



PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI (KWT) ANGREK DESA JATISARI MELALUI PELATIHAN DAN PEMANFAATAN DIGITALISASI

Yuyut Prayuti¹, Anisa Fitriyani², Daris Yusyfa Atqia³, Ummul Munawarah⁴,

Meri Indriyani⁵, Alyani Agustina⁶

^{1,2,3,4,5,6}, Universitas Islam Nusantara

Jl. Soekarno Hatta No.530, Kota Bandung, Jawa Barat

Email: prayutiyuyut@gmail.com

Naskah diterima; Oktober 2023; direvisi November, disetujui Desember 2023; publikasi online Desember 2023

Abstrak

Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap pengusaha skala besar di berbagai bidang, dengan tujuan mampu memandirikan masyarakat. Salah satu pembinaan pemberdayaan yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan yaitu dengan cara membangun UMKM. Pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor yang dapat memajukan berbagai sektor terutama di sektor UMKM. Salah satu sektor UMKM yang memakai teknologi digital adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Anggrek Desa Jatisari Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. KWT Anggrek memiliki produk yang diolah sendiri dengan memanfaatkan hasil panen dan perternakan. Proses pemasaran produk KWT menggunakan platform WhatsApp dengan memasarkan kepada warga sekitar. Proses pemasaran yang hanya kepada warga sekitar, berdampak kepada pendapatan KWT Anggrek yang cenderung rendah. Agar penjualan meningkat, maka diperlukan strategi pemasaran berbasis digital untuk memperluas pasar. Berdasarkan kondisi yang dihadapi ibu-ibu KWT tersebut maka dilakukan pengabdian masyarakat dalam bentuk pemberdayaan kelompok wanita tani melalui pelatihan dan pemanfaatan digitalisasi. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif melalui observasi wawancara dan diskusi interaktif (sosialisasi program). Pengabdian ini dimulai dari observasi desa Jatisari dan KWT Anggrek. Kemudian dilakukan pemberdayaan masyarakat dari beberapa sektor yaitu ekonomi, pertanian, hukum dan teknologi. Pendampingan dan pembinaan masyarakat UMKM dengan pemberdayaan KWT anggrek Desa Jatisari ini berhasil mendapatkan respons positif dari masyarakat, hal ini dapat dilihat dari antusiasme kehadiran masyarakat dalam berbagai program. Program yang berhasil dilakukan yaitu sosialisasi mengenai digital marketing, hukum dagang dan hukum perlindungan konsumen, pelatihan penanaman dengan metode hidroponik, pembuatan laporan keuangan digital, pembuatan website dan media sosial berupa Instagram dan Facebook untuk media promosi produk yang dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi. Keberhasilan program digitalisasi desa Jatisari ini diharapkan dapat berkembang dan mampu menjangkau konsumen yang berada di luar Desa Jatisari sehingga profit yang dihasilkan dapat semakin meningkat.

Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat, Kelompok Wanita Tani, UMKM, Digitalisasi

Abstract

Empowerment is a process of developing, becoming independent, self-sufficient, strengthening the bargaining position of the lower levels of society towards large-scale entrepreneurs in various fields, with the aim of being able to make society self-sufficient. One of the empowerment initiatives carried out by the government to reduce poverty is by building MSMEs. The use of digital technology is a factor that can advance various sectors, especially the MSME sector. One of the MSME sectors that uses digital technology is the Anggrek Women Farmers Group (KWT) in Jatisari Village, Tanjungsari District, Sumedang Regency. KWT Anggrek has products that are processed themselves by utilizing harvest and livestock products. The KWT product marketing process uses the WhatsApp platform by marketing to local residents. The marketing process, which is only for local residents, has an impact on KWT Anggrek's income which tends to be low. In order for sales to increase, a digital-based marketing strategy is needed to expand the market. Based on the conditions faced by the KWT women, community service was carried out in the form of empowering women farmer groups through training and the use of digitalization. The method used is descriptive qualitative through interview observation and interactive discussions (program socialization). This service began with observations of Jatisari

village and KWT Angrek. Then community empowerment was carried out from several sectors, namely economics, agriculture, law and technology. Mentoring and coaching the MSME community by empowering the Jatisari Village Orchid KWT succeeded in getting a positive response from the community, this can be seen from the enthusiastic presence of the community in various programs. The programs that were successfully carried out were socialization regarding digital marketing, trade law and consumer protection law, training on planting using the hydroponic method, creating digital financial reports, creating websites and social media in the form of Instagram and Facebook for product promotion media that can reach consumers more widely. It is hoped that the success of the Jatisari village digitalization program will develop and be able to reach consumers outside Jatisari Village so that the profits generated can increase.

