

PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK BERBASIS POTENSI LOKAL UNTUK MENINGKATKAN NILAI TAMBAH UMKM DI GARUT

Anisa Nurdina^{*1}, Budi Haryono², Arman Syah³, Nabilah Azzaroh⁴, Ananda Fawaz⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pamulang

E-mail: dosen01007@unpam.ac.id¹

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) play an important role in supporting regional economic development through the utilization of local resources and potential. Garut Regency has various local resources that can be developed into value-added products; however, some MSME actors still face challenges in product innovation, packaging improvement, product differentiation, and adapting products to market needs. This community service program aims to improve the capacity of MSME actors to develop innovative products based on local potential in order to increase product value and competitiveness. The program employed a participatory approach consisting of several stages, including identification of local potential and business problems, education, training, product development practices, mentoring, and evaluation. The activities covered the identification of local raw material potential, product idea development, improvement of product quality and variety, packaging innovation, product identity creation, and product development strategies based on consumer needs. The results indicate an improvement in the participants' understanding and skills in identifying local potential and transforming it into more innovative and value-added products. The mentoring process also encouraged MSME actors to improve product presentation, create product differentiation, and develop products that are more responsive to market needs. Therefore, product innovation based on local potential can serve as an effective strategy to increase value added, competitiveness, and business sustainability among UMKM in Garut Regency.

Keywords: Product Innovation, Local Potential, Value Added, UMKM, Product Development.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian daerah melalui pemanfaatan sumber daya dan potensi lokal. Kabupaten Garut memiliki beragam potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai tambah, namun sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas kemasan, mengembangkan diferensiasi produk, dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan inovasi produk berbasis potensi lokal sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Metode kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi potensi dan permasalahan, edukasi, pelatihan, praktik pengembangan produk, pendampingan, serta evaluasi. Materi kegiatan meliputi identifikasi potensi bahan baku lokal, pengembangan ide produk, peningkatan kualitas dan variasi produk, inovasi kemasan, penciptaan identitas produk, serta strategi pengembangan produk sesuai kebutuhan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi potensi lokal dan mengolahnya menjadi produk yang lebih inovatif dan memiliki nilai tambah. Pendampingan juga mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas tampilan produk, menciptakan diferensiasi, serta mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, pengembangan inovasi produk berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan keberlanjutan usaha UMKM di Kabupaten Garut.

Kata kunci: Inovasi Produk, Potensi Lokal, Nilai Tambah, UMKM, Pengembangan Produk.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitarnya. Keberadaan UMKM di daerah memiliki karakteristik yang beragam karena produk yang dihasilkan umumnya berkaitan dengan potensi ekonomi, budaya, keterampilan, serta sumber daya lokal. Oleh karena itu, pengembangan UMKM berbasis potensi lokal menjadi salah satu langkah penting untuk menciptakan produk yang memiliki keunikan, nilai tambah, dan daya saing.

Kabupaten Garut merupakan salah satu wilayah yang memiliki kekayaan potensi lokal yang cukup beragam. Potensi tersebut dapat berupa hasil pertanian, perkebunan, peternakan, pangan olahan, kerajinan, fesyen, serta produk kreatif yang berkembang di masyarakat. Berbagai potensi lokal tersebut pada dasarnya dapat dikembangkan menjadi produk UMKM yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Namun, pemanfaatan potensi lokal belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan inovasi produk yang memadai. Sebagian pelaku UMKM masih menghasilkan produk dengan bentuk dan variasi yang relatif sederhana serta memiliki keterbatasan dalam pengembangan kualitas, desain, kemasan, identitas produk, dan diferensiasi.

Persaingan usaha yang semakin meningkat menuntut UMKM untuk mampu menghasilkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing. Konsumen semakin mempertimbangkan kualitas, tampilan, kemasan, manfaat, keunikan, serta identitas suatu produk dalam menentukan pilihan pembelian. Kondisi tersebut menjadikan inovasi produk sebagai salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM. Inovasi dapat dilakukan melalui penciptaan varian baru, peningkatan kualitas bahan dan proses produksi, pengembangan desain dan kemasan, maupun penggabungan unsur lokal dengan kebutuhan dan tren pasar.

