

PENGUATAN BUDAYA USAHA MELALUI PENGEMBANGAN *BUSINESS PLAN* DAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM RAJOET BINONG JATI

Dwi Kartini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

*Korespondensi: d.kartini@unpad.ac.id

ABSTRAK. Artikel ini diawali dari adanya keunikan sekaligus permasalahan permodalan dan pasokan di Sentra Rajoet-Binong-Jati yang belum terpantau oleh Koperasi Sentra tersebut. Hal ini tampak dari Perencanaan Bisnis mereka yang belum tepat guna dan belum tepat sasaran, khususnya dengan masa Pandemi ini. Tujuan kegiatan ini agar terdapat sinergitas antara Kadin dengan Unpad dalam mengembangkan *Business Plan* 2021-2023 yang lebih tepat guna dan tepat sasaran disamping melatih untuk berjiwa *entrepreneur* mahasiswa melalui kegiatan PPM-Virtual-2021. Metode Pengabdian ini bersifat deskriptif-kualitatif. Pengambilan sampel melalui *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data sekunder melalui Peraturan sekaligus pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam kepada MenKop-UMKM, KADIN, Sentra Rajoet-Binong-Jati. Juga melalui FGD kepada Praktisi sebagai *Expert-Judgment*, dan mahasiswa ikut memberi masukan dengan mengisi celah-celah yang bisa memperkuat budaya usaha berbasis teknologi melalui *Business Plan* dan media sosial. Dari Hasil Pengabdian ini terdapat kesamaan persepsi dalam Penyusunan *Business Plan* yang lebih tepat sasaran dengan mendayagunakan Koperasi di Sentra tersebut untuk menjembatani pinjaman modal bergulir dari MenKop-UMKM, disamping juga bermitra dengan pabrik benang yang kredibel sebagai pemasok pengganti para pemasok liar.

Kata kunci : UMKM; Budaya Usaha; *Business Plan*; Media Sosial

ABSTRACT. This article begins with the uniqueness as well as the problems of capital and supply at the Rajoet-Binong-Jati Center that have not been monitored by the central cooperative. This would be seen from their business planning which is not effective and on target yet, especially during this pandemic. The aim of this activity is that there is synergy between Kadin and Unpad in developing a more effective and targeted 2021-2023 *Business Plan* in addition to training student entrepreneurial souls through the PPM-Virtual-2021 activities. The method is descriptive-qualitative. Sampling was taken through purposive sampling. Secondary data collection techniques are through regulations and primary data collection through observation, in-depth interviews with Indonesian SME's and Cooperative Minister, Indonesian Commerce and Industry Chamber, Rajoet-Binong-Jati Center. Also through FGDs for practitioners as *Expert-Judgment*. Students participate in providing input by filling in the gaps that would strengthening the technology-based business culture through the *Business Plan* and Social Media. From the Results of this Service, there is a common perception in the preparation of a more targeted *Business Plan* by empowering the Cooperative in the Center to bridge revolving capital loans from Indonesian SME's and Cooperative Minister, as well as partnering with a credible yarn factory as a substitute supplier for illegal suppliers.

Keywords: MSMEs; Business Culture; *Business Plan*; Social Media

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh terutama dalam aspek-aspek seperti kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi, dan pemerataan tenaga kerja. Selain itu UMKM di sektor industri pengolahan terbukti mampu bertahan dan terus berkembang di tengah krisis, karena pada umumnya sektor ini masih memanfaatkan sumber daya lokal, baik itu untuk sumber daya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan, artinya sebagian besar kebutuhan Industri tidak mengandalkan barang impor. Pembangunan industri khususnya industri kecil diarahkan dapat menjadi salah satu peran yang cukup berkualitas dalam perekonomian, sehingga mampu bersaing di dalam maupun di luar negeri. UMKM di sektor industri pengolahan memberikan banyak dampak pada penyerapan tenaga kerja, maupun pendapatan masyarakat yang mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat golongan bawah. Setiap tahun UMKM industri pengolahan selalu tumbuh dan berkembang. Selain itu industrialisasi, baik di bidang pengolahan berperan penting dalam peningkatan mutu sumber daya manusia dan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya lainnya secara optimal.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan usaha ekonomi produktif perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung berskala usaha kecil, menengah atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan diatur dalam Undang-Undang. Usaha dapat dikategorikan sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM) apabila memenuhi kriteria yang sesuai dengan Pasal 6 (2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dimana UKM memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp500 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp2.5 Milyar.

