



PENINGKATAN PROFIT UMKM PENGRAJIN GENTENG MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA DAN MEDIA PROMOSI DIGITAL

I Nyoman Suputra¹, Andi Basuki^{2*}, Buyung Adi Dharma³, Dewi Ayu Sakdiyyah⁴

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia

*e-mail korespondensi: andi.basuki.fe@um.ac.id

Naskah diterima; Agustus 2024; disetujui Oktober 2024; publikasi online Desember 2024

Abstrak

Desa Sumberejo, yang terletak di Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek, menjadi lanskap kreatif bagi para pengrajin genteng tanah liat. Keberadaan UMKM pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo menghadapi tantangan dalam hal manajemen usaha dan promosi produk. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen Usaha dan pemanfaatan media promosi digital guna meningkatkan profit usaha pengrajin genteng. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi studi pendahuluan, kerjasama dengan pihak terkait, desain program pelatihan, workshop, dan pelatihan intensif, serta monitoring dan evaluasi berkala. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para peserta memperoleh pengetahuan baru tentang pengelolaan keuangan, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran. Selain itu, pengrajin juga diajarkan penggunaan media sosial, pembuatan konten visual, dan pengelolaan kampanye online yang efektif. Monitoring dan evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan manajemen usaha dan promosi produk peserta. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil memberikan keunggulan kompetitif bagi pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo, yang berpotensi mendukung keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Kata Kunci: pengrajin genteng; manajemen usaha; media sosial; sumberejo

Abstract

Sumberejo Village, located in Durenan Subdistrict, Trenggalek Regency, serves as a creative landscape for clay tile craftsmen. The existence of MSMEs of clay tile craftsmen in Sumberejo Village faces challenges in business management and product promotion. This training aims to improve business management skills and the use of digital promotional media to increase the profit of tile craftsmen. The methods used in this community service activity include preliminary studies, collaboration with relevant parties, training program design, workshops, intensive training sessions, and regular monitoring and evaluation. The training results indicate that participants gained new knowledge about financial management, business planning, and marketing strategies. Additionally, craftsmen were taught how to use social media, create visual content, and manage effective online campaigns. Monitoring and evaluation showed significant improvements in participants' business management and product promotion abilities. In conclusion, this training successfully provided a competitive advantage for clay tile craftsmen in Sumberejo Village, potentially supporting the sustainability of their businesses in the future.

Keywords: tile craftsmen; business management; social media; Sumberejo

A. PENDAHULUAN

Keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia membawa dampak yang luar biasa terhadap pembangunan ekonomi nasional (Anggraeni et al., 2013). Sebagai salah satu pilar utama ekonomi, UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan

terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga memberdayakan ekonomi masyarakat lokal (Dwivedi, 2020). UMKM menciptakan lapangan kerja yang besar, mengurangi tingkat pengangguran, dan memberikan peluang ekonomi kepada berbagai lapisan masyarakat, termasuk pemuda dan perempuan (Hidayat &

Andarini, 2021). Potensi yang dimiliki oleh suatu daerah menjadi pilar utama dalam memberikan kontribusi dan dampak bagi perekonomian nasional (Gunartin, 2017). Keberagaman sumber daya alam, keahlian lokal, serta kebudayaan yang unik di suatu wilayah dapat menjadi sumber daya yang berharga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Daerah yang kaya akan hasil pertanian, pertambangan, atau potensi pariwisata, dapat menjadi penopang utama dalam menyediakan bahan mentah, energi, dan pendapatan dari sektor pariwisata (Pratiwi et al., 2023). Selain itu, keberadaan keahlian tradisional di berbagai bidang, seperti kerajinan tangan atau produksi lokal, tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dapat menjadi daya tarik khusus yang meningkatkan daya saing daerah tersebut (Sari et al., 2021). Dengan memaksimalkan dan mengelola potensi-potensi ini secara berkelanjutan, suatu daerah dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, menciptakan distribusi pendapatan yang lebih merata, dan membuka peluang investasi yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, pengembangan dan pemberdayaan potensi lokal menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat nasional (Putri & Putri, 2022).

