector located in Mategal Village, Parang District, Magetan Regency, one of which is Krupuk Wijen or Cassava Wijen, which is a local product made from cassava. This product has begun to be of interest to the public, but the obstacles faced and input from buyers are because this business is home-based so that in the production of crackers there are few, due to limited human resources, the packaging is still conventional with clear packaging, the available flavors are still original, the marketing is low. still in local scope. The purpose of this abdimas is to help improve product quality and marketing. The method of implementation is by providing training and mentoring. The result of this community service is that through the pre-implementation stage, the implementation stage, the follow-up planning stage is able to provide awareness for Wijen Cassava SMEs that the importance of product quality by paying attention to the quality of products that are attractively packaged, and establishing online marketing collaborations with marketplaces and online shops. Further follow-up efforts will be efforts to transfer technology and assist assistance in applying for PIRT.

Keywords: Training, Mentoring, UKM, Krupuk Wijen

Articel Received: 23/02/2021; **Accepted:** 27/07/2021

How to cite: APA style. Wibawa R. P., Muhtar, S. R., Sari V. V. M. T., Riska S. D, dan Damayanti, D. (2021). Pelatihan dan pendampingan pengabdian kepada masyarakat pada ukm produk krupuk wijen di desa Mategal. *Abdimas Siliwangi*, Vol 4 (2), 233-244. doi: <https://dx.doi.org/10.22460/as.v4i2p%25p.6824>

A. PENDAHULUAN

Mategal adalah sebuah nama desa di wilayah Kecamatan Parang Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur. Desa ini terletak di sebelah timur Gunung Bungkok diperbatasan antara Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Magetan. Dimana tugu perbatas wilayahnya berada di tengah-tengah hutan yang membentang sepanjang kurang lebih 5 km. Luas wilayah desa Mategal 688.022 ha. Terdiri dari empat dusun yaitu Dusun Mategal, Dusun Kalitengah, Dusun Sangen, dan Dusun Gangsiran. Dengan jumlah RT 22 dan 8 RW jumlah KK 1279 terdiri dari laki-laki 1843 jumlah perempuan 2025 adapun jumlah keseluruhan penduduk warga Desa Mategal 3868 jiwa.

Batas-batas wilayah Desa Mategal yaitu :

1. sebelah utara yaitu desa/kelurahan Pragak Kecamatan Parang.
2. Sebelah selatan desa/kelurahan Huron Sampung Kecamatan sampung.
3. Sebelah timur desa/kelurahan Kediren Kecamatan Lembeyan.
4. Sebelah barat desa/kelurahan Bungkok Kecamatan Parang.

Untuk jarak tempuh wilayah Desa Mategal dari Jawa Timur 197 km. Dari kota atau kabupaten Magetan 16 km. Adapun jarak tempuh dari Kecamatan Parang 3 km. Desa Mategal memiliki ketinggian tanah dari permukaan laut 310 m. Banyaknya curah hujan sesuai data yang ada 36 mm per tahun adapun suhu udara rata-rata 30°. Luas wilayah menurut penggunaan di Desa Mategal yaitu luas pemukiman 386.07 ha/m². Luas persawahan 243.083 ha/m². Luas perkebunan 5.792 ha/m².

Dari hasil observasi lapangan dan wawancara langsung kepada UKM Krupuk Wijen atau Singkong Wijen Desa Mategal adalah produk lokal berbentuk krupuk mentah yang sudah ada sejak 3 tahun ini. UKM Krupuk Wijen ini merupakan produk rumahan. Menurut pemilik permasalahan yang dihadapi adalah dalam hal kapasitas jumlah produksi kerupuk sedikit dikarenakan SDM yang membantu sedikit hanya melibatkan keluarga, pengemasan masih bersifat konvensional dengan menggunakan plastic bening dengan penempelan label sederhana, produksi yang dilayani masih dalam produk mentah dengan varian rasa yang ada masih original, pemasaran yang masih dalam lingkup lokal.