Keywords: *Community empowerment, Women Farmer Groups, MSMEs, Digitalization*

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat dan kapasitas aktor perguruan tinggi memiliki relevansi yang sangat kuat dan tidak dapat dipisahkan. Pemberdayaan merupakan suatu tindakan kolektif atau konstruksi bersama dan telah diimplementasikan oleh berbagai disiplin ilmu seperti: pengembangan masyarakat, psikologi, pendidikan, ekonomi, studi gerakan sosial dan organisasi (Sururi et al., 2022).

Secara konseptual pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan sosial dari penduduk sebuah komunitas yang mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan dan tindakan kolektif, untuk memecahkan masalah sosial atau memenuhi kebutuhan sosial sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Nugraha, 2009).

Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah memampukan dan memandirikan masyarakat terutama dari kemiskinan dan keterbelakangan kesenjangan ketidakberdayaan. Kemiskinan dapat dilihat dari indikator pemenuhan kebutuhan dasar yang belum mencukupi/ layak. Kebutuhan dasar itu, mencakup sandang, pangan, kesehatan, pendidikan, dan transportasi. Sedangkan keterbelakangan, misalnya produktivitas yang rendah, sumberdaya manusia yang lemah, terbatasnya akses pada tanah padahal ketergantungan pada sektor pertanian masih sangat kuat, melemahnya pasar-pasar lokal/tradisional karena dipergunakan untuk memasok kebutuhan perdagangan internasional. Dengan perkataan lain masalah keterbelakangan menyangkut struktural (kebijakan) dan kultural (Sunyoto, 2012).

Salah satu pembinaan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan adalah melakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) program ini berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Usaha ini mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena, itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa tahun yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Lathifah, 2019).

UMKM menjadi katup pengaman perekonomian Indonesia pada masa krisis dan menjadi penggerak dari pertumbuhan ekonomi pasca krisis (Tedjasuksmana, 2015). UMKM menjadi sektor usaha terbesar kontribusinya terhadap pembangunan Negara serta mampu membuka lapangan kerja yang cukup luas bagi para tenaga kerja, sehingga mampu meminimalisir angka pengangguran di Indonesia (Wijanarko & Susila, 2016). Beberapa kelemahan mendasar UMKM pada aspek pemasaran yakni rendahnya penyesuaian pasar, kurang kuat dalam persaingan yang kompleks, dan infrastruktur pemasaran yang kurang memadai (Yuli Rahmini Suci, 2008).

Jumlah UMKM sangat banyak dan tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Dengan demikian UMKM dapat dipandang sebagai aset

nasional dan juga aset yang paling potensial bagi daerah, oleh sebab itu pemberdayaan UMKM merupakan salah satu wujud pemerataan pembangunan. Pemberdayaan UMKM bukan hanya menargetkan pembangunan di tingkat pusat, tetapi juga merupakan bagian dari program-program pembangunan daerah yang idealnya harus dimasukkan dalam perencanaan pembangunan daerah (Fatimah, 2011).

Pemanfaatan teknologi digital telah menjadi faktor dalam memajukan berbagai sektor di seluruh dunia. Salah satu sektor yang mengadopsi teknologi ini adalah kelompok wanita tani, yang terdiri dari perempuan yang aktif dalam kegiatan pertanian dan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan ekonomi keluarga di banyak negara berkembang. Di masa lalu, kelompok wanita tani mungkin terbatas dalam akses informasi, peluang pemasaran, dan dukungan teknologi.