Kegiatan usaha saat ini banyak sekali dan saling berkompetisi untuk dapat bertahan dari ketatnya persaingan. UMKM dituntut pada saat ini harus mampu bekerja dengan lebih efektif, efisien dan produktif. Solusi yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan adalah dengan cara meningkatkan daya saing, baik dalam segi produk maupun kualitas produksi perusahaan. Pemilik harus mampu meningkatkan segala upayanya untuk memperebutkan pangsa pasar, mempertahankan kelangsungan hidup usaha, dan mencapai tujuan yang diharapkan. Keadaan ini menuntut adanya inovasi dan kreativitas dari UMKM sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usahanya. Dengan peranan UMKM yang sangat penting, maka sebetulnya UMKM merupakan sektor ekonomi yang tidak hanya memberikan kegiatan usaha pada rakyat kecil saja, namun juga dapat berperan sebagai alternatif pemecahan masalah sosial seperti ledakan jumlah tenaga kerja yang terus bertambah di Indonesia.

Berbagai peranan penting inilah yang menjadikan alasan agar UMKM tetap dikembangkan di Indonesia khususnya kota Bandung. Kota Bandung merupakan kota yang mempunyai potensi bisnis yang sangat baik. Kota Bandung dikenal dengan penduduknya yang kreatif sehingga kota Bandung dikenal dengan kota kreatif. Dari banyaknya UMKM di Bandung, artikel ini memfokuskan pada potensi tempat produksi terbesar di Asia dengan di dalamnya terdapat wisata produksi dengan 425 unit Sentra Rajoet Binong Jati dengan proses produksi berasal dari bahan mentah yaitu benang.



Gambar 1. Lokasi Kangpoeng Rajoet Binong Jati



Gambar 2. Area Kawasan Kangpoeng Rajoet

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Unit di Sentra tersebut seperti *mindset* para pengrajin yang belum semua sama, adanya *superteam* seperti produksi, pemasaran, finansial, serta *role model* yang belum memahami satu sama lain, serta sulitnya mendapatkan. Penawaran yang dilakukan belum ke wilayah luas sebagai salah satu sentuhan untuk pemasaran, karena perlunya kemampuan penggunaan media sosial sebagai penguatan pemasaran.

Merunut dari banyaknya potensi dan adanya permasalahan yang dimiliki oleh Sentra Rajoet Binong Jati menjadi dasar pemikiran Mahasiswa KKNM-PPM Unpad tahun ini diterjunkan untuk turut belajar bagaimana berwirausaha. Mereka bukan hanya belajar betapa tidak mudahnya berwirausaha, memberikan bantuan dalam perbaikan *Business Plan* agar dapat melakukan *closing* ke investor, namun juga wajib memberi masukan dari teori & konsep yang telah dipelajari di Kampus yang diterapkan untuk mengatasi masalah dan hambatan khususnya pada masa *Pandemic-Covid19* semua serba online. Salah satu bantuan Mahasiswa KKNM-PPM Unpad dalam penggunaan teknologi informasi melalui Media Sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok dan *Marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, Lazada dan sebagainya, baik dalam kegiatan pemasaran maupun kebutuhan pemasokan.

UNPAD bersama KADIN Kota Bandung mengadakan kegiatan Webinar pada hari Senin, 18 Januari 2021. Webinar yang diadakan terkait penyuluhan *Bussiness Plan* untuk para pelaku usaha. Kegiatan tersebut dihadiri oleh beberapa tokoh yang ikut memberikan kontribusi demi keberlangsungannya kegiatan namun juga dapat berperan dalam memberikan kesempatan kerja, dan pemerataan pendapatan sebagai alternatif

pemecahan masalah sosial seperti ledakan jumlah tenaga kerja yang terus bertambah di Indonesia, terlebih lagi dalam *Pandemic- Covid 19*. Pada Jumat, 29 Januari 2021 Mahasiswa turut berkontribusi dengan memberikan tutorial pembuatan *Instagram (IG)* dan *Facebook (FB)* kepada UMKM dalam acara Webinar.