Menurut Jim Ife, konsep pemberdayaan memiliki hubungan erat dua konsep pokok yakni: konsep *power* (daya) dan konsep *disadvantaged* (ketimpangan). Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk membangun kemampuan masyarakat dalam

mengembangkan potensi menjadi tindakan nyata dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran atas potensi yang dimiliki. Menurut Jim Iff, pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuasaan orang-orang yang lemah atau tidak beruntung. Tujuan dari pemberdayaan sendiri merujuk pada upaya perbaikan, terutama perbaikan pada taraf mutu hidup manusia, baik secara fisik, mental, ekonomi, maupun sosial dan budayanya. Pengabdian yang pernah dilaksanakan oleh Umi Hanifah, Puji Alawiah, dan Aulia Agustin dengan judul Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Program Diversifikasi Olahan Makanan Berbahan Dasar Jagung di Desa Mategal Kecamatan Parang Kabupaten Madiun melalui pendekatan ABCD mampu menciptakan produk unggulan Bolu Jagung Khas Mategal dan menciptakan kemandirian masyarakat. Upaya pengabdian tersebut kebermanfaatan bagi masyarakat sekarang ini belum mampu meningkatkan nilai jual bolu jagung yang diciptakan. Masyarakat lain di luar Desa Mategal dan pembeli cenderung lebih memilih untuk memberikan rekomendasi produk kerupuk kongwi sebagai produk lokal yang nantinya menjadi produk lokal Khas Desa Mategal. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu adanya pelatihan dan pendampingan pada UKM Produk Krupuk Wijen agar produk tersebut memiliki nilai jual dan menjadi produk unggulan Khas Desa Mategal yang diminati Masyarakat Luas, dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat pada masa pandemic sekarang ini.

B. LANDASAN TEORI

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat kuat, karena terbukti setiap tahun jumlahnya semakin bertambah dan bisa bertahan meski pada saat krisis ekonomi. Sebenarnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah ada sejak belum ditetapkannya Undang-Undang mengenai UMKM. Karena Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang sangat mudah dijalankan oleh siapa pun, dengan modal seadanya bahkan tanpa harus memiliki keahlian khusus. Namun Setelah dibuatkan Undang-Undang, maka pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Rivai dan Jauvani (2010: 225) Menjelaskan bahwa indikator pelatihan dan pendampingan terdiri dari 6 hal yaitu :

a. Peserta pelatihan

Agar program pelatihan dan pendampingan dapat mencapai sasaran hendaknya para peserta dipilih benar-benar siap dilatih artinya mereka yang diikutsertakan dalam pelatihan adalah mereka yang secara mental telah dipersiapkan untuk mengikuti program tersebut. Pada langkah ini harus selalu dijaga agar pelaksanaan kegiatan pelatihan benar-benar mengikuti program yang telah ditetapkan.

b. Pelatih (*Instruktur*)

Pelatih dan pendamping harus didasarkan pada keahlian dan kemampuan untuk mentransformasikan keahlian tersebut pada peserta pelatihan dan pendampingan karena pelatih dan pendamping memegang peran yang penting terhadap kelancaran dan keberhasilan program pelatihan dan pendampingan.

c. Materi (Bahan)

Penyusunan materi pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan melihat kebutuhan serta memperhatikan faktor-faktor seperti tujuan, peserta, harapan lembaga dan lamanya waktu pelatihan dan pendampingan.

d. Metode

Sesuai dengan materi yang diberikan, maka ditentukan metode atau cara penyajian yang paling tepat. Metode pelatihan dan pendampingan harus disesuaikan dengan jenis pelatihan dan pendampingan yang akan dilaksanakan dan tingkat kemampuan peserta.

e. Lama pelatihan

Lamanya waktu ditentukan berdasarkan pertimbangan mengenai tingkat kesulitan materi, tingkat kemampuan peserta dan media yang digunakan pelatihan dan pendampingan.

f. Tujuan dan Sasaran Pelatihan

Secara umum pelatihan dan pendampingan bertujuan untuk mengembangkan keahlian, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efektif dan untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara rasional. Perubahan tingkah laku yang dimaksud adalah dapat berupa tambahnya pengetahuan, keahlian, ketrampilan, dan perubahan sikap dan perilaku.

