Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DALAM PENERAPAN TEKNOLOGI SEBAGAI STRATEGIS PEMASARAN DAN LOGO PADA UMKM AGAR MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA TANJUNG SIRAM

Irmayanti[1]✉, Junita Lubis[2], Tetty Rahmiati Harahap[3], Erni Wahyuni[4], Rahmi Nazliah[5], Rizki Amansyah[6]

[1,2,3,4,5,6] *Program Studi Sistem Informasi, Manajemen, Akuntansi, Managemen, Biologi, Sistem Informasi Universitas Labuhanbatu, Fakultas Managemen dan Akuntasi Universitas Islam Labuhanbatu*

✉*e-mail:* ***irmayantiritonga2@gmail.com***

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk Menerapan Teknologi Sebagai Strategis Pemasaran Dan Logo Pada UMKM Agar Meningkatkan Penjualan di desa Tanjung Siram. Metode pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan berdiskusi, bersosialisai dan Mempersentasikan bagaimana cara memasarkan sebuah produk dengan emnggunakkan teknologi dan membuat sebuah logo khas produk tersebut. Hasil dari kegiatan ini diharapkan masyarakat desa Tanjung Siram memiliki peningkatan dalam penjualan produk UMKM. Dalam pengabdian masyarakat pada kegiatan ini untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang usaha Produk makanan di Desa Tanjung Siram. Untuk UMKM ini perlu diberikan Pelatihan dalam pentingnya pemanfaatan Teknologi Digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga memperluas cakupan target usahanya. Serta dapat menunjang penjualan yang lebih baik lagi. UMKM juga diberikan arahan agar memberikan sebuah logo atau ciri khas dari produk yang mereka jual agar menarik perhatian pembeli disaat di pasarkan. UMKM ini di berikan arahan agar menggunakan Teknologi berupa akun sosial media,instagram,facebook,serta cara mengelola media digital secara optimal. Diterapkan kepada usaha Mikro dan menengah (UMKM) agar menggunakan teknologin yang sangat berkembang pesat hari demi hari di zaman teknologi yang semakin canggih ini, dimana proses pemasaran yang menggunakan teknologi digital tersebut bisa meningkatkan penjualan semakin meningkat lebih pesat.

Kata kunci*—Teknologi, UMKM, Strategi Pemasaran*

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat telah mengubah lingkup hidup dunia pemasaran dalam beberapa tahun belakangan ini. Metode pemasaran sebelumnya bersifat tradisional dan konvensial, kini telah terintegrasi dalam dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital sering kaki disebut digital marketing.

Diera sekarang, ini para pelau UMKM hendaknya bisa Memanfaatkan Media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat dimedia sosial, serta mempunyai logo, biasanya akan meningkatkan keuntungan usaha yang signifikan baik dari segi pendapat,kesempatan kerja,inovasi dan daya saring akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum Menerapkan Teknologi digital Khususnya menggunakan sosial media dan belum mengerti beberapa manfaat peran pemasaran menggunakan media sosail.

Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis, penjualan dan pembelian produk adalah dengan menggunakan media sosial. Hal tersebut untuk memasarkan dan membeli berbagai macam produk atau barang jadi, baik dalam bentuk fisik seperti makanan, pakaian, elektronik dan lain-lain. Sejak ditemukannya telepon oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876, perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat yang memungkinkan berintraksi tanpa harus bertatap muka. Mujahida (2013: 101-102) Mengatakan bahwa manusia bisa melakukan komunikasi hanya melalui telepon maupun handphone, bahkan bisa berkomunikasi hanya melalui surat elektronik yang di kenal dengan SMS (surat menyurat singkat). Sejak berkembangnya internet pilihan media sebagai sarana komunikasi semakin bervariatif. Internet sangat interaktif yang digunakan untuk berkomunikasi.

Saat ini banyak media sosial yang bermunculan seperti facebook, instagram, twitter, whatsapp, line dan aplikasi lainya. Melalui aplikasi tersebut perkembangan jual beli online bergerak sangat cepat. Kini masyarakat sudah jarang berkomunikasi secara tatap muka dan beralih ke media sosial. Perkembangan teknologi informasi serta komunikasi, sudah tidak lagi mempermasalahkan batas, jarak, ruang dan waktu dalam komunikasi. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

berkomunikasi tapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya.