Desa Sumberejo, yang terletak di Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek, menjadi lanskap kreatif bagi para pengrajin genteng tanah liat yang menghiasi daerah ini dengan keindahan karya mereka. UMKM pengrajin genteng ini, sebagai salah satu pilar ekonomi lokal, memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang lebih lanjut (Subiyantoro et al., 2018). Dalam upaya mendukung pertumbuhan dan optimalisasi profit usaha para pengrajin genteng, dipandang perlu untuk meluncurkan program pengabdian masyarakat dengan fokus utama pada pelatihan manajemen usaha dan pengenalan media promosi (Wulandari & Prihandani, 2022). Sebagai bagian integral dari warisan industri genteng di Trenggalek, pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo memiliki

keahlian tradisional yang perlu diperkuat dengan pengetahuan manajemen usaha dan pemanfaatan media promosi modern. Keahlian tradisional ini tidak hanya mencerminkan keindahan seni dan kebudayaan, tetapi juga menjadi landasan utama bagi industri genteng di daerah tersebut. Dalam menghadapi dinamika zaman dan persaingan pasar yang semakin ketat, perluasan keahlian para pengrajin dengan pengetahuan manajemen usaha menjadi langkah krusial (Ariani & Utomo, 2017). Pengetahuan ini dapat memberikan fondasi yang kokoh untuk mengelola produksi, merencanakan strategi pemasaran, dan menjalankan operasional bisnis secara efisien. Langkah ini diambil karena perpaduan antara keterampilan produksi tradisional dan strategi bisnis digital dapat menjadi kunci keberhasilan dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang praktik manajerial terbaik, termasuk perencanaan bisnis, analisis keuangan, dan strategi pemasaran. Sementara itu, dengan memperkenalkan media promosi sebagai alat pemasaran yang efektif, diharapkan dapat membuka peluang baru bagi para pengrajin genteng untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan pada akhirnya, meningkatkan profitabilitas usaha (Hadi & Rokhman, 2020). Pengabdian masyarakat ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada para pelaku usaha genteng tanah liat, tetapi juga meningkatkan daya saing dan daya tahan ekonomi UMKM setempat. Dengan memberikan landasan manajemen yang kuat dan memanfaatkan potensi media promosi, kedepannya diharapkan bahwa pengrajin genteng Desa Sumberejo akan menjadi agen perubahan positif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mempertahankan kelestarian industri genteng di Kabupaten Trenggalek.

B. METODE

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan melalui serangkaian metode yang terintegrasi. Berikut adalah beberapa langkah dan metode pelaksanaan yang dapat dilakukan.

1. Studi Pendahuluan

Melakukan studi pendahuluan untuk memahami kondisi ekonomi, sosial, dan budaya Desa Sumberejo, serta identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pengrajin genteng tanah liat.

2. Kerjasama dengan Pihak Terkait

Melakukan komunikasi dengan pemerintah setempat, dan pihak terkait lainnya untuk mendapatkan dukungan dan koordinasi yang optimal.

3. Desain Program Pelatihan

Merancang program pelatihan yang mencakup tentang manajemen usaha, media promosi, pengembangan kreativitas, dan inovasi produk.

4. Workshop dan Pelatihan

Mengadakan workshop dan sesi pelatihan intensif yang melibatkan ahli dalam bidang manajemen usaha, pemasaran, dan media promosi. Sesi ini dapat mencakup presentasi, diskusi kelompok, dan studi kasus.

5. Monitoring dan Evaluasi Berkala

Melakukan monitoring dan evaluasi berkala untuk mengukur kemajuan, memperbaiki kelemahan, dan memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan rencana.

6. Umpan Balik dan Penyesuaian

Mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan, mitra UMKM, dan pihak terkait untuk menilai dampak program dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Dengan menggabungkan berbagai metode ini, diharapkan program pengabdian dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada UMKM pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo, mengoptimalkan profit usaha mereka, dan mendorong keberlanjutan ekonomi lokal.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan di Desa Sumberejo, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur

pada tanggal 21 Juni 2024. Sebelum melaksanakan pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan awal untuk melakukan studi pendahuluan. Adapun rangkaian kegiatan dalam program pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan studi pendahuluan untuk memahami kondisi ekonomi, sosial, dan budaya Desa Sumberejo. Dari studi ini ditemukan bahwa UMKM pengrajin genteng tanah liat di desa ini menghadapi beberapa tantangan, antara lain kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha dan keterbatasan dalam penggunaan media promosi. Sebagian besar pengrajin masih menggunakan metode tradisional dalam proses produksi dan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang dilakukan selama ini dilakukan dengan cara menjual genteng kepada para pengepul, sehingga harga genteng ditentukan oleh pengepul tersebut. Akibatnya profit usaha yang diperoleh kurang maksimal.

