

## PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA SITU GADUNG MELALUI SOSIALISASI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Adisa Ramadhan Wiloso<sup>1</sup>, Acha Hirdie Yodanma<sup>2</sup>, Muhammad Irfan Baehaqi<sup>3</sup>, Teddi Darmadi<sup>4</sup>, Irwan Saputra<sup>5</sup>  
Universitas Pamulang  
adisaramadhanwiloso@gmail.com

### ABSTRACT

*Statistically, the contribution of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the value of GDP in Indonesia is more dominant than large enterprises (LEs). Therefore, efforts to improve the performance of MSMEs during the Covid-19 pandemic need to be done to maintain the country's economic stability. One of them is by socializing to MSME players about marketing management through community service activities (PKM; referring to local abbreviation). This article contains results and discussions related to PKM activities carried out by master management students of Pamulang University in Situ Gadung Village, Cisauk, Tangerang, Banten. The aim is to improve the economic performance of MSME players in the region. The methods used were face-to-face presentation and evaluation through filling out questionnaires, namely pre-test and post-test. The results of the t-test analysis showed that there was a significant difference between the pre-test and post-test scores, that is, the post-test scores were higher than the pre-test scores. Thus, it can be concluded that this PKM activity provides benefits for MSME actors in Situ Gadung Village. The author suggests relaxing activities in the form of quizzes or interactive games for PKM activities to be included. This is necessary so that the attendees are more enthusiastic, while optimizing the effectiveness of communication.*

**Keywords:** Socialization, Marketing Management, MSME, t-test, Covid-19

### ABSTRAK

Secara statistik, sumbangsih usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap nilai PDB di Indonesia lebih dominan dibanding usaha besar (UB). Oleh sebab itu, upaya peningkatan kinerja UMKM di masa pandemi covid-19 ini perlu dilakukan untuk menjaga stabilitas ekonomi negara. Salah satunya adalah dengan melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM tentang manajemen pemasaran melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Artikel ini memuat hasil dan diskusi terkait kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa magister manajemen Universitas

Pamulang di Desa Situ Gadung, kecamatan Cisauk, kabupaten Tangerang, Banten. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja ekonomi pelaku UMKM di wilayah tersebut. Metode yang digunakan berupa pemaparan materi secara langsung dan uji pemahaman melalui pengisian kuesioner, yaitu *pre-test* dan *post-test*. Hasil analisis *t-test* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara nilai *pre-test* dan *post-test* signifikan, yaitu nilai *post-test* lebih tinggi dibanding *pre-test*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM di Desa Situ Gadung. Saran dari penulis adalah menyertakan kegiatan santai berupa kuis atau permainan yang interaktif untuk kegiatan PKM selanjutnya. Hal ini diperlukan agar para hadirin yang mengikuti kegiatan tersebut lebih antusias, sehingga keefektifan penyampaian materi menjadi lebih optimal.

**Kata Kunci :** Sosialisasi, Manajemen Pemasaran, UMKM, *t-test*, Covid-19

## A. PENDAHULUAN

Kesejahteraan sosial merupakan salah satu tujuan negara Indonesia yang tercantum di dalam pembukaan UUD 1945. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat di suatu negara. Indikator ini umumnya digambarkan sebagai nilai perubahan PDB pada suatu periode yang ditentukan. Pada tahun 2019, nilai pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 6,71%; nilai tersebut relatif rendah dibanding pertumbuhan di tahun 2018 yang mencapai 9,19% (Kementerian Perdagangan, 2020). Diperburuk oleh situasi pandemi covid-19 yang belum kunjung mereda, pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 bahkan tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah, yaitu di atas 5%. Di Indonesia, sektor ekonomi yang mengalami kontraksi ekonomi<sup>1</sup> terparah di masa pandemi covid-19 antara lain transportasi-gudang (-30,84 persen), akomodasi-makanan dan minuman (-22,02 persen), jasa lain-lain (-12,60 persen), dan jasa perusahaan (-12,09 persen) (Salim, 2020). Di samping itu, penggerak utama pertumbuhan ekonomi juga menyusut, mencakup manufaktur (-6,19%), perdagangan (-7,57%) dan konstruksi (-5,39%). Transportasi merupakan sektor yang paling terdampak karena adanya serangkaian kebijakan protokol kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia pada masa pandemi ini, seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan karantina wilayah (*lockdown*), sehingga kebutuhan transportasi (e.g., pesawat, kereta, dan bus kota) masyarakat pada masa ini menurun drastis.

