PENINGKATAN KUALITAS UMKM MELALUI PASAR RAKYAT DI DESA WONOSUNYO KABUPATAN PASURUAN

Kukuh Sinduwiatmo, Nicho Prasetya H[2], Muhammad Azam F[3], Augustian Mahda S[4], Wildan Rizqi R[5], Nabila Nurfaizah[6]

[1,2,3,4,5,6]*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*
E-mail : nichoprasetya2@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in improving community welfare and supporting local economic development. However, many MSMEs in Wonosunyo Village, Gempol District, Pasuruan Regency face challenges in marketing their products due to limited promotional media and market access. This community service activity aimed to improve the quality and competitiveness of local MSMEs through the establishment of the SAMILER Village Market as a center for product promotion and community-based economic activities. The methods employed included observation, interviews, mentoring, and evaluation. Approximately 30 MSME entrepreneurs participated by marketing local products such as samiler, traditional foods, beverages, and other processed products. In addition to organizing the village market, participants received assistance in product packaging design and the utilization of social media for digital marketing. The results indicate that the SAMILER Village Market successfully increased product sales, expanded market reach, and enhanced public awareness of local products. Furthermore, mentoring activities improved the participants' capabilities in promotion, product presentation, and business management. Overall, the program contributed positively to strengthening the competitiveness of MSMEs and promoting sustainable local economic growth in Wonosunyo Village.

Keywords : *MSMEs; Village Market; Community Empowerment; Digital Marketing; Local Products*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, pelaku UMKM di Desa Wonosunyo, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk akibat keterbatasan media promosi dan akses pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM melalui pembentukan Pasar Kampung SAMILER sebagai pusat promosi produk lokal dan pengembangan ekonomi berbasis masyarakat. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, pendampingan, dan evaluasi. Sebanyak 30 pelaku UMKM berpartisipasi dengan memasarkan berbagai produk lokal, seperti samiler, makanan tradisional, minuman, dan produk olahan lainnya. Selain penyelenggaraan pasar kampung, peserta juga memperoleh pendampingan dalam desain kemasan produk serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pasar Kampung SAMILER mampu meningkatkan penjualan produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat yang lebih luas. Kegiatan pendampingan juga meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi, memperbaiki tampilan produk, dan mengembangkan pengelolaan usaha. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM dan penguatan ekonomi lokal di Desa Wonosunyo.

Kata Kunci : UMKM; Pasar Kampung; Pemberdayaan Masyarakat; Pemasaran Digital; Produk Lokal

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pengembangan kreativitas, pelestarian produk lokal, serta penciptaan lapangan kerja. Di tingkat desa, UMKM menjadi salah satu penggerak utama perekonomian yang mampu mengoptimalkan potensi sumber daya lokal menjadi produk yang bernilai ekonomi.

Desa Wonosunyo, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan memiliki berbagai potensi usaha masyarakat yang berkembang, terutama pada sektor kuliner dan produk olahan lokal. Salah satu produk unggulan yang dikenal masyarakat adalah samiler, makanan tradisional berbahan dasar singkong yang memiliki nilai ekonomi dan potensi pemasaran yang cukup tinggi. Selain produk samiler, masyarakat juga mengembangkan berbagai usaha kuliner, jajanan tradisional, minuman, dan produk kreatif lainnya yang berpotensi menjadi identitas ekonomi desa. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti terbatasnya akses promosi, rendahnya jangkauan pemasaran, serta kurangnya kesempatan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pelaku UMKM di Desa Wonosunyo masih menghadapi beberapa kendala dalam mengembangkan usahanya. Karena keterbatasan media promosi dan pemasaran, produk yang dihasilkan belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, pelaku UMKM masih membutuhkan wadah yang dapat mempertemukan mereka dengan pelanggan secara langsung agar merek mereka lebih dikenal dan memiliki peluang pasar yang lebih besar. Selain itu, kurangnya ruang promosi yang terintegrasi menyebabkan produk unggulan desa belum berkembang secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan daya saing UMKM lokal.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui penyelenggaraan pasar rakyat media sebagai promosi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pasar rakyat tidak hanya berfungsi sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial dan ekonomi yang mempertemukan pelaku UMKM, masyarakat, pemerintah desa, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung pengembangan usaha lokal. Pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk memperkenalkan produk unggulannya secara langsung kepada konsumen melalui pasar rakyat, yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya tarik produk, membangun kepercayaan pelanggan, dan memperoleh umpan balik terkait kualitas produk yang ditawarkan. Pasar rakyat juga menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk lokal di tengah persaingan usaha yang semakin meningkat.