Pengembangan produk berbasis potensi lokal memiliki keunggulan karena dapat mengangkat karakteristik dan identitas daerah. Pemanfaatan bahan baku dan sumber daya lokal juga dapat memberikan nilai tambah terhadap sumber daya yang sebelumnya memiliki nilai ekonomi relatif rendah. Melalui proses pengolahan, pengemasan, branding, dan inovasi yang tepat, potensi lokal dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, pengembangan produk berbasis potensi lokal juga dapat mendukung pelestarian karakteristik daerah dan memperkuat identitas produk lokal.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pelaku UMKM di Garut masih menghadapi berbagai kendala dalam melakukan inovasi produk. Beberapa kendala tersebut antara lain keterbatasan pengetahuan mengenai konsep pengembangan produk, kurangnya kemampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen, keterbatasan kreativitas dalam menciptakan variasi produk, kualitas kemasan yang belum optimal, serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya identitas dan diferensiasi produk. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan akses terhadap informasi pasar dapat menyebabkan inovasi yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan perkembangan permintaan konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang dapat membantu pelaku UMKM memahami proses pengembangan inovasi produk secara sistematis. Pendampingan tidak hanya diberikan dalam bentuk penyampaian materi, tetapi juga melalui praktik identifikasi potensi lokal, pengembangan ide produk, penyusunan konsep inovasi, peningkatan kualitas produk, pengembangan kemasan, dan penciptaan identitas produk. Pendekatan partisipatif diperlukan agar pelaku UMKM dapat terlibat secara aktif dalam menghasilkan inovasi yang sesuai dengan karakteristik usaha dan sumber daya yang tersedia.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Garut dalam mengembangkan inovasi produk berbasis potensi lokal. Kegiatan diarahkan untuk membantu peserta mengidentifikasi sumber daya lokal yang dapat dikembangkan, menciptakan variasi dan diferensiasi produk, meningkatkan kualitas kemasan dan tampilan produk, serta memahami kebutuhan pasar. Melalui proses pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM diharapkan mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dan memiliki daya saing yang lebih baik.

Pengembangan inovasi produk berbasis potensi lokal pada akhirnya diharapkan tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha UMKM. Produk yang memiliki keunikan, kualitas, identitas, dan nilai tambah akan memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh pasar. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan inovasi produk menjadi langkah strategis dalam mendorong UMKM di Garut agar mampu mengoptimalkan potensi lokal, meningkatkan daya saing, memperluas peluang pasar, serta menciptakan nilai ekonomi yang lebih besar bagi pelaku usaha dan masyarakat.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara aktif dalam proses pengembangan inovasi produk. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengidentifikasi potensi lokal, mengembangkan ide produk, serta menghasilkan inovasi yang memiliki nilai tambah dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kegiatan dilaksanakan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Garut dengan tahapan kegiatan yang meliputi identifikasi, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi.

Tahap awal dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi jenis usaha, bahan baku yang digunakan, karakteristik produk, potensi sumber daya lokal, serta permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan produk. Identifikasi juga dilakukan terhadap kualitas produk, variasi produk, desain dan kemasan, identitas merek, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan bentuk inovasi yang dapat dikembangkan oleh masing-masing UMKM.

Tahap berikutnya adalah pemberian edukasi dan pelatihan mengenai konsep inovasi produk dan pengembangan produk berbasis potensi lokal. Materi meliputi identifikasi sumber daya lokal, pengembangan ide dan konsep produk, diferensiasi produk, peningkatan kualitas, pengembangan variasi produk, inovasi kemasan, branding, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan demonstrasi.

Pada tahap ini peserta melakukan praktik secara langsung dalam mengembangkan produk berdasarkan potensi lokal yang tersedia. Peserta diarahkan untuk memilih potensi bahan baku atau sumber daya lokal yang dapat diolah menjadi produk bernilai tambah, kemudian mengembangkan variasi produk berdasarkan karakteristik dan kebutuhan target konsumen. Praktik juga mencakup perbaikan kualitas produk, desain kemasan, pemberian label dan informasi produk, serta pengembangan identitas produk agar memiliki karakteristik yang lebih kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

Pendampingan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM selama proses pengembangan dan penyempurnaan produk. Tim PkM memberikan masukan terkait kualitas produk, inovasi rasa atau bentuk, ukuran dan kemasan, tampilan produk, penentuan identitas merek, serta kesesuaian produk dengan target pasar. Pendampingan dilakukan secara individual maupun kelompok sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing UMKM.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan dan perubahan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Evaluasi mencakup peningkatan pengetahuan mengenai inovasi produk, kemampuan mengidentifikasi potensi lokal, kemampuan menghasilkan ide produk baru, kemampuan melakukan perbaikan kualitas dan kemasan, serta kemampuan menciptakan diferensiasi produk. Evaluasi juga dilakukan terhadap hasil produk yang dikembangkan berdasarkan aspek kualitas, inovasi, tampilan, nilai tambah, dan kesesuaian dengan kebutuhan pasar.

Data hasil kegiatan dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan membandingkan kondisi dan kemampuan pelaku UMKM sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta serta mengidentifikasi aspek yang masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Melalui metode tersebut, kegiatan PkM diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM di Garut untuk mengoptimalkan potensi lokal menjadi produk yang lebih inovatif, berkualitas, dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Pengembangan inovasi tidak hanya diarahkan pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada peningkatan kualitas, kemasan, identitas, diferensiasi, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar sehingga dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Potensi Lokal untuk Meningkatkan Nilai Tambah UMKM di Garut” dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi sumber daya lokal menjadi produk yang lebih inovatif dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Kegiatan dilakukan melalui tahapan identifikasi potensi dan permasalahan, edukasi, pelatihan, praktik pengembangan produk, pendampingan, serta evaluasi..