Reaksi para pelaku usaha atas pandemi covid-19 ini cukup beragam. Ada yang dengan segala kreativitasnya berupaya untuk tetap bertahan (walaupun merugi), seperti Pizza Hut, waralaba internasional yang populer di Indonesia, yang melakukan inovasi dengan berjualan di pinggir jalan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Namun, adapula yang tidak melakukan inovasi apapun dan akhirnya bangkrut. Kasus ini banyak ditemukan pada kelompok usaha yang minim pengetahuan tentang manajemen pemasaran. Dengan kata lain,

<sup>1</sup> Kontraksi ekonomi adalah penurunan output nasional yang diukur dengan produk domestik bruto (Amadeo, 2020).

menerapkan manajemen pemasaran merupakan kunci untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah pandemi covid-19 ini. Untuk mengetahui peluang perbaikan ekonomi yang strategis, diperlukan pengetahuan terkait karakteristik kelompok usaha yang ada di Indonesia. Secara umum, kelompok usaha di Indonesia dapat dikategorikan ke dalam dua bagian, yaitu UMKM dan UB. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, kelompok UMKM dapat dikategorikan berdasarkan nilai omzetnya:

- Usaha Mikro (omzet tahunan  $\leq$  Rp 300 juta)
- Usaha Kecil (Rp 300 juta  $<$  omzet tahunan  $\leq$  Rp 2,5 miliar)
- Usaha Menengah (Rp 2,5 miliar  $<$  omzet tahunan  $\leq$  Rp 50 miliar)

Adapun kelompok usaha yang memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 50 miliar dikategorikan sebagai UB, misalnya PT. Pertamina dan PT. Aneka Tambang yang merupakan badan usaha milik negara (BUMN). Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat dominan, dengan kontribusi PDB mencapai 58% di tahun 2011, sedangkan sisanya (42%) berasal dari UB (Kementerian KUKM, 2011). Karena itu, perbaikan ekonomi pada kelompok UMKM dipercaya akan secara signifikan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM melalui kegiatan PKM. Dengan metode sosialisasi yang tepat, kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku UMKM tersebut.

Ada sekitar 56% Kelompok UMKM di Indonesia yang mengalami penurunan omzet akibat pandemi ini (Syamsudin, 2020). Selain disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun, hal ini juga dapat disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM tentang manajemen pemasaran. Oleh sebab itu, sosialisasi ilmu manajemen pemasaran kepada para pelaku UMKM secara langsung menjadi penting untuk dilakukan. Dengan pendekatan tatap muka ini, komunikasi dan penyampaian materi yang dilakukan akan lebih efektif.

Sesuai kepanjangannya, pengabdian kepada masyarakat, PKM pada umumnya dilakukan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, baik secara langsung maupun tidak. Berdasarkan hasil pencarian di literatur, kegiatan PKM umumnya dilakukan dengan tema yang sangat beragam (Andyarini et al., 2020; Arsid et al., 2021; Elburdah et al., 2021; Faisal et al., 2020; Faizah et al., 2020; Fajri et al., 2020; Falikhatun et al., 2021; Ganar et al., 2020; Karmiyati et al., 2021; Muluk et al., 2020; Muslih et al., 2020; Nazir et al., 2021; Nurismalatri et al., 2021; Paramashanti and Sulistiyawati, 2020; Sarwani et al., 2020; Shabrina et al., 2021; Sudaryana et al., 2021; Sunarto et al., 2021; Supiandi et al., 2021). Sebagai contoh, Sarwani et al. (2020) melakukan kegiatan PKM dengan menerapkan ilmu manajemen dalam pengembangan agroindustri biogas dari limbah kotoran sapi di Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. Metode utama yang digunakan pada kegiatan PKM tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan pengetahuan praktis kepada masyarakat setempat terkait ilmu manajemen secara tatap muka. Selain melibatkan ilmu manajemen, kegiatan PKM tersebut juga dilatarbelakangi oleh ilmu sains, seperti tata cara ataupun rincian teknis pemanfaatan biogas. Di sisi lain, kegiatan PKM yang dilakukan oleh Karmiyati et al. (2021) berfokus pada pengembangan sumber daya manusia (SDM) di

kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan, melalui pelatihan keterampilan masyarakat (khususnya ibu rumah tangga dan guru TK) untuk membuat kerajinan tangan berupa bros dari kain perca. Sudaryana et al. (2021) melakukan kegiatan PKM di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tangerang Provinsi Banten dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan IKM/UMKM dalam menyikapi perkembangan teknologi dan informasi yang dikenal sebagai revolusi industri 4.0. Metode pelatihan berupa bimbingan teknis diaplikasikan pada kegiatan PKM tersebut. Secara spesifik, pelatihan yang dimaksud mencakup presentasi materi secara langsung, diskusi dan tanya jawab, serta praktik atau latihan berdasarkan materi yang telah disampaikan. Evaluasi terkait sejauh mana tujuan dari kegiatan PKM tersebut berhasil dicapai dilakukan melalui pengadaaan kuesioner yang melibatkan sistem pembobotan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan para peserta pelatihan dapat memahami materi yang disampaikan oleh para penyuluh.

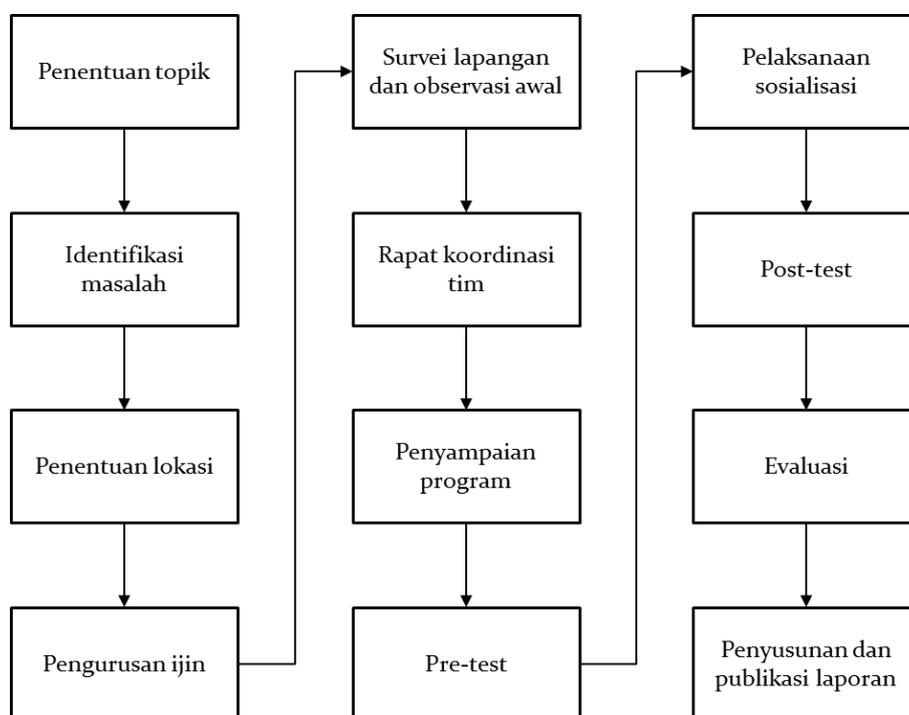
Sebagaimana kegiatan PKM kali ini berfokus pada sosialisasi ilmu manajemen pemasaran, kajian literatur dengan tema yang identik perlu dipelajari untuk menentukan metode yang digunakan. Faisal et al. (2020) melakukan kegiatan PKM, di BMT (koperasi syariah) Al-Fath yang berlokasi di Ciputat, Tangerang Selatan, melalui implementasi strategi pemasaran yang efektif kepada seluruh staff karyawan BMT Al-Fath dengan tujuan meningkatkan *total asset turnover* di koperasi syariah tersebut. Kegiatan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode presentasi materi dan dilanjutkan dengan diskusi serta tanya jawab. Hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan PKM tersebut cukup berhasil, yaitu didasarkan pada adanya kesuaian topik materi dengan informasi yang diperlukan oleh perusahaan. Adapun kegiatan PKM yang dilakukan oleh Elburdah et al. (2021) di Kelurahan Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan, bertujuan untuk meningkatkan perekonomian keluarga di masa pandemi covid-19. Aktivitas tersebut diimplementasikan melalui kegiatan sosialisasi kepada para ibu rumah tangga di daerah tersebut dengan penekanan materi berupa penerapan bisnis *online*. Metode yang digunakan mencakup pemaparan materi secara langsung, demonstrasi dengan alat peraga, serta diskusi dan tanya jawab untuk mengevaluasi pemahaman para warga yang menjadi khalayak sasaran pada kegiatan PKM tersebut. Laporan kegiatan PKM tersebut menyimpulkan bahwa tujuan dari kegiatan telah tercapai, ditunjukkan oleh tingginya minat dan antusiasme para hadirin sebagai indikatornya.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja ekonomi para pelaku UMKM di Desa Situ Gadung, khususnya pada masa pandemi covid-19. Output yang diharapkan dari kegiatan PKM ini adalah masyarakat pelaku UMKM yang lebih andal dalam menerapkan manajemen pemasaran.