3. Diversifikasi Produk

Strategi diversifikasi yang dilakukan terhadap suatu produk usaha, menurut Hermawan (2015:148) ada tiga macam yaitu, sebagai berikut :

- a. Strategi diversifikasi yang terkonsentrasi (*concentric diversification strategy*). Produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Strategi ini bertujuan untuk menarik konsumen baru dengan menambah jenis jenis produk baru.
- b. Strategi diversifikasi horizontal, strategi ini dilakukan untuk memperluas *product line*. Perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetap dijual kepada pelanggan.
- c. Strategi diversifikasi konglomerat (*conglomerate*), strategi ini bertujuan menarik kelompok konsumen baru melalui diversifikasi pada produk yang tak

memiliki hubungan teknologi dan pemasaran dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

4. Pemasaran

Menurut Hasan (2013:4), "Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Menurut Jhon w. Mullins & Orville C. Walker, Jr (2013:5), *marketing is a social process involving the activities necessary to enable individuals and organizations to obtain what they need and want through exchange with others and to develop ongoing exchange relationships*. Definisi tersebut mengartikan bahwa Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan yang diperlukan mengaktifkan individuals dan organisasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui bertukar dengan lain dan mengembangkan hubungan bertukar berkelanjutan

C. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 1 bulan yaitu pada tanggal 5 Januari 2021- 5 Februari 2021. Setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan waktu yang diperlukan 2-3 jam dengan waktu seminggu sekali. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha mikro. Pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan meliputi:

Langkah-langkah yang dilakukan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi: Langkah pra pelaksanaan adalah merumuskan masalah. Dari berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra dirumuskan, masalah apa yang menjadi masalah utama mitra. Masalah utama dapat terjadi pada SDM, diversifikasi produk, dan pemasaran. Yang pertama adalah SDM dalam membantu proses produksi keripik tempe masih hanya keluarga saja yang terdiri dari 2 orang saja, kedua adalah diversifikasi produk permasalahan yang muncul produk olahan masih dalam produksi mentah, produk yang dikemas dan dijual adalah produk mentah sehingga peminat lebih cenderung ke masyarakat lokal, merek masih sederhana yang belum menunjukkan ciri khas dan belum memiliki PIRT sehingga masyarakat masih meragukan. Pemasaran yang dilakukan masih sederhana melalui mulut ke mulut, masyarakat sekitar, dan secara online dalam media Facebook, Instagram.

Langkah pelaksanaan, merumuskan solusi dan target luaran. Langkah ini adalah merumuskan pemecahan masalah yang tepat untuk mengatasi masalah utama yang dihadapi mitra, sekaligus target luaran yang akan dicapai dalam kegiatan pengabdian ini. Dari permasalahan utama yang dihadapi mitra, solusi yang tepat adalah melakukan penerapan strategi tepat guna, terutama aspek diversifikasi produk. Target luaran yang dicapai pada pengabdian ini adalah adanya mutu produk, dan pemasaran. pendampingan pemasaran melalui media social dan media massa

Langkah tindak lanjut adalah dengan mengevaluasi hasil pengabdian, dan rencana tindak lanjut .

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dan pembahasan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bermitra dengan usaha mikro krupuk wijen di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan, meliputi beberapa tahap, yaitu:

Tahap pra pelaksanaan pengabdian

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan pelaksana pengabdian adalah analisis situasi mitra, perumusan masalah, solusi dan produksi. Pada analisis situasi mitra, menunjukkan bahwa mitra merupakan satu-satunya usaha mikro di desa Mategal yang memproduksi Krupuk Wijen. Satu-satunya krupuk singkong mentah yang memiliki rasa original dengan rasa dominan bawang yang berbeda dengan produk lain. Produk yang dihasilkan, ada dua jenis kemasan, yaitu kemasan dengan harga per kemasan 1 kg seharga Rp 34.000, dan kemasan per 1/4 kg seharga Rp 8000. Bahan yang digunakan untuk proses produksi meliputi, singkong, garam, minyak goreng, kayu bakar, dan air. Bumbu-bumbu yang digunakan untuk produksi antara lain; bawang putih, garam, penyedap rasa. Bahan pelengkap produksi meliputi; bungkus dan label. Peralatan produksi yang dimiliki mitra antara lain; alat perajang singkong, terpal, panci, kompor tungku, penggorengan (wajan), alat pres plastik (*packing*), botol, dan gunting.