Gambar 1. Foto Kegiatan

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Garut memiliki potensi bahan baku dan sumber daya lokal yang cukup beragam untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih menghadapi beberapa kendala, terutama dalam menghasilkan variasi produk, meningkatkan kualitas kemasan, membangun identitas produk, serta menyesuaikan karakteristik produk dengan kebutuhan konsumen. Sebagian pelaku UMKM masih berorientasi pada produk yang telah lama dipasarkan sehingga peluang untuk melakukan diversifikasi dan inovasi belum dimanfaatkan secara optimal.

Pelaksanaan edukasi memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya inovasi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Peserta memperoleh pengetahuan bahwa inovasi produk tidak selalu harus dilakukan melalui penciptaan produk yang

sepenuhnya baru, tetapi dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas, variasi rasa atau bentuk, ukuran, desain, kemasan, fungsi, maupun cara penyajian produk.

Melalui diskusi dan studi kasus, peserta diarahkan untuk mengidentifikasi permasalahan pada produk yang telah dimiliki dan mencari peluang perbaikannya. Proses tersebut mendorong peserta untuk melihat potensi usaha dari perspektif kebutuhan konsumen. Produk yang sebelumnya hanya mengandalkan karakteristik bahan baku lokal mulai diarahkan untuk memiliki keunggulan tambahan melalui inovasi dan diferensiasi.

Peningkatan pemahaman tersebut menjadi dasar penting bagi pelaku UMKM dalam menentukan arah pengembangan produk. Pelaku usaha tidak hanya mempertimbangkan kemampuan produksi, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas, keunikan, daya tarik visual, harga, kemudahan penggunaan, serta kesesuaian produk dengan target konsumen.

Tahap praktik menunjukkan bahwa potensi lokal dapat menjadi sumber ide dalam menciptakan produk yang memiliki karakteristik khas. Peserta diarahkan untuk mengidentifikasi bahan baku atau sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar dan kemudian mengembangkan alternatif produk berdasarkan potensi tersebut.

Pengembangan dilakukan melalui beberapa bentuk inovasi, seperti diversifikasi produk, peningkatan kualitas bahan dan proses pengolahan, pengembangan ukuran atau varian, serta peningkatan tampilan produk. Pendekatan ini memberikan peluang kepada UMKM untuk menghasilkan produk yang tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga memiliki nilai ekonomi dan identitas lokal.

Pemanfaatan potensi lokal memberikan keunggulan karena produk dapat memiliki karakteristik yang membedakannya dari produk sejenis. Identitas lokal juga dapat menjadi bagian dari strategi branding sehingga produk memiliki cerita dan karakter yang lebih kuat. Dengan demikian, potensi lokal tidak hanya dipandang sebagai bahan baku, tetapi dapat menjadi sumber diferensiasi dan keunggulan kompetitif UMKM.

Salah satu hasil penting dari kegiatan pendampingan adalah meningkatnya perhatian peserta terhadap aspek kemasan dan identitas produk. Sebelum kegiatan, sebagian produk masih menggunakan kemasan sederhana dan informasi produk yang terbatas. Melalui pendampingan, peserta diberikan pemahaman bahwa kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dan pemasaran.

Peserta diarahkan untuk memperhatikan desain kemasan, ukuran, bahan, label, informasi produk, serta elemen visual yang dapat memperkuat identitas merek. Informasi seperti nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi atau kedaluwarsa sesuai karakteristik produk, serta informasi kontak usaha perlu disajikan secara jelas dan mudah dipahami konsumen.

Perbaikan kemasan diharapkan dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Produk yang memiliki tampilan lebih profesional akan memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Oleh karena itu, inovasi kemasan menjadi bagian penting dalam proses peningkatan nilai tambah produk UMKM.

Pengembangan inovasi produk memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah terhadap potensi lokal yang sebelumnya dipasarkan dalam bentuk produk sederhana. Nilai tambah dapat diperoleh melalui proses pengolahan, peningkatan kualitas, diversifikasi, pengemasan, branding, dan penciptaan keunikan produk.

Melalui kegiatan pendampingan, peserta mulai memahami bahwa peningkatan nilai tambah tidak hanya ditentukan oleh peningkatan harga jual, tetapi juga oleh peningkatan manfaat dan persepsi konsumen terhadap produk. Produk dengan kualitas lebih baik, kemasan

yang menarik, identitas yang jelas, dan keunikan yang kuat memiliki peluang untuk memperoleh nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Konsep tersebut mendorong pelaku UMKM untuk tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga memperhatikan bagaimana produk dipersepsikan dan diterima oleh pasar. Dengan demikian, proses inovasi menjadi bagian integral dari strategi pengembangan usaha.