Kegiatan ini sangat berguna bagi mahasiswa, mengingat pemberian materi yang terkait dengan kemampuan berwirausaha. Dalam Penbadian ini dikhususkan menyusun Rencana Pengembangan Usaha melalui *Business Plan* yang diprediksi 3 tahun dari 2021 sampai 2023. Penyusunannya dirancang secara jelas dan terarah dalam meningkatkan kemampuan mengelola dan mengembangkan usaha di Sentra tersebut sehingga memiliki keunggulan kompetitif. Unpad mendukung penyelenggaraan kegiatan ini dengan harapan semoga berjalan dengan tepat guna dan tepat sasaran, mampu mengambil langkah strategik dalam pengendalian laju usahanya secara aktif, dan terpadu dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan bertindak secara profesional.

Tujuan Kegiatan ini Pertama untuk terjadinya Sinergitas antara Program Pengembangan UMKM Binaan KADIN dengan UNPAD sebagai Mitra Strategis Perusahaan dalam menumbuhkembangkan UMKM di Kota Bandung. Kedua, untuk Menyusun *Business Plan* UMKM 2021-2023 yang menuju pada cara *closing kepada Investor*. Ketiga, memberikan rasa empati kepada Mahasiswa melalui bantuan tutorial penggunaan Media Sosial *IG* dan *FB* dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas untuk keberlangsungan berwirausaha melalui kegiatan KKNM-PPM 2021.

METODE

Artikel ini menggunakan metode kualitatif yang dideskripsikan melalui gabungan Aplikasi Whatsapp, Instagram, Google Form dan Zoom kepada Unit Usaha. Teknik pengambilan unit sampel dengan *purposive sampling* 10 dari 425 Unit Usaha Sentra Rajoet Binong Jati yang paling berkembang usahanya. Guna mendapatkan data dan informasi, teknik Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada Kadin, Menkop dan UMKM, sedangkan observasi kepada Unit Usaha saja. Selain itu,

sumber data sekunder dari hasil penyuluhan UMKM dan Peraturan terkait Menkop dan UMKM. Setelah merangkum data sekunder dimana diperoleh beberapa kelemahan dalam komunikasi secara online, maka diselenggarakan penyuluhan mengenai gabungan praktik cara menggunakan Aplikasi Whatsapp, Instagram, Google Form dan Zoom.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Sentra Rajoet Binong Jati memiliki berbagai macam keunikan dari jenis kegiatan usahanya, baik yang aktual maupun yang masih potensial. Namun, permasalahan khusus dalam keterbatasan modal sendiri yang saat ini diberikan tambahan modal pinjaman dari perbankan dengan bunga yang relatif memberatkan menjadi hambatan besar.

Tambahan bantuan permodalan dari Pemerintah bukan berupa *BLT* yang diberikan untuk modal *job order* kepada masing-masing unit usaha cenderung bersifat konsumtif. Masalah lainnya untuk membantu Sentra tersebut yang ingin memperluas jangkauan pemasarannya. Untuk itu Pelaksanaan Pengabdian ini difokuskan pada penyuluhan *Business Plan* nya agar lebih tepat guna dan tepat sasaran. Dusanoining itu belum mengefektifkan Koperasi Sentra sebagai sarana untuk menjembatani pinjaman yang dibutuhkan oleh Sentra tersebut. Unit Usaha terkait juga dibantu menyusun *Business Plan* untuk *closing* ke investor selain perbankan. Dosen, praktisi dan Mahasiswa ikut memberi masukan dengan mengisi celah-celah yang bisa memperkuat *Business Plan* tersebut. Disamping itu Civitas Akademika Unpad memberikan pengetahuan dan tutorial Instagram (IG) dan Facebook (FB).

Disamping itu dilakukan diskusi untuk penyamaan persepsi dalam pemahaman *Business Plan*. Dalam kesempatan ini didiskusikan juga untuk mengambil peluang tawaran Menkop menerima pinjaman bergulir dengan bunga yang cukup ringan 3% pertahun.



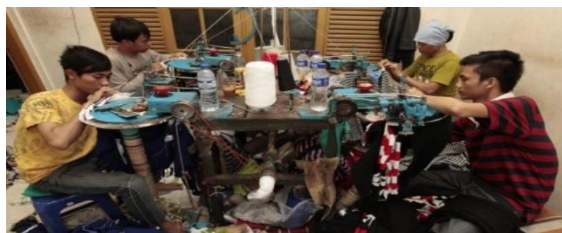
Gambar 3. Penyuluhan *Business Plan* pada Sentra Rajoet Binong Jati Binaan KADIN Kota Bandung

Seperti yang dikemukakan pada Pendahuluan, *Business Plan* ini difokuskan pada penyuluhan pengembangannya karena sebenarnya mereka sudah memiliki Perencanaan Bisnis. Namun tampaknya belum tertata sehingga kemungkinan belum tepat guna dan tepat sasaran, khususnya dengan adanya masa Pandemi Covid-19 ini. Oleh karena itu untuk memenuhi tujuan pemenuhan terjadinya sinergitas dalam menumbuhkembangkan Sentra Rajoet Binong binaan Kadin Kota Bandung maka *Business Plan* UMKM 2021-2023 lebih menuju pada cara *closing* kepada Investor.