## **B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Kegiatan PKM ini dilakukan di desa Situ Gadung yang terletak di kecamatan Pagedangan kabupaten Tangerang. Waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah 10 Januari 2021, yaitu mulai pukul 09.00 WIB s/d 12.00 WIB. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini meliputi pemaparan materi secara langsung di ruang kantor desa Situ Gadung dan uji

kompetensi/pemahaman melalui pengisian kuesioner yang telah disiapkan oleh kelompok PKM. Hasil kuesioner tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *t-test* (Student, 1908) untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara sebelum dan setelah pemaparan materi. Objek sasaran dari kegiatan ini adalah kelompok UMKM yang ada di desa tersebut. Peserta atau hadirin yang mewakili pelaku UMKM di desa Situ Gadung berjumlah kurang lebih 26 orang, yaitu 18 orang sebagai peserta dan 8 orang lainnya sebagai fasilitator. Adapun literatur utama yang digunakan di dalam materi yang dipaparkan kepada para pelaku UMKM di desa Situ Gadung berupa buku yang berjudul '*Marketing Management, Global Edition, 15th Edition*' (Kotler dan Keller, 2016). Kegiatan sosialisasi ini dianggap efektif apabila hasil analisis *t-test* menunjukkan perbedaan yang signifikan. Secara umum, alur kegiatan PKM ini dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1 Alur kegiatan pelaksanaan PKM di desa Situ Gadung**

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dibuka dengan kata sambutan dari dosen Universitas Pamulang, yaitu Dr. Yayan Sudaryana, M.M., Dr. H. Sachro, S.E., M.M., dan Dr. Mukhlis Catio, M.Ed., serta sambutan dari kepala desa Situ Gadung, yaitu H. Aca Ahmanudin. Kegiatan sosialisasi dilakukan setelah para peserta PKM menyanyikan lagu Indonesia Raya dan melakukan doa bersama. Pemaparan materi didahului oleh pembagian lembar kuesioner kepada 18 responden/peserta untuk melakukan *pre-test*, yaitu untuk mengetahui kemampuan kognitif masing-masing peserta sebelum mendapatkan sosialisasi terkait manajemen pemasaran. Kegiatan sosialisasi tersebut berlangsung selama kurang lebih tiga puluh menit dan dilanjutkan dengan *post-test* yang memuat materi kuesioner yang sama. Hasil pengisian lembar kuesioner *pre-test* dan *post-test* secara berturut-turut dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

**Tabel 1 Hasil nilai rata-rata untuk *pre-test***

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi					x
2	Fungsi manajemen diantaranya adalah <i>organizing</i>					x
3	Inovasi diperlukan untuk meningkatkan penjualan					x
4	The <i>four Ps</i> ' adalah istilah yang diprakarsai oleh McCarthy untuk mendeskripsikan empat komponen ' <i>marketing mix</i> '					x
5	Manajemen pemasaran tidak diperlukan dalam menjalankan suatu usaha					x

**Tabel 2 Hasil nilai rata-rata untuk *post-test***

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi					x
2	Fungsi manajemen diantaranya adalah <i>organizing</i>					x
3	Inovasi diperlukan untuk meningkatkan penjualan					x
4	The <i>four Ps</i> ' adalah istilah yang diprakarsai oleh McCarthy untuk mendeskripsikan empat komponen ' <i>marketing mix</i> '					x
5	Manajemen pemasaran tidak diperlukan dalam menjalankan suatu usaha					x

**Tabel 3 Hasil analisis *t-test* dengan *software SPSS Statistics version 26***

Mean	Std. Dev	Std. Error	95% Confidence Interval		t	df	Sig. (2-tailed)
			Lower	Upper			
-1.15789	2.21769	.50877	-2.22678	-.08900	-2.276	18	.035

Nilai 1 – 5 menunjukkan derajat kesetujuan responden atas pernyataan yang diberikan, semakin tinggi nilainya, semakin tinggi derajat kesetujuannya; nilai 5 artinya sangat setuju, sedangkan nilai 1 artinya sangat tidak setuju. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, penulis mengaplikasikan metode *t-test* (Student, 1908), yaitu metode yang diperkenalkan oleh William Sealy Gosset untuk mengetahui apakah ada perbedaan signifikan antara hasil *pre-test* dan *post-test*. Hipotesis Awal ( $H_0$ ): Tidak ada perbedaan sebelum penyuluhan dan setelah penyuluhan. Hipotesis Lawan ( $H_1$ ): Ada perbedaan/peningkatan kemampuan responden yang signifikan setelah dilakukan penyuluhan. Tabel 3 menunjukkan hasil analisis *t-test* yang dilakukan dengan menggunakan bantuan piranti lunak/*software SPSS Statistics version 26*.