Berdasarkan hasil observasi masyarakat Desa Jatisari terkhusus pada KWT Anggrek ini memiliki potensi dalam membangun bisnis usaha skala mikro dengan membuat beragam produk olahan berbahan baku hasil pertanian masyarakat setempat. Namun, pemasaran produk usaha mikro dengan menggunakan platform WhatsApp yang dipasarkan terbatas hanya kepada warga sekitar. Hal ini menyebabkan sempitnya jangkauan pemasaran yang berdampak kepada pendapatan KWT yang cenderung rendah. Agar tingkat penjualan meningkat, maka diperlukan strategi pemasaran berbasis digital untuk memperluas pasar.

Saat ini, internet merupakan salah satu kemajuan teknologi yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk secara online baik melalui e-commerce ataupun media sosial yang populer. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaku usaha dapat tetap eksis dan bersaing di era digital. Pelaku usaha dituntut harus lebih terbuka dalam mengikuti perkembangan digital agar dapat mengembangkan usahanya secara global. Salah satu media sosial yang kerap digunakan dalam melakukan pemasaran digital adalah Instagram, hal ini dikarenakan jumlah user yang terus

meningkat dan mudah dalam penggunaannya jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Media pemasaran digital melalui Instagram dinyatakan lebih efektif, efisien, dan banyak digunakan oleh pelaku UMKM di Indonesia.

Kemudian masalah yang lebih banyak ditemukan yakni kurangnya pengetahuan para pelaku usaha tentang pengelolaan keuangan, hal ini timbul karena kurangnya pelatihan dan penyuluhan tentang penyusunan laporan keuangan. Hal ini juga semakin sulit karena kurangnya akses terhadap teknologi dan media aplikasi penyusunan laporan keuangan secara digital. Selain itu, pelatihan dan penyuluhan mengenai metode penanaman dalam bidang pertanian masih belum merata. Sebagian dari masyarakat hanya paham mengenai teknik pertanian konvensional dengan media tanah. Sedangkan untuk pelatihan penanaman dengan teknik hidroponik masih sangat kurang, hal ini tentunya dilandasi oleh kurangnya pelatihan dan penyuluhan metode penanaman hidroponik dan kurangnya akses informasi mengenai teknis metode penanaman hidroponik. Pelatihan Hidroponik dengan menggunakan barang bekas diharapkan bisa mempermudah ibu-ibu KWT dan dilingkungan sekitar agar bisa melakukan penanaman di rumah dengan lahan yang terbatas, serta sistem hidroponik ini juga ramah lingkungan karena menghindarkan genangan air yang mengalir pada hidroponik sehingga tidak menimbulkan nyamuk bertelur dan menjadi jentik nyamuk (Dan et al., 2023).

Berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh KWT Anggrek di Desa Jatisari Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang maka dilakukan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi pemasaran berbasis digital dengan memanfaatkan media sosial dan pembuatan website sederhana yang bertujuan untuk meningkatkan daya jual dari sisi kuantitas menuju pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat KWT. (Purwana et al., 2017), menyatakan melalui media sosial dan pembuatan website dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk secara tepat, cepat, dan meluas. Sehingga diharapkan

konsumen akan lebih mudah untuk mencari dan mendapatkan produk dari KWT Anggrek hanya melalui ponsel, internet, dan media sosial lainnya. Tidak hanya menguntungkan bagi pengusaha dalam memasarkan produknya, konsumen juga diuntungkan dengan mendapatkan informasi menyeluruh mengenai produk, harga yang bersaing, dan info terkait promo sehingga dapat membandingkan dengan produk lainnya yang serupa. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini untuk masyarakat desa khususnya KWT Anggrek, dapat memahami dan memiliki Instagram dan website sebagai media pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya jual produk dengan jangkauan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Adapun tujuan dari pemberian pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan sederhana ialah sebagai penyajian laporan keuangan yang relevan mengenai posisi keuangan serta arus kas, serta memudahkan dalam hal pengambilan keputusan. Menurut (Prihantini, 2015), beberapa permasalahan dihadapi oleh petani sebagai pelaku pertanian adalah pembiayaan dan pemasaran. Selain dari permasalahan pemasaran hasil pertanian, ibu-ibu KWT juga memiliki beberapa produk usaha. Permasalahan semakin kompleks dihadapi karena petani dan para pelaku usaha mikro di Indonesia masih kerap kali mengalami kendala pada saat proses administrasi, yakni pencatatan usaha tani yang berdampak kurang akuratnya perhitungan laba-rugi pada usaha tani yang dijalankan para pelaku usaha