Kondisi Desa Wonosunyo yang memiliki potensi besar pada sektor kuliner tradisional dan produk olahan lokal, khususnya samiler sebagai produk unggulan desa, menunjukkan perlunya wadah promosi yang mampu memperkenalkan produk-produk tersebut kepada masyarakat yang lebih luas. Sebelum adanya kegiatan pasar rakyat, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan penjualan dari lingkungan sekitar sehingga jangkauan pemasarannya relatif

terbatas. Oleh karena itu, penyelenggaraan Pasar Kampung SAMILER menjadi langkah strategis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya membantu meningkatkan penjualan produk UMKM, tetapi juga memperkuat identitas Desa Wonosunyo sebagai desa yang memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis produk lokal. Dengan demikian, pasar rakyat diharapkan mampu mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih berkelanjutan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Wonosunyo.



Gambar 1. Sosialisasi Pasar Rakyat Kampung Samiler

Menurut Edi Suharto (2005), pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang bertujuan meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup serta mengembangkan potensi yang dimiliki melalui upaya pemungkinan (*enabling*), penguatan (*empowering*), perlindungan (*protecting*), penyokongan (*supporting*), dan pemeliharaan (*maintaining*). Selain itu, Ife dan Tesoriero menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat menekankan pentingnya masyarakat berpartisipasi secara aktif dalam mengelola sumber daya lokal, meningkatkan kapasitas mereka, dan menghasilkan perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Peningkatan pendapatan bukan satu-satunya tujuan pemberdayaan; itu juga bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat untuk membuat keputusan dan memaksimalkan potensi mereka sendiri. Untuk UMKM, pemberdayaan dapat dicapai dengan memberikan akses ke promosi, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kemampuan usaha, dan menciptakan ruang ekonomi yang mendukung pertumbuhan produk lokal. Oleh karena itu, penyelenggaraan Pasar Kampung SAMILER di Desa Wonosunyo dapat dipandang sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang bertujuan meningkatkan kualitas UMKM melalui promosi produk unggulan desa, perluasan akses pasar, serta penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo bekerja sama dengan Pemerintah Desa Wonosunyo menyelenggarakan kegiatan “Pasar Kampung SAMILER” yang berlokasi di kawasan Sumber Air Dusun Betro, Desa Wonosunyo. Kegiatan ini dirancang sebagai wadah promosi produk UMKM lokal sekaligus sarana pemberdayaan masyarakat melalui pasar rakyat produk unggulan desa, hiburan rakyat, dan aktivitas yang melibatkan masyarakat secara langsung. Kehadiran Pasar Kampung SAMILER diharapkan mampu meningkatkan eksistensi UMKM lokal, memperkuat identitas Desa

Wonosunyo sebagai desa kreatif dan produktif, serta mendorong tumbuhnya ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.



Gambar 2. Pembukaan Pasar Rakyat Kampung Samiler

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mahasiswa berupaya memberikan dukungan kepada pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pemasaran produk melalui partisipasi aktif dalam pasar rakyat. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak berupa peningkatan penjualan selama kegiatan berlangsung, tetapi juga mampu memperluas jejaring usaha, meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM, serta memperkuat keberlanjutan pengembangan ekonomi lokal di Desa Wonosunyo

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wonosunyo, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan dengan sasaran para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuan kegiatan ini adalah membantu meningkatkan kualitas usaha UMKM melalui promosi dan pemasaran produk yang lebih luas, salah satunya melalui penyelenggaraan Pasar Kampung SAMILER. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi observasi, wawancara, pendampingan, dan pelaksanaan pasar rakyat. Tahapan kegiatan dilakukan secara bertahap agar program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan pelaku usaha setempat.