Penyuluhan *Business Plan* yang diberikan kepada UMKM diawali dengan aspek latar belakang usaha guna mengetahui dasar gagasan usaha seperti prospek pasar, manfaat ekonomi, manfaat sosial dan daftar riwayat hidup dari pelaku UMKM. Aspek pemasokan sebagai pasar input, dan aspek pemasaran sebagai pasar output dapat memberikan gambaran umum penentuan wilayah pemasaran, dari cakupan wilayah pasar terkecil hingga yang lebih luas. Permintaan pasar juga perlu diprediksi untuk memperkirakan pembeli potensial dengan asumsi permintaan pasar dari target yang ditentukan. Disamping itu menentukan segmen dan target pasar yang tepat, dan memproyeksikan permintaan penjualan selama 3 tahun dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.

Apabila prospek setiap tahunnya bisa dinaikkan 5 hingga 10%;, maka perlu diproyeksikan penawaran produk selama kurang lebih 3 tahun. Kemudian dibuat Rencana Penjualan per-tahun, dengan asumsi ada kenaikan tiap tahun. Untuk mengukur berapa porsi pasar dari masing-masing unit usaha di sentra ini, diperlukan menghitung pangsa pasar masing-masing dibandingkan dengan para pesaing sejenisnya. Inventarisir dibutuhkan dengan pengklasifikasian asal pesaing dan tingkat cakupan Pasar mereka apakah masih lokal, nasional, atau bahkan sudah internasional.

Identifikasi kualitas produk, penetapan harga, strategi pemasaran, termasuk promosi, dan cara mendistribusikan saluran pemasaran produk pesaing ke pasar perlu dilakukan. Disamping itu perlu ditampilkan beberapa contoh produk, perhitungan omzet per tahun, dan kontrak kerjasama antar unit usaha.. Kemudian menentukan aspek produksi untuk menentukan alur proses produksi, untuk menghitung kapasitas produksi pada tahun pertama secara perhari, perminggu, perbulan, pertahun. Disamping itu membuat rencana produksi untuk 3 tahun mendatang, menghitung aset, mesin dan peralatan harga satuannya menggunakan harga barang saat ini, bukan harga saat membeli.



Gambar 3. Kegiatan Produksi di Kampoeng Rajoet Binong Jati

Ditinjau juga aspek organisasi dan manajemen dalam membuat struktur organisasi yang berdampak pada persiapan para pelaku UMKM di Kampoeng Rajoet ketika bisnis meningkat. Disamping itu perlu dilakukan pendataan tentang gaji, pimpinan dan karyawan. Juga membuat dan menghitung biaya untuk proses perizinan; Aspek Keuangan, menggunakan sistem berupa excel supaya memudahkan biaya proyek, proyeksi penjualan dan laba rugi.

Tabel 1. Omset Hasil Penjualan Per Tahun Selama Januari – Desember 2020

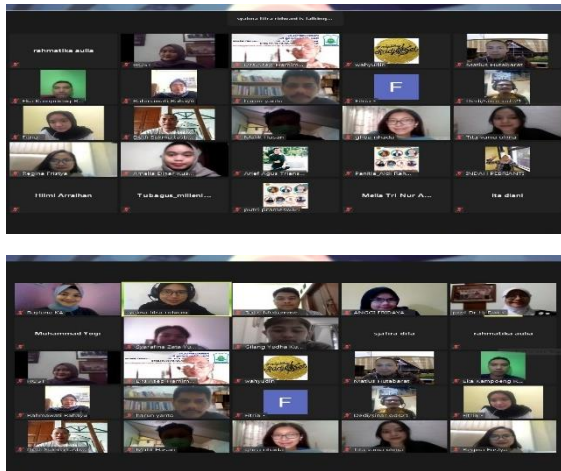
RAJOET BINONG JATI			
Galleraj	Rahmawati	2017	Rp 385.000.000
D3Ra Unique	Dewi Ratna P	2015	Rp 136.500.000
Serba Rajoet	Efa Sartika	2019	Rp 840.000.000
Kelvin Beauty	Mohamad Celvin F S	2017	Rp 750.000.000
Kampoeng Rajoet	Eka Rahmat Jaya	2013	Rp 1.685.330.000
Wanina Store	Wahyudin	Mei 2015	Rp 402.455.000
Gallery Rajut	Iskandar	2018	Rp 267.889.00
Rajutqu	Ita Diani	Januari 2020	Rp 361.350.000
NDI Rajut Kampoeng	Andika	Januari 2017	Rp 124.200.000
Karimake Kampoeng Rajut	Eka Rahmat	2012	Rp 633.485.545