B. METODE

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) atau pengabdian pada masyarakat Desa Jatisari ini adalah dengan pemberdayaan KWT Anggrek dengan memanfaatkan digitalisasi. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 07 Agustus 2023 sampai dengan 01 September 2023. Adapun metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif melalui observasi wawancara dan diskusi interaktif dengan tahapan sebagai berikut :

1. Observasi

Pada tahap awal dilakukan observasi ke lokasi sasaran pengabdian yaitu KWT Anggrek Desa Jatisari, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang. Survei dilakukan dengan tujuan untuk mencari informasi mengenai profil KWT Anggrek, kegiatan yang dilakukan, dan permasalahan yang dihadapi oleh KWT Anggrek Desa Jatisari.

2. Sosialisasi

Setelah mengetahui permasalahan - permasalahan yang ada di KWT Anggrek, kelompok melakukan sosialisasi dengan memberikan penyuluhan atau pengarahan kepada anggota KWT Anggrek. Setelah sosialisasi, dilanjutkan dengan diskusi aktif, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai pemasaran berbasis digital. Dengan dilakukannya sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang pentingnya pemanfaatan digital melalui media sosial sebagai upaya peningkatan penjualan.

3. Pelatihan Keterampilan.

Pada tahap ini, KWT Anggrek akan diberikan arahan mengenai teknik penanaman dengan metode hydroponic, selanjutnya akan diberikan pelatihan tentang pembuatan laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi yang dapat diakses melalui media elektronik seperti handphone dan laptop.

4. Pembuatan Website dan Sosial Media

Pada tahap ini, KWT Anggrek akan dibantu untuk membuat satu media pemasaran berbasis digital, yaitu website, instagram, dan facebook.

5. Pendampingan, Pemantauan dan Evaluasi

Pendampingan, pemantauan dan evaluasi dilakukan untuk melihat respon anggota KWT Anggrek dalam memahami materi sosialisasi yang telah disampaikan serta perkembangan dari pelatihan serta penggunaan website dan sosial

media sebagai media pemasaran yang telah kami buat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi, KWT Anggrek dalam memasarkan produknya menggunakan platform media sosial WhatsApp saja, sehingga jangkauan konsumennya terbatas. Hal tersebut mengakibatkan profit yang dihasilkan lebih rendah. Maka diperlukan strategi pemasaran digital marketing.

Kesuksesan pemasaran digital dalam komunitas wanita petani sangat bergantung pada peran generasi muda dalam mengedukasi ibu-ibu anggota KWT tentang cara menggunakan pemasaran digital. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada ibu-ibu KWT mengenai keuntungan yang bisa mereka dapatkan saat menerapkan strategi pemasaran digital. Adapun media pemasaran yang diberikan yaitu website kelompok wanita tani dan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Secara spesifik berikut hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat :

1. Observasi

Langkah pertama (Gambar.1) dalam pengabdian masyarakat ini yaitu melakukan observasi kepada KWT Anggrek. Pada kegiatan ini, kami mencari permasalahan-permasalahan yang ada di kelompok wanita tani (kwt) anggrek. Permasalahan yang ada di kelompok wanita tani (kwt) anggrek adalah kurangnya pemasaran produk dan jangkauan konsumen yang terbatas karena media promosi yang digunakan hanya platform WhatsApp saja dan konvensional. Kemudian KWT masih belum paham mengenai penyusunan laporan keuangan, dan masih kurangnya pengetahuan mengenai metode penanaman lain, seperti contohnya metode penanaman Hydroponic.