Tahap pertama adalah observasi lapangan. Dilakukan observasi pada beberapa UMKM di Desa Wonosunyo yang bergerak dalam bidang kuliner, makanan tradisional, dan produk olahan lokal, termasuk produk samiler, yang merupakan produk unggulan desa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi UMKM yang ada di Desa Wonosunyo, serta potensi produk unggulan yang dimiliki.

Tahap kedua adalah wawancara dengan pelaku UMKM dan pemerintah desa. Wawancara dilakukan secara langsung untuk menggali informasi mengenai kondisi usaha, strategi pemasaran yang selama ini diterapkan, kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk, serta harapan mereka terhadap program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang kegiatan pendampingan dan pelaksanaan pasar rakyat.

Tahap ketiga adalah pendampingan UMKM. Pada tahap ini, pelaku usaha diberikan arahan dan bantuan terkait penataan produk, strategi promosi, pelayanan kepada konsumen, serta

persiapan mengikuti kegiatan pasar rakyat. Pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mahasiswa dan pemerintah desa sehingga pelaku UMKM dapat lebih siap dalam memasarkan produknya kepada masyarakat.

Tahap keempat adalah pelaksanaan Pasar Kampung SAMILER sebagai bentuk implementasi program pemberdayaan UMKM. Kegiatan ini menyediakan stan bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual produk mereka secara langsung kepada pengunjung. Selain kegiatan jual beli, pasar rakyat juga dimeriahkan dengan hiburan rakyat yang mampu menarik minat masyarakat untuk datang. Melalui kegiatan ini, produk-produk UMKM Desa Wonosunyo dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen.

Setelah seluruh kegiatan selesai dilaksanakan, dilakukan evaluasi melalui observasi dan wawancara lanjutan dengan para pelaku UMKM. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui dampak kegiatan terhadap perkembangan usaha mereka. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan yang terjadi, seperti meningkatnya kemampuan promosi, bertambahnya jaringan pemasaran, meningkatnya kepercayaan diri pelaku usaha, serta semakin dikenalnya produk UMKM oleh masyarakat. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk pengembangan program pasar rakyat di masa mendatang sebagai salah satu upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Wonosunyo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pasar Kampung SAMILER merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM di Desa Wonosunyo, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan. Kegiatan ini diikuti oleh sekitar 30 pelaku UMKM lokal yang memasarkan berbagai produk unggulan desa, seperti samiler, klepon, mie ayam, nasi pecel, nasi jagung, es dawet, keripik, serta berbagai makanan dan minuman tradisional lainnya. Data hasil kegiatan diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara terhadap lima pelaku UMKM, satu pendamping UMKM, dan Kepala Desa Wonosunyo.



Gambar 3. Pasar Rakyat Kampung Samiler Wonosunyo

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas pelaku UMKM menyatakan bahwa keberadaan Pasar Kampung SAMILER memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mereka. Informan S selaku pelaku usaha klepon gentil mengungkapkan bahwa sebelum adanya pasar

rakyat, ia harus berjualan hingga ke wilayah Pandaan untuk memperoleh pelanggan. Setelah mengikuti Pasar Kampung SAMILER, proses pemasaran menjadi lebih mudah karena lokasi penjualan lebih dekat dan jumlah pembeli meningkat. Menurutnya, kegiatan ini sangat membantu pelaku usaha kecil dalam meningkatkan penjualan produk.

Hal serupa disampaikan oleh informan SH yang menjalankan usaha mie ayam dan klepon. Informan SH menjelaskan bahwa Pasar Kampung SAMILER memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Selain memberikan tambahan pendapatan, kegiatan ini juga berperan dalam memperkenalkan identitas Kampung Samiler sebagai salah satu potensi unggulan Desa Wonosunyo. Informan SH berharap kegiatan tersebut dapat terus berkembang dan dilaksanakan secara berkelanjutan.

Dampak positif kegiatan juga dirasakan oleh informan D yang menjual nasi pecel, nasi jagung, es dawet, keripik, dan berbagai makanan tradisional lainnya. Informan D menyatakan bahwa keikutsertaannya dalam Pasar Kampung SAMILER mampu meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, kegiatan ini menjadi media promosi yang efektif karena memungkinkan produk UMKM dikenal oleh masyarakat yang sebelumnya belum pernah menjadi pelanggan.