Sumber : UMKM Sentra Rajoet Binong Jati : diolah

Pada setiap Penyusunan *Business Plan* tersebut, khususnya pada masa dan pasca pandemi Covid 19 ini dalam rangka memperlancar network, baik di pasar input sebagai sumber pasokan, juga di pasar output yang menyerap produk, maupun di pasar antara yang memediasi diantara pasar input dan pasar output yang terintegrasi, perlu kiranya mengenal keterampilan digital melalui Media Sosial. Instagram dan Facebook menjadi bahan utama yang digunakan dalam presentasi.

Disamping itu juga melatih rasa empati mahasiswa kepada UMKM melalui bantuan

tutorial oleh mereka dalam penggunaan Media Sosial IG dan FB dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas keberlangsungan berwirausaha mereka. Dengan demikian hasil dari Pengabdian ini terdapat kesamaan persepsi dan sekaligus menghasilkan penyusunan *Business Plan* yang lebih tepat guna sesuai dengan kapasitas masing masing unit.



Gambar 4. Penyuluhan Penggunaan Media Sosial IG dan FB dalam Mengembangkan Inovasi dan Kreativitas

Dalam penyuluhan penggunaan Media Sosial IG dan FB, berikut ini adalah materi yang dipaparkan.

Pembuatan Instagram (IG)

1. Persiapkan akun email atau nomor telepon aktif
2. Buka aplikasi Instagram, lalu pilih "Buat Akun Baru".
3. Isi kolom "Nama Pengguna" dengan nama yang ingin menjadi username dari akun, lalu isi "Kata Sandi" sebagai kata kunci dari akun tersebut.
4. Sebagai langkah opsional, pengguna dapat menghubungkan akun yang baru tersebut dengan akun Facebook yang pengguna miliki. untuk tahapan ini, pengguna dapat menolak jika tidak ingin kedua akun tersebut disinkronisasikan.
5. Tambahkan foto profil untuk menunjukkan tanda dari akun tersebut.
6. Buka profil dan pilih kolom "Edit Profil". lakukan pengisian terhadap

"Nama", "Situs Web" (situs yang digunakan untuk usaha), serta "Bio" yang menjelaskan keberlangsungan dari suatu akun.

7. Akun Instagram siap untuk digunakan.

Fasilitas yang bisa digunakan oleh para UMKM yaitu: Branding Kegiatan Usaha, Business Account, Instagram Ads, Endorsment, dan Collaboration.

Pembuatan Facebook (FB)

1. Membuat E-mail baru dengan membuka website gmail.com
2. Klik buat akun jika belum mempunyai akun e-mail. Pilih untuk akun pribadi atau akun untuk bisnis
3. Lalu isi data diri dengan benar untuk mendaftarkan E-mail baru
4. Setelah E-mail sudah jadi, buka website facebook.com
5. Setelah sudah terbuka, Pilih untuk membuat akun baru
6. Selanjutnya, Isi Data Akun Dengan Lengkap dan Benar
7. Masukkan kode yang dikirim melalui E-mail yang di daftarkan
8. Jika tampilan sudah seperti ini, akun facebook siap digunakan.

Setelah diberikan tutorial penggunaan IG & FB, pengusaha Kampoeng Rajoet Binong Jati dapat mencapai hasil dalam mengaplikasikan proses penjualan mereka secara online dan menyebarkan informasi dengan lebih mudah.

SIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian ini terdapat persamaan persepsi dalam penyusunan *Business Plan* yang lebih tepat guna dan tepat sasaran. Tambahan bantuan permodalan dari Pemerintah berupa BLT yang diberikan untuk pemenuhan *job order* langsung kepada masing-masing unit usaha, seringkali cenderung digunakan lebih bersifat konsumtif.