Dari hasil pengolahan data kuesioner dengan 18 responden, diperoleh nilai sig (2-tailed) = 0,035. Karena Nilai Sig. (0,035) < 0,05, maka hasil pengujian adalah tolak  $H_0$ , artinya bahwa ada perbedaan/peningkatan kemampuan responden yang signifikan setelah dilakukan penyuluhan, sehingga penyuluhan dianggap berhasil dengan tingkat kepercayaan 95%.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang dilakukan di desa Situ Gadung berfokus pada sosialisasi ilmu manajemen pemasaran, yaitu untuk meningkatkan kualitas maupun kinerja ekonomi para pelaku UMKM di desa tersebut. Metode pemaparan secara langsung dengan disertakan pengisian kuesioner diaplikasikan pada kegiatan ini. Berdasarkan analisis *t-test*, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi yang dilakukan berlangsung efektif, yaitu adanya perbedaan signifikan antara hasil kuesioner sebelum (*pre*) dan sesudah (*post*) pemaparan materi. Adapun saran yang diberikan oleh penulis terkait materi untuk kegiatan PKM yang selanjutnya, yaitu menyisipkan kegiatan hiburan, seperti kuis hadiah atau permainan menghibur lainnya. Selain dapat mencairkan suasana, hadirin juga dapat menjadi merasa lebih akrab, sehingga tercipta komunikasi yang lebih efektif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah menyelesaikan kegiatan PKM dengan judul “Pemberdayaan UMKM di Desa Situ Gadung Melalui Sosialisasi Manajemen Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19”, khususnya:

1. H. Aca Ahmanudin, selaku Kepala Desa Situ Gadung
2. Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M., selaku Kaprodi Magister Manajemen
3. Dr. Yayan Sudaryana, M.M., selaku Dosen Magister Manajemen
4. Dr. H. Sachro, S.E., M.M., selaku Dosen Magister Manajemen
5. Dr. Mukhlis Catio, M.Ed., selaku Dosen Magister Manajemen
6. Dr. Masno Marjohan, SE., MM., selaku Dosen Magister Manajemen
7. Dr. Ir. Hj. Umi Rusilowati, M.M., selaku Dosen Magister Manajemen
8. Seluruh warga Desa Situ Gadung dan mahasiswa yang mengikuti PKM ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Amadeo, K., (2020). Economic Contractions With Examples [WWW Document]. URL <https://www.thebalance.com/economic-contraction-4067683> (accessed 12.9.20).
- Andyarini, E.N., Oktorina, S., Rosidi, H., (2020). Strengthening Self Capacity of ex-Localization of Prostitution Community at Bangunsari Surabaya for Economic Independence through Asset Based Community-Driven Development (ABCD) Approach. *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4, 278–297. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.293>
- Arsid, H., Kumara, D., Ma'fiah, Hanum, N., Dimiyati, A., (2021). Membangkitkan UKM dalam dunia pesantren: upaya meningkatkan ekonomi ummat di pondok pesantren yatim Al Hanif Kel. Serua, Kec. Ciputat, kota Tangerang Selatan. *Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2, 192–198.
- Elburdah, R.P., Pasaribu, V.L.D., Rahayu, S., Fauziah Septiani, Metarini, R.R.A., (2021). Mompreneur Penopang Perekonomian Keluarga Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Bisnis Online Pada Kelurahan Pondok Benda. *Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masyarakat* 2, 75–82.