Selanjutnya, informan IS selaku pelaku UMKM kerupuk samiler menjelaskan bahwa penyelenggaraan Pasar Kampung SAMILER bertujuan untuk membantu mengembangkan UMKM lokal melalui penyediaan ruang promosi dan pemasaran produk. Menurutnya, sekitar 30 UMKM lokal terlibat dalam kegiatan ini dan sebelumnya telah memperoleh pendampingan selama kurang lebih satu bulan. Informan IS berharap kegiatan tersebut dapat terus dilaksanakan sehingga produk-produk UMKM Desa Wonosunyo semakin dikenal masyarakat, penjualan meningkat, dan pelaku usaha terdorong untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produknya.

Sementara itu, informan K yang sebelumnya belum pernah mengikuti kegiatan pasar rakyat mengungkapkan bahwa selama ini pemasaran produk hanya dilakukan melalui penjualan langsung dan promosi sederhana kepada kerabat maupun rekan kerja. Setelah mengikuti Pasar Kampung SAMILER, produk yang dijual memperoleh respon yang baik dari masyarakat dan tingkat penjualan mengalami peningkatan. Informan K berharap kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan karena memberikan peluang yang lebih besar bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya.

Selain memberikan dampak ekonomi berupa peningkatan penjualan dan perluasan pasar, kegiatan ini juga didukung melalui proses pendampingan UMKM. Berdasarkan keterangan informan M selaku pendamping UMKM, sebelum pelaksanaan pasar rakyat dilakukan kegiatan sosialisasi, edukasi pemasaran, dan pendampingan terkait branding produk melalui media sosial selama kurang lebih dua hingga tiga bulan. Pendampingan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM agar mampu bersaing dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk.

Pendapat para pelaku UMKM dan pendamping tersebut diperkuat oleh informan SN selaku Kepala Desa Wonosunyo. Menurut beliau, Pasar Kampung SAMILER berhasil menjadi wadah promosi bagi berbagai produk UMKM, khususnya makanan tradisional dan jajanan lokal yang mulai tergerus oleh perkembangan zaman. Beliau percaya bahwa ide pasar rakyat yang menggabungkan berbagai stan bisnis mikro kecil menengah berhasil menarik perhatian masyarakat dan membantu pengunjung mengetahui produk unggulan desa. Tetapi masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Ini termasuk mengatur stan dan menyediakan fasilitas

pendukung agar pengunjung lebih nyaman. Selain itu, dia menyarankan untuk membangun area santai atau tempat untuk bersosialisasi, yang dapat meningkatkan daya tarik Pasar Kampung SAMILER. Secara keseluruhan, Kepala Desa Wonosunyo menilai kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap promosi UMKM dan peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa Pasar Kampung SAMILER tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui penguatan kapasitas pelaku usaha dan perluasan akses pasar. Temuan tersebut sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Edi Suharto (2005), yang menyatakan bahwa pemberdayaan dilakukan melalui upaya pemungkinan (enabling), penguatan (empowering), dan penyokongan (supporting) agar masyarakat mampu mengembangkan potensi yang dimiliki secara mandiri. Melalui kegiatan pasar rakyat, pelaku UMKM memperoleh kesempatan untuk mempromosikan produknya, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kepercayaan diri dalam berwirausaha, serta memperoleh pengalaman berinteraksi langsung dengan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pasar Kampung SAMILER memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas produk UMKM, perluasan jaringan pemasaran, peningkatan penjualan, serta penguatan kapasitas pelaku usaha. Oleh karena itu, pasar rakyat bisa menjadi salah satu cara untuk memperkuat ekonomi masyarakat secara berkelanjutan, sehingga mampu mendukung pertumbuhan usaha mikro kecil menengah di Desa Wonosunyo.

KESIMPULAN

Pasar Kampung SAMILER yang diadakan di Desa Wonosunyo, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas serta kemampuan bersaing usaha mikro kecil menengah lokal. Melalui kegiatan ini, para pengusaha UMKM mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mempromosikan produk mereka, memperkenalkan produk unggulan dari desa kepada masyarakat, serta meningkatkan penjualan dan cakupan pasar. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kebanyakan pelaku UMKM merasa jumlah pelanggan semakin bertambah, penghasilan semakin meningkat, dan produk mereka semakin dikenal oleh banyak orang.