Tahap pelaksanaan pengabdian (Pelatihan dan Pendampingan)

1. Tahap Pengemasan Produk Mentah Kongwi dan Pelabelan

Langkah yang dilakukan dengan memberikan sosialisasi terlebih dahulu terkait kemasan produk yang menarik:

- a. Minggu pertama dilakukan diskusi awal terkait kemasan yang digunakan oleh

pelaku UKM dilihat dari segi kemenarikan, nilai jual, dan kerapian. Pelaku UKM bersama dosen dan mahasiswa berdiskusi terkait kemasan yang digunakan ternyata pelaku UKM menyampaikan karena masih produk mentah kemasan sementara digunakan plastik bening agar memperoleh keuntungan yang lumayan.

- b. Minggu kedua melakukan diskusi, pelatihan dan pendampingan tentang model pengemasan yang cocok untuk kemasan kongwi. Pada minggu ke dua ini pelatihan yang dilaksanakan adalah mahasiswa membantu melatih pelaku UKM untuk membuat label yang nantinya digunakan untuk pengemasan produk mentah dan kemasan yang digunakan untuk produk jadi atau matang, atau siap langsung untuk dikonsumsi.
- c. Minggu ketiga melakukan evaluasi terhadap kemasan produk yang dibuat. Pelaku UKM menjual produk kepada pembeli dengan memberikan kemasan yang berbeda. Hasilnya bagi masyarakat sekitar ternyata lebih menyukai kemasan plastik yang bening, akan tetapi untuk masyarakat yang diluar desa Mategal lebih menyukai kemasan yang lebih tertutup dikarenakan lebih menarik, rapi, dan layak sebagai produk unggulan dijual secara online. Berikut gambar kemasan dan lebel produk kongwi



Gambar 1. Kemasan Kongwi Mentah



Gambar 2. Kemasan Kongwi Matang

2. Tahap mengolah Produk Mengolah Barang Mentah Menjadi Barang Jadi serta Pemberian Rasa

Proses pengolahan produksi kongwi mentah menjadi kongwi matang siap konsumsi dilakukan dengan proses berikut ini.

- a. Singkong diparut menggunakan mesin



- b. Kemudian diperas menggunakan kain



- c. Direndam dengan air selama satu malam
- d. Parutan singkong diperas lagi dipisahkan antara air dan singkongnya
- e. Ampas singkong diberi adonan bawang putih, penyedap rasa, dan wijen kemudian diberi air secukupnya lali diaduk dengan merata
- f. Adonan siap dicetak diatas keramik menggunakan cetakan plastic



- g. Adonan yang sudah di cetak dikukus
- h. Setelah dikukus dijemur selama kurang lebih 2 jam



- i. Adonan yang sudah kering bisa di gunting-gunting sesuai ukuran



- j. Adonan digoreng
- k. Kongwi dikemas dalam kemasan yang sudah disiapkan dengan varian rasa



Harga produk kongwi mentah: 1 Kg = Rp 34.0000,00

1/4kg = Rp 8000,00

Harga produk kongwi matang: Rp. 5000,00

3. Tahap Pemasaran

Diversifikasi produk dilakukan juga dalam rangka memperluas pasar bagi

penjualan krupuk wijen. Diversifikasi yang dilakukan adalah menjual opak berukuran lebih kecil dengan berbagai varian rasa yang dikemas dalam plastik bermerk dagang. Dosen memberikan pelatihan cara melakukan kerjasama pemasaran secara online dan mahasiswa mendampingi pelakuUKM untuk mendaftarkan pada marketplace yang sekarang ini didaftarkan pada shopee. Selanjutnya Produk olahan kongwi ini akan diletakkan di beberapa mart atau swalayan setempat dan setiap 1 minggu akan dilihat hasilnya,

