

## **Pemberdayaan UMKM Kipas Bambu melalui Pengembangan Kompetensi SDM di Desa Tanjung Tambak**

**Siti Nurhayati Nafsiah<sup>1</sup>, Citra Indah Merina<sup>2</sup>, Merry Agustina<sup>3</sup>, Muhammad Titan Terzaghi<sup>4</sup>, Rosalina Pebrica Mayasari<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Bina Darma, Indonesia

<sup>5</sup> Universitas Tridinanti, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Siti Nurhayati Nafsiah

**E-mail:** [Siti\\_nurhayati@binadarma.ac.id](mailto:Siti_nurhayati@binadarma.ac.id)

### **Abstrak**

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti keterbatasan pengetahuan pengelolaan usaha, kualitas pengemasan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Kipas Bambu melalui penyuluhan dan pendampingan pengelolaan usaha, peningkatan kualitas produk, dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan desain one group pre-test–post-test. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan melalui kuesioner pre-test dan post-test, serta diperkuat dengan observasi dan wawancara. Indikator yang diukur meliputi pengetahuan pengelolaan usaha, keterampilan produksi dan pengemasan, pemanfaatan pemasaran digital, persepsi kinerja usaha, serta motivasi dan keberlanjutan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata pada seluruh indikator evaluasi, dengan rata-rata skor pre-test sebesar 2,32 dan meningkat menjadi 4,13 pada post-test. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi mitra UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.*

**Kata kunci** – pengabdian kepada masyarakat, UMKM, kipas bambu, pendampingan, pemasaran digital

### **Abstract**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the community economy. However, many MSMEs still face various challenges, such as limited knowledge of business management, inadequate product packaging quality, and low utilization of digital marketing. This community service program aimed to enhance the capacity of bamboo fan MSMEs through counseling and mentoring on business management, product quality improvement, and digital marketing. The program employed a participatory approach using a one-group pre-test–post-test design. Program effectiveness was evaluated through pre-test and post-test questionnaires, supported by observation and interviews. The evaluation indicators included knowledge of business management, production and packaging skills, utilization of digital marketing, perception of business performance, and business sustainability motivation. The results indicated an improvement in the average scores across all evaluation indicators, with the mean pre-test score increasing from 2.32 to 4.13 in the post-test. These findings demonstrate that the community service activities were effective in improving the knowledge, skills, and motivation of MSME partners in managing and developing their businesses.*

**Keywords** - community service, MSMEs, bamboo fan, mentoring, digital marketing

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM mendominasi struktur usaha dan menjadi penggerak ekonomi rakyat, khususnya di tingkat daerah dan pedesaan. Menurut (Tambunan, 2019), keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional, terutama pada saat terjadi krisis.

Salah satu bentuk UMKM yang masih berkembang hingga saat ini adalah UMKM berbasis kerajinan tradisional, seperti UMKM Kipas Bambu. Produk kipas bambu memiliki karakteristik unik karena memadukan fungsi praktis, nilai estetika, dan kearifan lokal. Selain itu, bahan baku bambu relatif mudah diperoleh dan ramah lingkungan, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM.

Dalam praktiknya, UMKM kerajinan tradisional masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar, terutama pada aspek pengelolaan usaha. Pelaku UMKM umumnya menjalankan usaha secara konvensional berdasarkan pengalaman dan kebiasaan turun-temurun tanpa perencanaan yang matang. Keterbatasan pengetahuan manajemen usaha menyebabkan pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan sederhana, tidak menghitung biaya produksi secara tepat, serta menetapkan harga jual berdasarkan perkiraan semata (Suryana, 2018). Kondisi ini berdampak pada rendahnya efisiensi usaha dan sulitnya pelaku UMKM untuk mengetahui perkembangan usaha secara pasti.