2. Kerjasama dengan Pihak Terkait

Tim pengabdian menjalin kerjasama dengan pemerintah setempat, termasuk Kepala Desa Sumberejo. Dukungan ini sangat penting dalam pelaksanaan program, termasuk penyediaan fasilitas dan pengaturan jadwal pelatihan. Selain itu, tim pengabdian juga berkoordinasi dengan beberapa organisasi non-pemerintah yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi lokal.

3. Desain Program Pelatihan

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang mendalam serta konsultasi intensif dengan berbagai pihak terkait, tim pengabdian merancang program pelatihan yang komprehensif dan terstruktur. Program ini mencakup beberapa materi yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo. Materi yang diajarkan meliputi:

a. Manajemen Usaha

Materi ini mencakup berbagai aspek

penting dalam pengelolaan bisnis, termasuk pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk membantu peserta memahami cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, mengelola anggaran, serta membuat keputusan finansial yang tepat. Selain itu, materi ini juga meliputi perencanaan bisnis yang mengajarkan peserta untuk menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, merancang strategi untuk mencapainya, dan memantau kemajuan usaha mereka. Strategi pemasaran juga menjadi bagian penting dalam manajemen usaha, dimana peserta diajarkan bagaimana mengenali pasar potensial, memahami kebutuhan konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

b. Media Promosi

Dalam era digital ini, pemanfaatan media promosi modern menjadi sangat krusial. Oleh karena itu, materi ini difokuskan pada penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif dan hemat biaya. Peserta diajarkan bagaimana membuat dan mengelola akun media sosial, serta menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk audiens target mereka. Selain itu, pembuatan konten visual, seperti foto dan video produk yang menarik, juga menjadi bagian penting dari materi ini. Konten visual yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan membantu dalam membangun brand image yang kuat. Pengelolaan kampanye online juga diajarkan kepada peserta, termasuk cara merancang, melaksanakan, dan memantau kampanye pemasaran digital untuk memastikan hasil yang optimal.

4. Workshop dan Pelatihan

Tim pengabdian mengadakan workshop dan sesi pelatihan intensif yang diikuti oleh 22 pengrajin genteng tanah liat. Pelatihan mencakup presentasi, diskusi kelompok, dan studi kasus yang relevan dengan kondisi lokal. Para peserta sangat antusias dan aktif berpartisipasi dalam setiap sesi.



Gambar 1. Pemberian Materi



Gambar 2. Kegiatan Tanya-Jawab

5. Monitoring dan Evaluasi Berkala

Tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi berkala untuk mengukur kemajuan dan memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan rencana. Evaluasi dilakukan melalui google form terhadap kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta (100%) merasa puas dengan materi yang telah diberikan karena sesuai dengan permasalahan yang dihadapi selama ini. Selain itu sebagian besar peserta (80%) juga merasakan peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha dan keterampilan penggunaan media promosi digital.

6. Umpan Balik dan Penyesuaian

Tim pengabdian mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan, mitra UMKM, dan

pihak terkait. Umpan balik ini sangat berharga untuk menilai dampak program dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Beberapa peserta menyarankan untuk menambahkan sesi pelatihan tentang pengelolaan keuangan yang lebih mendalam dan teknik pemasaran offline. Berdasarkan umpan balik ini, kami merencanakan untuk mengadakan sesi pelatihan lanjutan yang lebih spesifik.

Pelatihan Manajemen Usaha dan Pengenalan Media Promosi pada UMKM Pengrajin Genteng Tanah Liat di Desa Sumberejo bertujuan untuk meningkatkan profit usaha melalui peningkatan kemampuan manajemen dan pemanfaatan media promosi modern. Pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo memerlukan pengetahuan yang lebih baik tentang manajemen usaha dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Manajemen usaha yang baik adalah kunci dalam mengoptimalkan profit dan keberlanjutan bisnis (Ompusunggu & Irenetia, 2023). Pelatihan ini memberikan pengrajin pengetahuan tentang pengelolaan keuangan, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran. Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan pengrajin mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan tepat, merencanakan anggaran, dan membuat keputusan finansial yang bijak. Perencanaan bisnis membantu pengrajin menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, serta mengidentifikasi langkah-langkah strategis untuk mencapainya (Sagala et al., 2024). Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu mengenali pasar potensial dan memaksimalkan penjualan produk.