Tahap rencana tindak lanjut

Rencana tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) perlu dilakukan, karena berdasarkan evaluasi yang telah dilaksanakan ada beberapa hal yang perlu ditindak lanjuti; yaitu pertama adalah pendampingan terhadap UKM untuk pengurusan Izin Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT) . Yang kedua yang perlu ditindak lanjuti cara *maintenance* alat, terutama ketika penggantian mata pisau yang sudah aus, karena jika terjadi kesalahan pemasangan kembali akan menghasilkan produk yang kualitasnya tidak baik, atau bahkan alat dapat rusak. Dua hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan kegiatan pendampingan lebih lanjut, pelaksana PKM dapat sebagai konsultan mitra untuk penerapan alih teknologi ini dan perizinan dan Badan POM.

E. KESIMPULAN

Setelah dilaksanakan pengabdian masyarakat ini dapat diambil simpulan pertama adalah adanya kerjasama yang baik antara pelaksana kegiatan pengabdian dengan UKM Krupuk Wijen Desa Mategal, sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik dan lancar. Yang kedua, minat sungguh-sungguh ditunjukkan dengan semangat untuk mengikuti penyampaian materi selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, sehingga mitra cepat memahami dan mempraktekkan, sehingga juga menambah pengetahuan pentingnya mutu produk itu bagi suatu produk yang dijual. Yang ketiga, Pelaku UKM memperoleh strategi pemasaran yang lebih tepat agar produk yang dijual diminati masyarakat dan dikenal oleh masyarakat luas dengan memanfaatkan marketplace yang pada pelatihan ini melalui shopee.

F. ACKNOWLEDGMENTS

Terimakasih kepada pihak desa yang telah membantu memberikan izin dalam pengabdian ini, yang kedua kepada LESTARI sebagai Usaha mikro yang memberikan kepercayaan kepada tim kami untuk memberikan pelatihan dan pendampingan, ketiga kepada LPPM Universitas PGRI Madiun yang mendukung proses Pengabdian Masyarakat di Desa Mategal Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan .

G. DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, C. (2015). *Packaging The Brand*. Modul pelatihan. Rumah Kemasan Bandung
- Firzan, M. (2015). *Modul Pelatihan Branding Untuk Usaha Kecil Menengah*. Modul. Rumah Kemasan Bandung
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*.
- Hermawan, L. (2015). Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kota Kediri. *Jurnal Jibeka*, 9(2), 26-32.
- Maksindo. Peluang Bisnis Keripik Singkong dan Analisa Usahanya. Dikutip tanggal 19 April 2019 dari: <http://www.tokomesin.com/peluang-bisnis-keripik-singkong-dan-analisa-usahanya.html>
- Mullins, J. W., Walker, O. C., Boyd, H. W., & Larréché, J. C. (2013). *Marketing management: A strategic decision-making approach*. New York: McGraw-Hill.
- Nurhartadi, Edhi., Muhammad, A.R.D. & Nursiwi, Asri. (2016). *Pemberdayaan UKM Kerupuk Singkong Melalui Diversifikasi Produk*. *Jurnal UNS* Vol. IV No.2 hal 97-107.
- Nofalia, Ike S.Kom.2018, 2 Juni. Panduan Lengkap Mengurus Surat Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Dikutip tanggal 19 April 2019 dari: <https://www.finansialku.com/surat-izin-usaha-mikro-kecil/>
- Rakib, Muhammad & Alyas. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)*. *Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2, Hal 114 – 120.
- Rofieq, M., Poerwanto, Andi., Budiyanto, Hery. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk untuk UMKM Kerajinan, Kuliner dan Posdaya. *Jurnal Abdimas* Vol 2, Nomor 2, Desember 2017. Unmer Malang
- Tarunajaya, W. B. (2020). *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan (Kerjasama Kemenparekraf, Kemendes PDTT dan Perguruan Tinggi)*. *Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (www.bi.go.id)
- Widyastuti, NW., Winangsi, Rahmi. (2018). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro melalui Desain Kemasan Kelompok Usaha Produsen dan Retailer Makanan “Kue Subuh”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*. Volume 4, Nomor 1, Halaman 17-25. Juni 2018.
- Zen, Zayyinul Hayati., dkk. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri* Vol 1 No 2 November 2017.