Gambar 1. Observasi di KWT Anggrek

2. Sosialisasi

Kami melakukan sosialisasi (Gambar.2) dengan memberikan penyuluhan atau pengarahan kepada anggota kelompok wanita tani (KWT) anggrek mengenai pentingnya strategi digital marketing dalam pemanfaatan media sosial. Setelah sosialisasi, dilanjutkan dengan diskusi interaktif, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai pemasaran berbasis digital. Dengan dilakukannya sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu KWT Anggrek tentang pentingnya pemanfaatan digital melalui media sosial sebagai upaya peningkatan daya jual.



Gambar 2. Sosialisasi Digital Marketing

3. Pelatihan Keterampilan

Setelah pemberian pelatihan tentang metode penanaman hidroponik dan pembuatan laporan keuangan sederhana, selanjutnya pengetahuan

dan keterampilan yang diperoleh oleh ibu-ibu KWT selama pelatihan diterapkan langsung melalui praktik dilapangan dan didampingi langsung oleh kelompok mahasiswa KKN Desa Jatisari.

a. Pelatihan dan Penyuluhan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana.

Hasil dari pelatihan penyusunan laporan keuangan ialah hasil penjualan barang produksi ibu-ibu KWT Anggrek tersusun dengan rapi, sehingga meningkatkan transparansi dalam pengelolaan keuangan, serta memudahkan pengambilan keputusan manajemen dalam hal pengembangan usaha yang dimiliki ibu-ibu KWT.

Adapun materi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan ialah:

- 1) Persiapan media penyusunan laporan keuangan
- 2) Cara pengelolaan dan penginputan data keuangan pada media yang akan digunakan.



Gambar 3. Pelatihan dan penyuluhan pengelolaan data keuangan

b. Pelatihan dan Penyuluhan Teknik Penanaman Hidroponik.

Hasil dari pemberian pelatihan penanaman menggunakan metode hidroponik (Gambar.4) ialah ibu-ibu KWT Anggrek menjadi lebih produktif dan dapat menambah jenis tanaman sayur serta menghemat lahan dan menghemat penggunaan air.

Materi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan adalah:

- 1) Persiapan instalasi hidroponik.
- 2) Pembibitan tanaman dengan sistem hidroponik.
- 3) Pengelolaan nutrisi hidroponik.
- 4) Pemeliharaan sayuran hidroponik.
- 5) Panen dan pascapanen sayuran hidroponik.

Setelah kegiatan penyuluhan dilakukan, langkah selanjutnya ialah proses pelatihan pembuatan media tanam menggunakan teknik hidroponik. Seluruh peserta mengikuti tahapan penanaman dengan teknik hidroponik dengan sangat antusias. Hal ini ditandai dengan tingginya partisipasi ibu-ibu KWT dalam pelaksanaan kegiatan.

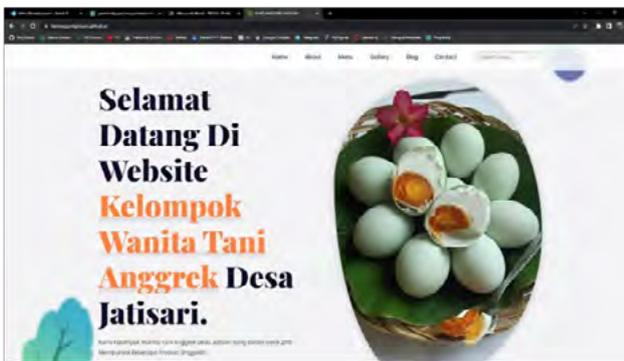


Gambar 4. Pelatihan dan penyuluhan penanaman hidroponik

4. Penyuluhan pembuatan website dan media sosial KWT Anggrek

Pada tahap ini, KWT Anggrek dibantu dalam pembuatan platform pemasaran digital, yaitu (Gambar.5) website, instagram, dan facebook. Didalam website memuat sejarah kwt

anggrek desa Jatisari, profil anggota-anggota kwt dan produk yang dihasilkan. Selain itu, di dalam website juga ada kontak WhatsApp yang bisa dihubungi. Kemudian kita membuat media sosial Instagram (Gambar.7) dan Facebook (Gambar.6). Didalam media sosial tersebut kita dapat memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk kelompok wanita tani (kwt) seperti Instagram Story dan Reels. Ibu-ibu kwt dapat memasang iklan di Instagram dan Facebook sehingga jaringan konsumennya lebih luas.