Selain permasalahan manajemen, aspek kualitas produk dan pengemasan juga menjadi tantangan bagi UMKM Kipas Bambu. Produk yang dihasilkan umumnya belum memiliki standar kualitas yang konsisten dan dikemas secara sederhana, sehingga kurang menarik bagi konsumen. Padahal, kualitas produk dan pengemasan merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk kerajinan di pasar (Kotler & Keller, 2016). Rendahnya perhatian terhadap aspek ini menyebabkan produk sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah dikemas dan dipasarkan secara lebih profesional.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Di era digital saat ini, pemasaran tidak lagi terbatas pada transaksi tatap muka, melainkan telah berkembang melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Namun, banyak pelaku UMKM, termasuk UMKM Kipas Bambu, masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media digital untuk mempromosikan produknya. Akibatnya, jangkauan pemasaran menjadi sangat terbatas dan peluang untuk memperluas pasar tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Hasil observasi awal terhadap UMKM Kipas Bambu menunjukkan bahwa mitra belum memanfaatkan pemasaran digital dan masih mengandalkan penjualan secara langsung di lingkungan sekitar. Kondisi ini menghambat pertumbuhan usaha dan membatasi potensi peningkatan pendapatan. Padahal, pemanfaatan pemasaran digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat daya saing usaha (Kotler, P., & Keller, 2016).

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama UMKM tidak hanya terletak pada keterbatasan modal, tetapi juga pada rendahnya kapasitas sumber daya manusia, khususnya pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan yang terencana dan berkelanjutan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Menurut (Mardikanto. T., 2014), kegiatan pemberdayaan masyarakat yang efektif harus mampu meningkatkan kapasitas individu dan kelompok sasaran agar dapat mandiri dan berkelanjutan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat menjadi sarana strategis bagi perguruan tinggi untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Melalui penyuluhan dan pendampingan yang terarah, diharapkan pelaku UMKM Kipas Bambu mampu meningkatkan pemahaman manajemen usaha, memperbaiki kualitas produk dan pengemasan, serta memanfaatkan pemasaran digital secara optimal.

Agar kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tidak hanya bersifat seremonial dan memiliki dampak nyata, diperlukan mekanisme evaluasi yang mampu mengukur keberhasilan program secara objektif. Salah satu metode evaluasi yang dapat digunakan adalah kuesioner sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) kegiatan. Metode ini bertujuan untuk mengetahui perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap mitra sebagai hasil dari intervensi yang diberikan (Sugiyono, 2022).

Penggunaan kuesioner pre-test dan post-test memungkinkan peneliti untuk membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Dengan demikian, keberhasilan program dapat dianalisis secara sistematis berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, seperti peningkatan pengetahuan manajemen usaha, keterampilan produksi dan pengemasan, pemanfaatan pemasaran digital, kinerja usaha, serta komitmen keberlanjutan program.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM Kipas Bambu melalui penyuluhan dan pendampingan yang terintegrasi, serta dievaluasi menggunakan kuesioner pre-test dan post-test sebagai instrumen utama dalam menilai efektivitas dan keberhasilan program pengabdian.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode penyuluhan dan pendampingan. Pendekatan partisipatif dipilih karena menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam kegiatan, bukan sekadar objek penerima bantuan. Melalui pendekatan ini, mitra dilibatkan secara langsung dalam proses identifikasi masalah, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil, sehingga dampak kegiatan diharapkan lebih berkelanjutan.

Dalam konteks evaluasi, kegiatan ini menggunakan desain pra-eksperimental (pre-experimental design) dengan model one group pre-test dan post-test. Model ini digunakan untuk mengukur perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah intervensi kegiatan pengabdian, khususnya pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap usaha. Menurut (Sugiyono, 2022), desain pre-test dan post-test efektif digunakan untuk menilai dampak suatu perlakuan dalam kegiatan sosial dan pendidikan.