Inovasi produk berbasis potensi lokal juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, produk yang memiliki karakteristik unik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Pelaku UMKM didorong untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap produk yang ditawarkan. Evaluasi dapat mencakup kualitas produk, respons konsumen, desain kemasan, harga, varian produk, serta tren kebutuhan pasar. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan inovasi berikutnya.

Pendampingan juga menunjukkan bahwa kemampuan inovasi perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Perubahan selera konsumen dan perkembangan pasar menyebabkan UMKM perlu terus melakukan penyesuaian. Oleh karena itu, inovasi tidak dapat dipandang sebagai kegiatan satu kali, melainkan sebagai proses berkelanjutan dalam pengembangan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan inovasi berbasis potensi lokal merupakan pendekatan yang relevan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM di Garut. Potensi lokal memberikan sumber daya sekaligus identitas yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan produk. Ketika potensi tersebut dikombinasikan dengan inovasi, kualitas, kemasan, dan strategi pemasaran yang tepat, produk memiliki peluang untuk memperoleh nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Pendekatan partisipatif dalam kegiatan PkM memberikan manfaat karena pelaku UMKM terlibat langsung dalam proses identifikasi masalah dan pengembangan solusi. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga melakukan praktik dan memperoleh pendampingan berdasarkan kondisi usaha masing-masing. Hal ini membantu peserta memahami bahwa inovasi dapat dilakukan secara bertahap sesuai kemampuan sumber daya yang dimiliki.

Meskipun demikian, pengembangan inovasi masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan modal, kemampuan teknis, kreativitas, akses terhadap informasi pasar, dan kemampuan mempertahankan konsistensi kualitas produk. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan yang tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup aspek branding, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, legalitas usaha, dan penguatan akses pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan produk berbasis potensi lokal. Inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, penguatan identitas, dan diferensiasi menjadi elemen penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing. Dengan pengembangan yang dilakukan secara konsisten dan didukung pendampingan berkelanjutan, potensi lokal Garut dapat dioptimalkan menjadi produk UMKM yang lebih inovatif, kompetitif, dan memiliki peluang pasar yang lebih luas.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Potensi Lokal untuk Meningkatkan Nilai Tambah UMKM di Garut” menunjukkan bahwa pendampingan partisipatif melalui edukasi, pelatihan, praktik, dan evaluasi dapat membantu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pelaku UMKM dalam mengembangkan produk berbasis potensi lokal. Pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya inovasi, diversifikasi produk, peningkatan kualitas, kemasan, branding, dan diferensiasi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Pemanfaatan potensi lokal sebagai dasar inovasi memberikan peluang bagi UMKM untuk menghasilkan produk yang memiliki karakteristik dan identitas yang lebih kuat. Melalui pengembangan kualitas produk, variasi, kemasan, dan identitas merek, potensi lokal dapat diolah menjadi produk dengan nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi. Inovasi tersebut juga dapat membantu UMKM menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen serta memperluas peluang pemasaran.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan memberikan kontribusi positif dalam mendorong pelaku UMKM di Garut untuk lebih inovatif dan mampu mengoptimalkan sumber daya lokal sebagai kekuatan usaha. Namun, pengembangan inovasi perlu dilakukan secara berkelanjutan dan didukung oleh peningkatan kemampuan dalam aspek branding, pemasaran digital, manajemen usaha, legalitas, serta akses pasar. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan diperlukan agar inovasi produk yang telah dikembangkan dapat dipertahankan, ditingkatkan, dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan nilai tambah serta keberlanjutan UMKM di Garut.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A., Sarwani, A. S., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., & Juhaeri, G. (2020). Optimization of UMKM empowerment in facing competition in the global market during the COVID-19 pandemic time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515.
- Dewi, M. A. (2020). Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Sederhana Pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem Surabaya. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 49-52.
- Ferdinand, N., Maulana, N. I., & Aziz, T. (2021). Pelatihan Pemasaran dan Pembukuan Keuangan Dalam Mendapatkan Pembiayaan Bank Syariah Bagi Pedagang Pasar Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 65-69.
- Lingga, M. A. 2018. Kemiskinan Masih Jadi Tantangan Besar Indonesia. Diakses melalui <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/25/154008526/kemiskinan-masih-jadi-tantangan-besar-indonesia>. Jakarta. Kompas.
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67-77.
- Sugiyono, P. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno, S., Abidin, A. Z., Winata, H., Harjianto, P., & Sunarsi, D. (2020). Penyuluhan Pengelolaan Keuangan Sederhana Siswa SMA 6 Tangerang Selatan. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(1), 67-71.