Gambar 5. Tampilan Website [https://kwtanggrekjatisari.github.io/KWT Anggrek](https://kwtanggrekjatisari.github.io/KWT%20Anggrek)



Gambar 6. Akun Media Sosial KWT Anggrek

5. Pendampingan, Pemantauan dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk melihat respon anggota KWT Anggrek dalam memahami materi sosialisasi yang telah disampaikan serta perkembangan dari penggunaan website dan sosial media sebagai media pemasaran yang telah kami buat.

Evaluasi strategi pemasaran dilakukan dengan cara mengecek website dan instagram KWT Anggrek. Apabila setelah dilakukannya memasang iklan di Instagram tidak belum ada respon dari konsumen, mengambil tindak lanjut untuk membuat media sosial lain seperti Tiktok dan membuat Ecommerce untuk media memasarkan produk secara online.

D. KESIMPULAN

Dari hasil uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa: 1.) pelaksanaan kegiatan digitalisasi UMKM untuk membantu go digital yang diawali dengan pembuatan website dan media sosial lainnya yang digunakan sebagai media pemasaran produk usaha ibu ibu KWT Anggrek Desa Jatisari. 2.) pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana diawali dengan pemberian penyuluhan awal kepada ibu ibu KWT Anggrek Desa Jatisari mengenai pentingnya pengelolaan keuangan serta pentingnya pemanfaatan teknologi dalam penyusunan laporan keuangan. Tahap selanjutnya ialah pemberian pelatihan serta menjelaskan mengenai bagaimana cara penginputan dan penyusunan laporan keuangan yang benar dengan menggunakan media elektronik dan aplikasi. 3.) selanjutnya ialah pelaksanaan kegiatan pelatihan penanaman dengan tehnik hidroponik yang diawali dengan pemberian penyuluhan mengenai budidaya sayuran dengan menggunakan metode hidroponik, selanjutnya ialah memberikan pelatihan langsung metode penanaman sayuran dengan metode hidroponik. Dengan kegiatan tersebut maka ibu ibu KWT Anggrek Desa Jatisari mampu meningkatkan kesejahteraan melalui digitalisasi UMKM, pelatihan penyusunan laporan keuangan

dan pelatihan metode penanaman dengan hidroponik.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan Terima kasih disampaikan kepada para warga masyarakat Desa Jatisari Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang atas partisipasinya sehingga kegiatan ini dapat terlaksana. Tak lupa pula kami ucapkan terima kasih kepada Ibu-ibu Kelompok Wanita Tani Anggrek Desa Jatisari atas antusias dan partisipasi serta dukungannya sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan amat sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

Dan, P., Hidroponik, P., Kelompok, D. I., Tani, W., Kelurahan, M., Kidul, K., Syah, M. A., & Arum, D. P. (2023). Penyuluhan dan pelatihan hidroponik di kelompok wanita tani melati kelurahan kepanjen kidul kota blitar. 3(1), 1–4.

Fatimah, T. (2011). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Dalam Menghadapi Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(1), 49–61. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/551>

Lathifah, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Asosiasi Mekarsari Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Jurnal: Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 10.

Nugraha, A. (2009). Pengembangan Masyarakat Pembangunan Melalui Pendampingan Sosial Dalam Konsep Pemberdayaan Di Bidang Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5, 10. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>

Prihantini, C. I. (2015). Efisiensi Pemasaran Garam Rakyat di Desa Padelegan,

Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan, Madura, Jawa Timur [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>

Sunyoto, U. (2012). *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat / Sunyoto Usman.*

Sururi, A., Hasanah, B., Ma'lumatiyah, M., & Dwianti, A. (2022). Implementasi Pemberdayaan Masyarakat Dan Kapasitas Aktor Perguruan Tinggi Di Kota Serang. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian dan Pengembangan*, 6(1), 109–122. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v6i1.330>

Tedjasuksmana, B. (2015). *Potret Umkm Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. 189–202.*

Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UU No. 20 Tahun 2008, 1, 1–31.