Subjek dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM Kipas Bambu yang menjadi mitra kegiatan. Pemilihan mitra dilakukan secara purposive berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan adanya permasalahan pada aspek pengelolaan usaha, kualitas produk, dan pemasaran.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lokasi usaha mitra UMKM Kipas Bambu. Pemilihan lokasi ini bertujuan agar proses penyuluhan dan pendampingan dilakukan secara kontekstual sesuai dengan kondisi nyata yang dihadapi mitra, sehingga materi yang diberikan lebih mudah dipahami dan diterapkan.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap persiapan meliputi:

1. Observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra UMKM.
2. Koordinasi dengan mitra terkait waktu, tempat, dan teknis pelaksanaan kegiatan.
3. Penyusunan materi penyuluhan yang mencakup manajemen usaha sederhana, peningkatan kualitas produk, dan pemasaran digital.
4. Penyusunan instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test.
5. Penyiapan sarana dan prasarana pendukung kegiatan.

Tahap persiapan ini penting untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan mitra dan berjalan secara efektif (Mardikanto, 2014).

Tahap pelaksanaan meliputi:

1. Pre-test, yaitu pemberian kuesioner kepada mitra untuk mengukur kondisi awal pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan pemasaran digital.
2. Penyuluhan, yang bertujuan meningkatkan pengetahuan mitra mengenai manajemen usaha sederhana, pencatatan biaya, dan penentuan harga jual.
3. Pendampingan praktik, yang mencakup peningkatan keterampilan produksi dan pengemasan produk, serta pendampingan penggunaan media pemasaran digital.
4. Diskusi dan tanya jawab untuk memperdalam pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan.

Metode penyuluhan dan pendampingan dipilih karena efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui proses pembelajaran langsung dan berkelanjutan (Suryana, 2018).

Tahap evaluasi dilakukan melalui:

1. Post-test, yaitu pemberian kuesioner yang sama dengan pre-test untuk mengukur perubahan yang terjadi setelah kegiatan pengabdian.
2. Observasi langsung terhadap penerapan pengetahuan dan keterampilan oleh mitra.
3. Wawancara singkat untuk memperoleh umpan balik mitra terkait manfaat kegiatan dan kendala yang dihadapi.

Evaluasi ini bertujuan untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian secara objektif dan menyeluruh.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi:

1. Kuesioner, digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, pemanfaatan pemasaran digital, dan komitmen keberlanjutan mitra.
2. Observasi, digunakan untuk menilai penerapan keterampilan produksi, pengemasan, dan pemasaran secara langsung.
3. Wawancara, digunakan untuk menggali pengalaman dan tanggapan mitra selama mengikuti kegiatan.
4. Dokumentasi, berupa foto dan catatan kegiatan sebagai bukti pelaksanaan pengabdian.

Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih valid dan komprehensif (Sugiyono, 2022).

Instrumen utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah kuesioner pre-test dan post-test dengan skala Likert. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi:

1. Peningkatan pengetahuan mitra tentang pengelolaan usaha.
2. Peningkatan keterampilan produksi dan pengemasan produk.
3. Peningkatan pemanfaatan pemasaran digital.
4. Peningkatan persepsi kinerja usaha.
5. Komitmen mitra terhadap keberlanjutan penerapan hasil kegiatan.

Indikator-indikator tersebut disusun berdasarkan tujuan kegiatan pengabdian dan kebutuhan mitra UMKM.

Analisis data dilakukan secara deskriptif komparatif, yaitu dengan membandingkan skor rata-rata hasil pre-test dan post-test pada setiap indikator. Peningkatan skor post-test dibandingkan skor pre-test menunjukkan adanya dampak positif dari kegiatan pengabdian. Hasil analisis kuantitatif ini kemudian diperkuat dengan data kualitatif dari observasi dan wawancara untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai keberhasilan kegiatan (Sugiyono, 2022).