Dari beberapa akun teknologi diatas masyarakat luas sering menggunakan instagram dan facebook. Akun tersebut merupakan aplikasi gratis yang membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat Ditemukan di berbagai produk di postingan media sosial. Dengan fitur ini perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan proful bisnisnya, memeproleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong penjualan.

Didesa tanjung siram ada salah satu UMKM kue Ketawa yang memproduksi dengan memasarkan tidak menggunakan teknologi beserta logo, dengan permasalahan tersebut kami mendorong UMKM Tanjung Siram tersebut mampu memasarkan produk mereka melalui teknologi yaitu fitur instagram dan facebook serta membuat brand atau logo agar meningkatkan pola penjualan mereka.

METODE PENGABDIAN

1. Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Tempat pelaksanan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di laksanakan di Sekolah Dasar Desa Tanjung Siram

2. Waktu Pelasanaan Kegiatan

Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di salah satu rumah warga UMKM kue ketawa di desa Tanjung siram pada Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan sosialisai, memaparkan dan Mempersentasikan bagaimana mempromosikan produk UMKM menggunakan teknologi dan membuat sebuah logo. sosialisai ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar meningakatnya penjualan dalam pemasaran menggunakan teknologi dan membuat sebuah logo. Metode sosialisai dilakukan pada tanggal 18 september 2023.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan yang akandilaksanakan	Jadwal Pelaksanaan		
	09.30 - 10.00	10.00 - 10.30	10.30 - 11.30
Persiapan			
Sosialisai mengajarkan bagaimana memasarkan sebuah produk dengan menggunakan teknologi dan membuat sebuah logo			
Sesi tanya jawab cara memasarkan sebuah produk			

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

dengan menggunakan teknologi dan membuat sebuah logo.			

3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan berdiskusi, bersosialisai dan Mempersentasikan bagaimana cara memasarkan sebuah produk dengan menggunakkan teknologi dan membuat sebuah logo khas produk tersebut. sosialisai ini dilakukan untuk mengetahui apa dampak jika pemasarannya dengan menggunakan teknoloi tersebut. Metode sosialisasi dilakukan dengan Mempersentasikan bagaimana cara memasarkan menggunakan teknologi dan membuat sebuah logo tujuan untuk memberikan edukasi memperluas penjualan dan meningkatkan hasil pebjualan dengan cara membuat daya tarik pembeli . Kegiatan ini dilaksanakan di rumah salah satu pengusaha UMKM kue ketawa di desa Tanjung Siram

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi yang dilaksanakan di salah satu rumah UMKM kue ketawa Desa Tanjung Siram dilakukan dengan berinteraksi secara langsung di dalam rumah pengusaha. Dalam sosialisasi ini ada diadakan dua sesi yang meliputi paparan bagaimana cara memasarkan produk dengan menggunakan teknologi dan membuat logo dan sesi tanya jawab dari pengusaha.

Tim pengabdian memberikan sosialisasi ini mengingat pentingnya pemberian logo untuk stempel dan stiker pada produk sebagai tanda pengenal produk tersebut kepada masyarakat luas. Stiker dibuat semenarik mungkin untuk menarik dan mudah diingat masyarakat luas. Label yang baik akan menciptakan minat konsumen (Marlein Tamtelahitu et al., 2021). Label akan memberikan kesan menarik bagi konsumen, dan dalam label tersebut terdapat beberapa informasi terkait dengan produk (Januariyansah, 2020).



Gambar 1. Pembuatan Label Kue Ketawa

Label merupakan salah satu bagian dari suatu produk yang memuat keterangan meliputi gambar dan teks yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi suatu

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

produk untuk pembeli dari penjual. Pada umumnya isi dari label memuat identitas produk, merek, komposisi pembuatan, informasi nilai gizi, tanggal kadaluwarsa, dan keterangan legalitas.



Gambar 2. Gambar Label Kue Ketawa

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa labelling produk dapat meningkatkan persentase penjualan produk. Diperkuat pula oleh hasil pengabdian yang menyatakan bahwa pengemasan, labelling, dan branding pada suatu produk dapat meningkatkan tingkat penjualan dari produk tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa label sangat berpengaruh untuk meningkatkan pemasaran usaha khususnya UMKM.