Tambahan bantuan permodalan berupa BLT sebagai modal *job order* dapat diusulkan untuk adanya Regulasi dari Pemerintah bukan langsung kepada masing-masing unit usaha,

namun dikoordinasikan oleh MenKop-UMKM dengan mendayagunakan Koperasi di Sentra-Sentra UMKM. Sebelum usulan tersebut disetujui Pemerintah, Koperasi sentra Rajoet Binong sudah mencoba untuk memantau agar penggunaan BLT hanya untuk keperluan pemenuhan *job order* mereka. Kalau dari BLT masih kurang dapat mengajukan tambahan pinjaman modal bergulir dari MenKop-UMKM yang bunganya lebih rendah dari pinjaman ke Bank, yaitu 3% per tahun.

Koperasi di Sentra tersebut perlu juga mulai bermitra dengan pabrik benang yang kredibel seperti KAHATEX sebagai pemasok pengganti para pemasok liar. Mereka menawarkan pasokan benang dengan harga yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Disamping itu juga keterampilan digital melalui teknologi informasi dapat diberikan. Walaupun tentu Kadin sudah membina, namun bisa dilanjutkan bekerjasama diantara Kadin dengan Civitas Akademika, Praktisi Alumni Unpad untuk memberikan Aplikasi yang mudah diimplementasikan.

Kegiatan Penguatan Budaya Usaha melalui *Business Plan* dan Media Sosial pada UMKM Rajoet Binong Jati diharapkan dapat mengatasi permasalahan unit usaha di Sentra tersebut yang kondisinya cenderung menurun untuk mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.

Harapan kedepannya Pemkot Bandung dapat menerbitkan Regulasi untuk mempermudah usaha Para UMKM, khususnya pada Masa dan Pasca Pandemi ini. Yang perlu diperhatikan terkait perencanaan bisnis guna memberikan gerak langkah yang cepat untuk mengaplikasikan perencanaan yang matang. Disamping itu bisa mengikut sertakan UMKM dalam proyek pekerjaan besar di luar negeri.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya Penulis sampaikan kepada Rektor Universitas Padjajaran, Prof. Dr. Rina Indiatuti, MSIE; Direktur Pendidikan dan Internasionalisasi

Mohamad Fahmi, S.E., M.T; dan DRPM Rizky Abdulah, S.Si., Apt., Ph.D. Terimakasih juga disampaikan kepada para Panitia PPM Virtual dan Tim Adhoc, khususnya Ela Rona Rohaeni, SAP; Rise Eltina, S.Pd; Asep Kusnadi, S.IP; Dr. Risna Resnawaty, MP; Gofarana Wilar, S.Si., M.Si., Apt., Dr. Dianne Amor Kusuma S.Pd., M.Pd; Ph.D; Aditya Candra Lesmana, S.Sosio., M.Sosio. Secara khusus terimakasih kepada Para Rekanan KADIN Kota Bandung Ir. Iwa Gartiwa, MM; WaKeTu DPRD Kota Bandung H. Achmad Nugraha, DH, SH; NarSum Drs. Bambang Tris Bintoro; Ketua Sentra Rajoet Eka Rahmat Jaya; dan Koordinator Kerjasama Dr.Harun Heri Trismiyanto, SE.,MM. Terakhir ucapan terimakasih kepada Ipit Zulfan selaku *Editor in Chief* Jurnal PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. 2010. Perpustakaan Tempat Belajar Sepanjang Hayat. Media Indonesia, Jakarta: Kamis, 7 Oktober: hlm.1, klm 2.
- Deasy, Silvya., Zaenal, Muttaqin. 2020. Potensi Usaha Rumahan di Desa Jatisari Kabupaten Sumedang. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat ISSN
- Diah, Chaerani., Melda, Noereast., dkk. 2020. Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat ISSN 1410 – 5675 Vol. 9, No. 4, Desember 2020: 275 – 282
- Dwiloka, B. dan Riana. R. 2005. Teknik Menulis Karya Ilmiah. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subroto, E., Tensiska, dan Indiarito. R. 2014. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan dalam upaya Mendukung Ketahanan Pangan di Desa Girijaya dan Mekarjaya, Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut. Dharmakarya. 1 – 4
- Suwahyono, N. 2004. Pedoman Penampilan Majalah Ilmiah Indonesia. Jakarta: Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah, LIPI.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab VI Pasal 20