Analisis data dilakukan secara deskriptif komparatif, yaitu dengan membandingkan skor rata-rata hasil pre-test dan post-test pada setiap indikator. Peningkatan skor post-test dibandingkan skor pre-test menunjukkan adanya dampak positif dari kegiatan pengabdian. Hasil analisis kuantitatif ini kemudian diperkuat dengan data kualitatif dari observasi dan wawancara untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai keberhasilan kegiatan (Sugiyono, 2022). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dinyatakan berhasil apabila:

1. Skor rata-rata post-test lebih tinggi dibandingkan pre-test pada seluruh indikator.
2. Mitra mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diberikan.
3. Mitra menunjukkan komitmen untuk melanjutkan praktik pengelolaan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diperoleh melalui pengukuran menggunakan kuesioner pre-test dan post-test, yang dilengkapi dengan observasi dan wawancara kepada mitra UMKM Kipas Bambu. Evaluasi dilakukan untuk menilai perubahan yang terjadi pada mitra setelah mengikuti rangkaian penyuluhan dan pendampingan.

Berdasarkan hasil kuesioner, secara umum terjadi peningkatan skor rata-rata pada seluruh indikator setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Pada tahap pre-test, kondisi mitra menunjukkan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha, pengemasan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Sebagian besar mitra belum melakukan pencatatan usaha dan masih mengandalkan pemasaran konvensional.

Setelah kegiatan pengabdian, hasil post-test menunjukkan perubahan yang positif. Mitra menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap manajemen usaha sederhana, merasa lebih mampu dalam meningkatkan kualitas dan pengemasan produk, serta mulai memahami dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 1.**

Hasil Pre-Test dan Post-Test

<b>Indikator</b>	<b>Pre-Test</b>	<b>Post – Test</b>	<b><math>\Delta</math></b>
Pengetahuan pengelolaan usaha	2,10	4,05	+1,95
Ketrampilan produksi dan pengemasan	2,35	4,15	+1,80
Pemanfaat pemasaran digital	1,95	3,85	+1,80
Persepsi kinerja usaha	2,40	4,20	+1,80
Motivasi dan keberlanjutan usaha	2,32	4,13	+1,81
Rata-rata	2,32	4,13	+1,81

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor pada seluruh indikator setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Nilai rata-rata meningkat dari 2,32 pada tahap pre-test menjadi 4,13 pada tahap post-test. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi mitra UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.



**Gambar 1.**

Penjelasan Pengisian Kuisisioner

Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terkait pencatatan biaya produksi dan penentuan harga jual. Mitra yang sebelumnya belum memahami konsep dasar pengelolaan usaha, setelah kegiatan mampu menjelaskan kembali materi yang diberikan dan mulai menyadari pentingnya pencatatan usaha sebagai dasar pengambilan keputusan.

Hasil observasi menunjukkan adanya perbaikan dalam kualitas produk dan pengemasan kipas bambu. Mitra mulai menerapkan teknik pengemasan yang lebih rapi dan menarik, sehingga produk memiliki nilai tambah dibandingkan sebelum kegiatan pengabdian.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mulai memanfaatkan media digital, seperti WhatsApp Business dan media sosial, sebagai sarana promosi. Meskipun masih dalam tahap awal, mitra telah memiliki pemahaman dasar mengenai pemasaran digital dan menunjukkan kesiapan untuk mengembangkannya lebih lanjut.

Mitra merasakan adanya peningkatan optimisme terhadap perkembangan usaha setelah kegiatan pengabdian. Beberapa mitra mulai menerima pesanan dalam jumlah yang lebih banyak dan memiliki keyakinan bahwa peningkatan kualitas produk dan pemasaran dapat berdampak pada peningkatan pendapatan.

Hasil post-test menunjukkan bahwa mitra memiliki komitmen yang tinggi untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Mitra menyatakan kesediaannya untuk melanjutkan pencatatan usaha sederhana, menjaga kualitas produk, serta terus memanfaatkan pemasaran digital.

Peningkatan skor post-test pada indikator pengetahuan menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan yang dilakukan telah berhasil meningkatkan kapasitas kognitif mitra. Metode penyampaian materi yang sederhana dan kontekstual memudahkan mitra dalam memahami konsep manajemen usaha. Temuan ini sejalan dengan pendapat Mardikanto (2014) yang menyatakan bahwa penyuluhan partisipatif efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat sasaran.