Penggunaan facebook dan Instagram sebagai media promosi, para pedagang online pada umumnya sudah menguasai trik penjualan melalui media sosial tersebut. Facebook dinilai sangat membantu dalam meningkatkan penjualan, dan sangat mudah digunakan untuk memperkenalkan produk dengan biaya minim. Pedagang online banyak menggunakan facebook dan Instagram, karena merupakan sosial media yang sangat familiar dan banyak digunakan oleh semua golongan masyarakat.

Facebook dan Instagram memberikan banyak keuntungan dalam dunia bisnis, karena mudah digunakan untuk memperkenalkan produk dengan biaya minim. Tidak perlu modal yang besar untuk memulai bisnis dalam media sosial. Dengan kata lain modal di sini hanya difokuskan pada barang dijual dan ditawarkan saja. Banyak pedagang online menyukai facebook dan Instagram karena telah mempermudah dalam proses penjualan. Facebook juga bisa menjangkau wilayah yang luas karena sebagian besar masyarakat telah menggunakan facebook dan Instagram, baik dari kalangan anak-anak sampai orang tua.

Banyaknya pengguna facebook dan Instagram memudahkan pedagang online melakukan promosi penjualan sehingga penghasilan lebih jauh meningkat karena banyaknya pengguna yang melihat produk yang ditawarkan di facebook dan Instagram. Jarak tidak menjadi masalah, karena orang yang jauh pun dapat melihat produk jualan yang diposting. Facebook dan Instagram dapat membantu konsumen melihat barang yang ingin digunakan. Hal ini dapat terjadi

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

karena sifat media sosial yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Dengan menggunakan fecebook dan Instagram sebagai media promosi produk yang dijual, telah meningkatkan penghasilan para pedagang online. Banyaknya pengguna facebook dan Instagram di Desa Tanjung Siram memudahkan pedagang dalam mempromosikan jualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa: a) Facebook dan Instagram digunakan informan sebagai media promosi karena lebih mudah diakses olehmasyarakat; dan b) Facebook dan Instagram memudahkan dalam promosi produk sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan.

Dari berbagai cara berkomunikasi yang ada, facebook dan Instagram adalah salah satu sistem komunikasi yang saat ini banyak digunakan. Facebook dan Instagram salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan olehmasyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media Facebook dan Instagram dapat menjadisebuah peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial.

Penjual memaksimalkan fitur media sosial. Pada beranda Facebook dan Instagram menggunakan background foto pemilik dan atau foto produk yang dijual. Lalu pada Facebook dan Instagram juga terdapat fitur bio digunakan untuk memberikan arahan pada masyarakat untuk memesan produknya melalui komentar langsung di gambar produkatau nomor telepon yang tertera. Sesekali membuat Giveaway, dengan syarat pelanggan harus memposting fotonya dengan produk yang dibeli beserta dengan ulasannya. Dan foto, terstimoni atau komentar yang terbaik akan di pilih untuk dijadikan pemenang lalu diberi hadiah berupa produk secara gratis beserta ongkos kirimnya. Hal ini sangat menguntungkan penjual/toko dengan setiap akun yang mengunggah maka akan dilihat dengan pengikut akun tersebut dan akan menarik perhatian konsumen yang lain.

Bebarpa point yang disampaikan dalam pelatihan:

1. Dampak Positif

Dimana sebuah usaha UMKM dapat memeasarkan produk jualannya tidak hanya di daerah setempat itu saja tetapi jika pengusaha menggunakan teknologi dan logo maka produknya terjual luas di berbagai daerah, maka dari itu akan meningkatkan pola penjualannya.

2. Meningkatkan Keterampilan produk

Membuat sebuah produk disosial media butuh

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

ketertarikan maka pengusaha harus membuat logo semenarik mungkin yang bisa menjadi ciri khas produk tersebut dan mengasilkan daya tarik pembeli meningkat.