- Faisal, R., Sudirman, G., Fahmi, D., Muhamad, E., (2020). Upaya Meningkatkan Total Asset Turnover Dengan Implementasi Strategi Pemasaran yang Efektif. *Implementasi J. Pengabd. Masy.* 1, 68–73.
- Faizah, S.N., Khairiyah, U., Wahyudi, W.E., Risma, M., 2020. Pendampingan Orang Tua Siswa Melalui Penyusunan Media Alat Hitung Manual (ALHIMA) dalam Mendampingi Anak Belajar dari Rumah Selama Masa Pandemi Covid-19. *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4, 327–342. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.311>
- Fajri, C., Susanto, Suworo, Sairin, Tarwijo, (2020). Pelatihan Perencanaan Kewirausahaan Hidroponik Dan Penguatan Kelembagaan Santripreneur Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Pengasinan Depok. *Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masy.* 1, 198–204.
- Falikhatun, Wahyuni, S., Muthmainah, Cholil, M., (2021). Model Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Dana Desa. *Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2, 133–139.
- Ganar, Y.B., Sahroni, Zulfitra, Apriansyah, M., Susanto, (2020). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Goa Gudawang. *Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2, 83–87.
- Karmiyati, S., Khoiriah, N., Ningsih, D., Abdullah, Purnama, A., (2021). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Kerajinan Kain Perca Guna Meningkatkan Pendapatan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dan Guru-Guru TK RA Al Qur'aniyah Kelurahan Pondok Cabe Ilir. *Dedik. PKM* 2, 1–7.
- Kementerian KUKM, (2011). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2010 - 2011.*
- Kementerian Perdagangan, (2020). PDB Pengeluaran [WWW Document]. URL <https://statistik.kemendag.go.id/gross-domestic-product> (accessed 12.9.20).
- Kotler, P., Keller, K.L., (2016). *Marketing Management*, Pearson Education Limited.
- Muluk, M.R.K., Ari, D.P.S., Hanum, L., (2020). Pemetaan Potensi Pariwisata Berbasis Komunitas Melalui Eksplorasi Keunikan Seribu Pantai di Malang Selatan. *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4, 309–326. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.93>
- Muslih, M., Etica, U., Rosanti, E., Hastuti, E.W., Mubarak, W., (2020). Pengembangan Sentra Produksi Kemasan Berbasis Anyaman Bambu Melalui Pemberdayaan Karang Taruna dan PKK untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4, 343–362. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.222>
- Nazir, A., Nizar, N.I., Putranto, I., Eliyani, C., N, A.Y., (2021). Manajemen kewirausahaan pada era industri 4.0 di PKBM cipta tunas karya. *Dedik. PKM* 2, 8–13.
- Nurismalatri, Pratama, Y., Aesah, S., Djoko prasetyo, Rahmadania, S.A.N., (2021). Wujud Nyata Peran Pemuda Dan Organisasi Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Di Masa Pandemi Covid 19. *Dedik. PKM* 2, 26–32.
- Paramashanti, B.A., Sulistiyawati, S., (2020). Reinforcing Roles of Lady Health Workers in Sedayu Community Feeding Center: Six-Steps Program Planning and Evaluation. *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4, 298–308. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.147>

- Salim, W., (2020). COVID-19's impact on growth by sector, region [WWW Document]. Jakarta Post. URL <https://www.thejakartapost.com/academia/2020/09/01/covid-19s-impact-on-growth-by-sector-region.html> (accessed 12.9.20).
- Sarwani, Sunardi, N., Nurzaman AM, E., Marjohan, M., Hamsinah, (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. J. Abdi Masy. HUMANIS 1, 75–86.
- Shabrina, N., Mukrodi, Saputra, M., Marayasa, I.N., Yulianti, R.M., (2021). Pelatihan Bisnis Online UKM Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten. DEDIKASI PKM. 2, 21–25.
- Student, (1908). The Probable Error of a Mean. Biometrika 6, 1–25.
- Sudaryana, Y., Sarwani, Subur, H., Aulia, R., Nurhasanah, N., Nugroho, A., Sujarwadi, R., (2021). Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Penjualan IKM/UMKM Di Kabupaten Tangerang Di Tengah Pandemi Covid 19. Abdi Laksana J. Pengabd. Kpd. Masy. 2, 35–42.
- Sunarto, A., Sartika, D., Cay, S., Sumiaty, R.Y., M. Anton Nurhidayat, (2021). Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik Dirumah Masing-Masing Selama Masa Pandemic Covid-19 Pada YPMS Darussalam Kedaung Pamulang. DEDIKASI PKM. 2, 14–20.
- Supiandi, G., Priatna, I.A., Saprudin, U., Maduningtias, L., Suleman, E., (2021). Pentingnya Melakukan Pemetaan Dan Segmen Pasar Dalam Penjualan Produk Koperasi Maestro 2012. DEDIKASI PKM 2, 38–43.
- Syamsudin, M., (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia [WWW Document]. URL <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia> (accessed 12.9.20).