Pendampingan praktik memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan mitra, khususnya dalam pengemasan produk. Kegiatan praktik langsung memungkinkan mitra untuk belajar melalui pengalaman, sehingga keterampilan yang diperoleh lebih mudah diterapkan. Hal ini sejalan dengan (Suryana, 2018) yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis praktik bagi pelaku UMKM.



**Gambar 2.**  
Pendampingan Proses Produksi

Peningkatan pemanfaatan pemasaran digital menunjukkan bahwa mitra mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Meskipun belum sepenuhnya optimal, perubahan ini merupakan langkah awal yang penting dalam memperluas jangkauan pasar. (Kotler, P., & Keller, 2016)

menyatakan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui akses pasar yang lebih luas.

Persepsi positif mitra terhadap kinerja usaha menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak awal yang konstruktif. Walaupun peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara kuantitatif dalam jangka pendek, perubahan pola pikir dan praktik usaha menjadi indikator penting bagi keberlanjutan UMKM (Tambunan, 2019).

Tingginya komitmen mitra untuk melanjutkan praktik yang telah diperkenalkan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan dampak sesaat, tetapi juga mendorong perubahan perilaku. Hal ini menandakan bahwa program pengabdian telah berhasil mencapai tujuan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Kipas Bambu berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Keberhasilan tersebut ditunjukkan oleh peningkatan pengetahuan, keterampilan, pemanfaatan pemasaran digital, persepsi kinerja usaha, serta komitmen keberlanjutan mitra berdasarkan hasil kuesioner pre-test dan post-test yang diperkuat dengan observasi dan wawancara.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Kipas Bambu telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Keberhasilan program ditunjukkan oleh peningkatan nilai rata-rata seluruh indikator evaluasi berdasarkan hasil kuesioner pre-test dan post-test. Peningkatan tersebut mencakup aspek pengetahuan pengelolaan usaha, keterampilan produksi dan pengemasan, pemanfaatan pemasaran digital, persepsi kinerja usaha, serta motivasi dan komitmen keberlanjutan usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan penyuluhan dan pendampingan partisipatif efektif dalam meningkatkan kapasitas mitra UMKM. Selain peningkatan aspek kognitif dan keterampilan, kegiatan ini juga mendorong perubahan sikap dan pola pikir mitra terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terencana dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif dan berpotensi mendukung keberlanjutan usaha mitra dalam jangka menengah dan panjang.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan yaitu mitra UMKM diharapkan dapat secara konsisten menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh, khususnya dalam pencatatan usaha sederhana, peningkatan kualitas dan pengemasan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital. Konsistensi dalam penerapan tersebut diharapkan dapat berdampak pada peningkatan daya saing dan pendapatan usaha. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan lanjutan secara berkala guna memastikan keberlanjutan penerapan hasil kegiatan. Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada penguatan pemasaran digital, pengelolaan keuangan yang lebih sistematis, perluasan jaringan pemasaran produk UMKM, dan melakukan pengembangan metode evaluasi yang lebih komprehensif seperti pengukuran dampak jangka panjang terhadap peningkatan pendapatan atau volume penjualan. Selain itu, kolaborasi dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah atau komunitas UMKM, perlu ditingkatkan agar dampak program dapat menjangkau lebih luas.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pimpinan perguruan tinggi beserta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra UMKM Kipas Bambu yang telah berpartisipasi secara aktif dan kooperatif selama kegiatan berlangsung. Partisipasi dan keterbukaan

mitra dalam menerima pendampingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim pengabdian serta pihak-pihak lain yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam pelaksanaan kegiatan ini. Semoga hasil kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan masyarakat secara luas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik usaha mikro dan kecil Indonesia 2023*. BPS RI.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data UMKM dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional*. Kemenkop UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mardikanto, T. (2014). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik*. Alfabeta.
- OECD. (2020). *SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19*. OECD Publishing.
- Rangkuti, F. (2018). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses (4th ed.)*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.