3. Meningkatkan Rasa Keterikatan penjualan

Berjualan melalui teknologi yang meningkatkan pola penjualan maka meningkat pula pola ketertarikan penjualan dengan menu menu baru pula

Peluang Pengembangan Diri

Pemasaran menggunakan teknologi juga memberikan berbagai peluang pengembangan penjualan

1. Kreativitas dan Ekspresi Diri

pengusaha dapat menggunakan teknologi untuk mengekspresikan diri, berbagi karya seni, tulisan, atau keterampilan lainnya. Ini mendorong kreativitas dan pengembangan bakat individual untuk menjual sebuah produk yang sangat menarik

2. Pengembangan Personal Branding

Dengan teknologi pengusaha dapat membangun ussaha yang keartif. Ini bisa menjadi aset di masa depan untuk pola penjualan yang semakin meningkat.

3. Keterampilan Teknologi dan Digital

Penggunaan teknologi dalam pemasaran secara aktif membantu pengusaha untuk mengambangkan sebuah produk yang di pasarkan menajdi produk produk yang unik dan berkualitas

Akses Informasi yang Luas

1. Penyebaran Informasi Positif

Pemasaran menggunakan teknologi dan logo dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang luas seperti postingan yang menyebar keseluruh indonesia

2. Akses ke Sumber Berita

Pemasaran menggunakan teknologi Hal ini membantu mereka menjadi lebih terinformasi dan berpengetahuan luas mengani produk lainnya

Digital marketing pada UMKM

Pemasaran menggunakan teknologi digital bisa di lakukan semua pelaku usaha UMKM, salah satu strategis penjualn adalah untuk memudahkan analisa kebutuhan pelaku agar sesuai target yang dibutuhkan.

1. Startegis pemasaran menggunakan digital Marketing

Berikut cara cara strategis pemasaran yang dilakukan dengan digital marketing :

a. Menggunakan digital advertisting

Digital advertisiting atau disingkat digital Ads adalah pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan iklan

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

media digital internet dengan tujuan untuk menjangkau para calon pelanggan sesau target

b. Menggunakan media sosial.

Zaman sekarang media sosial bukan lagi menjadi alat berinteraksi atau bersosial didunia maya semata, melainkan sudah menjadi alat bisnis yang sangat efesiem dam efektif. Pelaku bisnis tidak lagi harus bersusah payah menawarkan produk di daerah saja,jualan melalui media sosial ini, tentu merupakan langkah tepat bagi UMKM karena tidak memerlukan biaya yang besar untuk membuka toko.

c. Memanfaatkan market place

Semakin banyaknya market place bermunculan, memberikan peluang bagi pelaku usaha, khususnyaa pelaku UMKM. Dengan memanfaatkan market place tentu memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku bisnis.

Cara melakukan promosi secara online di teknologi

Beberapa cara promosi online melalui teknologi yang diharapkan untuk meningkatkan pola penjualan produk UMKM .

a. Gunakan media sosial khususnya fitur fitur sosial media

Jangan di campur dengan media sosial pribadi untuk menawarkan produk kita, dengan demikian buatkan akun media sosial khususnya untuk berjualan sehingga konsumen yakin bahwab kita menjual produk dengan serius,tidak hanya sebagai keisengan posting produk saja.

b. Gunakan foto produk yang menarik

Dengan menggunakan logo dan foto yang menarik tentu akan membuat calon konsumen tertarik membelinya sehingga pembeli yakin produk tersebut mempunyai kualitas yang bagus.

c. Gunakan tagar setiap kali memposting foto produk

Tagar atau tanda pagar (#) memang sangat perlu digunakan ketika kita bermain media sosial. Dengan menggunakan tagar tentu segala sesuatu yang kita posting akan ikut muncul ketika orang orang memasukkan tagar yang dia cari.

d. Membuat jadwal teratur untuk memposting produk

Dengan membuat jadwal secara teratur untuk memposting produk tentu konsumen akan semakin paham kapan ada produk yang baru setiap harinya, sehingga ketika ada produk baru.

e. Pilih konten yang menarik

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434

Promosi dengan konten yang menarik tentu akan semakin membawa nilai tersendiri untuk produk yang kita tawarkan. Dengan kata lain konsumen menilai bawah berniat bersungguh sungguh dalam melakukan pemasaran dan tidak asal menawarkan setiap harinya konten beubah ubah agar daya tarik konsumen tinggi.

f. Gunakan mediator untuk promosi

Dengan biaya yang minim kita bisa menggunakan konsumen sebagai mediator promosi kita, contohnya seperti kuis dengan tag teman media sosial. Dengan demikian konsumen merupakan media promosi yang sangat murah.