Selain itu, generasi digital saat ini, termasuk para pengrajin, semakin terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media promosi modern seperti media sosial, pembuatan konten visual, dan pengelolaan kampanye online merupakan aspek penting dalam pelatihan ini. Media sosial menjadi alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah (Radini et al., 2021). Konten visual yang menarik, seperti

foto dan video produk, dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Suhairi et al., 2023). Pengelolaan kampanye online memungkinkan pengrajin mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan terukur. Selama pelatihan, para pengrajin diajak untuk berpartisipasi aktif melalui diskusi kelompok dan studi kasus yang relevan dengan kondisi lokal mereka. Pendekatan ini memungkinkan para peserta berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain. Selain itu, studi kasus memberikan gambaran nyata tentang tantangan dan solusi dalam manajemen usaha dan penggunaan media promosi.

Setelah pelatihan, penting bagi para pengrajin untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dalam operasional sehari-hari. Monitoring dan evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan para pengrajin dapat mengimplementasikan teknik-teknik yang diajarkan dan mengukur efektivitasnya. Umpan balik dari peserta juga sangat penting untuk mengevaluasi keberhasilan program dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Dengan adanya pelatihan manajemen usaha dan pengenalan media promosi, para pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo diharapkan mampu mengoptimalkan profit usaha mereka. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini memberikan mereka keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin dinamis. Dukungan berkelanjutan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan jangka panjang mereka.

D. KESIMPULAN

Pelatihan manajemen usaha dan pengenalan media promosi yang dilaksanakan untuk UMKM pengrajin genteng tanah liat di Desa Sumberejo bertujuan untuk meningkatkan profit usaha melalui peningkatan kemampuan manajemen dan pemanfaatan media promosi modern. Pengrajin genteng tanah liat memerlukan pengetahuan yang lebih baik tentang manajemen usaha dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang

pengelolaan keuangan, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran yang efektif, sehingga membantu pengrajin mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan tepat, merencanakan anggaran, serta membuat keputusan finansial yang bijak.

Selain itu, penggunaan media sosial merupakan aspek penting dalam pelatihan ini. Media sosial menjadi alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang rendah, sementara konten visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk. Dengan pendekatan pelatihan yang melibatkan diskusi kelompok dan studi kasus, para peserta dapat berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain. Monitoring dan evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan implementasi teknik yang diajarkan dan mengukur efektivitasnya, dengan harapan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat memberikan keunggulan kompetitif dan mendukung keberlanjutan usaha pengrajin genteng di Desa Sumberejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286–1295.
- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>
- Dwivedi, A. (2020, January 9). Kontribusi UMKM Terhadap PDB 2019 Diproyeksi Tumbuh 5%—Ekonomi Bisnis.Com <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkmterhadap-pdb-2019-diproyeksi-tumbuh-5>. Pustaka Jogja Mandiri.
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2), 46–55.
- Hadi, A. P., & Rokhman, F. A. (2020). Implementasi Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1), 39–49. <https://doi.org/10.51903/pixel.v13i1.190>
- Hidayat, R., & Andarini, S. (2021). Strategi Pemberdayaan Umkm di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (JBI)*, 12(2), 93–109.
- Ompusunggu, D. P., & Irenetia, N. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140–147.
- Pratiwi, A. H., Abidin, Z., Cahyani, D. N. A., Setiawan, A., Islam, M. T., Farhansyah, A. R., Pramuningdias, M. E., & Hasanah, L. (2023). Pemberdayaan dan Pengelolaan Potensi Sumber Daya Alam untuk Mendukung Ketahanan Pangan Desa. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 601–608. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2365>
- Putri, M. H. C., & Putri, N. T. (2022). Local Economic Development Sebagai Upaya Terwujudnya Pembangunan Berkelanjutan. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.33369/convergencejep.v4i1.23018>
- Radini, S. P., Mulyana, M., & Noor, T. D. F. S. (2021). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.787>
- Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Respati, I. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 150–159.
- Sari, M. I., Fidyasari, A., & Setiawan, K. A. (2021). Pengembangan Desa Beji Sebagai Wisata Edukasi Kampung Tempe. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 973–978. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2806>
- Subiyantoro, Aminudin Azis, & Agustinus Doedyk Setiyawan. (2018). Peranan Home Industry Genteng Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Pengusaha Kecil Genteng. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 2(2), 1–4. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.454>
- Suhairi, Raudatun Sumi, Lestari Perdana Putri, Miftahul Jannah Hasibuan, & Rediansyah Saranan. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDORONG PEMASARAN GLOBAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI (Studi Kasus Media Sosial TikTok). *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 40–49. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i1.17>
- Wulandari, I. G. A. A., & Priandani, N. M. I. (2022). Pemberdayaan UMKM Pengrajin Genteng Tanah Liat Di Desa Pejaten, Kediri-Tabanan, Bali. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 78–81. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v1i2.313>