Selain memberi manfaat ekonomi, Pasar Kampung SAMILER juga menjadi sarana untuk memperkuat masyarakat melalui kegiatan bimbingan, pelatihan pemasaran, dan peningkatan kemampuan para pengusaha. Pendampingan yang dilakukan membantu UMKM meningkatkan kemampuan dalam promosi, branding produk, dan penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar rakyat tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai media pengembangan usaha dan penguatan ekonomi masyarakat desa.

Secara keseluruhan, Pasar Kampung SAMILER dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang efektif dan berkelanjutan dalam mendukung perkembangan UMKM di Desa Wonosunyo. Oleh karena itu, kegiatan ini perlu terus dilaksanakan dan dikembangkan melalui peningkatan penataan stan, penyediaan fasilitas pendukung, serta inovasi kegiatan yang mampu menarik lebih banyak pengunjung sehingga manfaat yang dirasakan oleh pelaku UMKM dan masyarakat dapat semakin optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Fandika, Ibnul, Yudan Hermawan, dan Rizqy Aisyah Leonia. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata dalam Upaya Peningkatan Sumber Daya Manusia di Desa Kuala Tanjung" 20, no. 2 (2025): 21–30. https://doi.org/10.17977/um041v20i22025p21-30.

Fitriawan, Wawan. "Pasar Rakyat untuk Peningkatan Ekonomi Lokal." *KUAT : Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 3, no. 1 (2021): 12–16. https://doi.org/10.31092/kuat.v3i1.1190.

Hasanah, Nur, dan Asri Vina Monica. "E-mail : nur.hasanahmnq@gmail.com 1 . Top Down (Rapid Rural Appraisal) 2 . PRA (Partisipatory Rural Appraisal) 3 . PAR (Participatiry Action Research)," 2023, 45–53.

Herdiani, Herni. "Strategi Pemasaran Umkm Dalam Menjangkau Pasar Modern Studi Kasus Pada Bandeng Inn." *Jurnal Adijaya Multidisplin* 02, no. 05 (2024): 135–44.

Ismanto, Kuat, Tarmidzi Tarmidzi, Akhmad Afroni, dan Iqbal Kamaludin. "Peningkatan Kualitas UMKM Melalui Pendampingan Sertifikasi Halal di "Kampung Tahu" Pekalongan Indonesia." *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (2024): 8–16. https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v4i1.3116.

Prakoso, Yudhi Baghas, dan Andarita Rolalisasi. "Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia: Studi Kasus Pasa Ateh Bukittinggi dan Pasar Prawirotaman Yogyakarta." *Jurnal Lingkungan Karya Arsitektur* 4, no. 1 (2025): 1–8. https://doi.org/10.37477/lkr.v4i1.708.

Rahman, Sundari, Duryana, dan Firda Rahmayanti. "Peranan UMKM Bagi Masyarakat Desa Bonto Daeng." *Nobel Community Services Journal* 4, no. 2 (2024): 39–44. https://doi.org/10.37476/ncsj.v4i2.4747.

Rauf A, Hatu. "Pemberdayaan dan Pendampingan Sosial dalam Masyarakat." *Inovasi* 7 (2010): 240–54.

Wulandari, Indah Apriliana Sari, Vera Virdaus, Jamaaludin Jamaaludin, Fajar Sulastri, dan Riska Novia Febriyanti. "Penguatan Brand Awareness dan Optimalisasi Produksi Opak Samiler melalui Pendampingan Teknologi di Desa Wonosunyo Pasuruan." *Abdimas Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 8, no. 2 (2025): 217–23. https://doi.org/10.17977/um050v8i22025p217-223.

Yolanda, Cindy, Uswatun Hasanah, Universitas Tjut, Nyak Dhien, Program Studi, Ekonomi Pembangunan, Universitas Tjut, Nyak Dhien, dan Program Studi Manajemen. "peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia 1" 2, no. 3 (2024): 170–86.