Selain itu memanfaatkan konsumen jika kita memiliki dana lebih kita bisa menggunakan jasa endors dengan jasa endors yang kita mempunyai pengikut banyak tentu produk semakin banyak dilihat orang juga.

KESIMPULAN

Sosialisasi ini memberikan dampak positif yang baik pada UMKN kue ketawa Didesa Tanjung Siram mengenai pemasaran produk dan logi produk melalui teknologi digital Pada kegiatan sosialisasi ini tidak hanya menyampaikan bagaimana pemasaran yang dapat meningkat kan pola penjualan tetapi tim pelaksana juga memberikan waktu sharing seasion bagi pengusaha untuk menceritakan mengenai pengalaman nya sebagai pengusaha UMKM Yang selama ini memasarkan produknya hanya didarah tesebut. Tim pelaksana juga memberikan waktu sesi Tanya jawab bagi pengusaha yang ingin mengetahui dan tidak paham terhadap pemasaran dan pembuatan logo menggunakan teknologi digital. Selain itu penyampaian materi yang dibawakan oleh tim pelaksana diterima dengan baik oleh pengusaha UMKM. Terlebih tim pelaksana memberikan solusi solusi bagi pengusaha UMKM yang memiliki keterbatasan menggunakan Teknologi digital.dengan diadakan sosialisai ini pengusaha UMKM di harapkan memanfaat kan media teknologi digital sebagai salah satu peluang untuk meningkatkan pola penjualannya bisa mendapatkan pengetahuan mengenai pemahaman cara memasarkan produk UMKM keberbagai daerah dengan menggunakan teknologi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Terima kasih kepada LPPM Universitas Labuhanbatu yang telah membantu Tim Pelaksana dalam hal

menyiapkan surat-menyurat, dari pengurusan ijin sampai pelaporan. Juga kepada teman-teman tim pelaksana, terima kasih atas kerjasamanya meskipun dengan segala hambatan namun tetap kompak dalam setiap kegiatan. Terakhir, terima kasih kepada seluruh warga Desa Tanjung Siram, perangkat desa, pemilik UMKM pembuatan media sosial Facebook dan Instagram serta logo.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Ascharisa mettaatya Afrillia. 2018. Digital Marketing Sebagai Startegis Komunikasi. Jurkom, riset Komunikasi 1 (1). Hal 147-157

[2] Abdullah, thamrin dan tantric, francis, 2016. "*Manajemen Pemasaran*" cetakan Kelima. Jakarta : penerbit PT. rajagrafindo pesada..

[3] Assauri sofjan. 2017. Manajamen pemasaran, cetakan ke 15. Depok:penerbit PT Raja grafindo persada.

[4] Doyle, Charles, 2013 *kamus pemasaran*, cetakan pertama Jakarta penerbit PT indeks.

[5] Januariyansah, S. (2020). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien Requirements Study Of Automotive Skills Program Instructor Development View project. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448

[6] Marlein Tamtelahitu, T., Luturmas, J., Batlajery, V., Sameaputty, C., & Augustyn, A. N. A. (2021). Pelatihan Teknik Desain Logo Kemasan, Pengemasan Dan Pemasaran Produk Di Kelompok Mama Romi. 4(3). https://doi.org/10.36257/apts.vxix.

[7] Rachmawati, Fitri. 2018 . penerapan Digital marketing Sebagai Strategis Komunikasi Pemasaran terpadu Produk usaha Kecil Dan menengah(UKM) pahlawan ekonomi Surabaya. Skripsi: universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, fakultas Dakwah Dan Komunikasu Jurusan Komunikasi Program Studi ilmu KOmunikasi. Surabaya.

[8] Wardana, Aditya. 2018. Strategis Digital Marketing Dan Implikasinya. Pada keunggulam bersaing UKM Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional: forum keuangan Dan bisnis IV, Th 2015], ISBN : 978-602-17225-4-1.

Jurnal Bima : Jurnal Berkarya Inovatif dan Masyarakat
Volume 1, Number 2, November 2023 (Halaman 45 - 54)
DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.11090780
e-ISSN : 3024-8434