

## **Pendampingan Pelatihan Keberlanjutan Inovasi Produk Bagi UMKM**

Anni Safitri<sup>1)</sup>, Kresna Rahma Aji<sup>2)</sup>, Mar'atus Sholikhah<sup>3)</sup>, Sudarmin<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Politeknik Balekambang Jepara, Jawa Tengah Indonesia

Email: annishafitri96@gmail.com<sup>1</sup>, ajisakatranslation@gmail.com<sup>2</sup>,  
maratussholikhah.polibang@gmail.com<sup>3</sup>

**Article History : Received: 17-06-2025**

**Accepted: 22-07-2025 Publication: 07-08-2025**

---

**Abstract:** *This community service activity aims to help small and medium enterprises (MSMEs) meet customer needs and adapt to rapidly changing market trends. The method of this mentoring activity is through training and mentoring. The results of the mentoring activity indicate that the training is very beneficial for participants. Participants' enthusiasm for the training is demonstrated by the high level of participation and attention; this improves participants' understanding and skills. Furthermore, reports of increased revenue reported by participants and new employee applications indicate that the training also helps companies grow. This demonstrates the importance of product innovation training in driving sustainable MSME growth. Researchers found that small and medium enterprises (MSMEs) in Tunggul Village will be better able to meet customer needs if product innovation training is continuously provided.*

**Abstrak :** *Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) memenuhi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang berubah dengan cepat. Metode kegiatan pendampingan ini melalui pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa pelatihan sangat bermanfaat bagi peserta. Antusiasme peserta untuk mengikuti pelatihan ditunjukkan oleh tingkat partisipasi dan perhatian yang tinggi; ini meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, laporan peningkatan pendapatan yang dilaporkan oleh peserta dan lamaran karyawan baru menunjukkan bahwa pelatihan juga membantu perusahaan berkembang. Ini menunjukkan betapa pentingnya pelatihan inovasi produk untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Peneliti menemukan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Tunggul akan lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik jika pelatihan inovasi produk terus diberikan*

---

**Keywords :** *Sustainability Training, Product Innovation, UMKM*

### **PENDAHULUAN**

Pelatihan inovasi produk yang berkelanjutan bermanfaat bagi UMKM dalam beberapa hal. Yang pertama adalah bahwa para pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia mereka melalui peluang untuk terus meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan pengetahuan mereka. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bisnis mereka. Kedua, peningkatan daya saing: UMKM dapat menjadi lebih kompetitif di pasar lokal maupun internasional dengan inovasi produk yang terus berkembang. Ini membuat produk mereka lebih menonjol dan menarik bagi konsumen. Ketiga, penggunaan teknologi baru. Pelatihan

berkelanjutan membantu UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi baru yang terkait dengan industri mereka, seperti pemasaran digital, teknologi produksi, dan e-commerce. Keempat, dampak ekonomi yang positif, karena UMKM dapat mendapat manfaat dari peningkatan produktivitas dan profitabilitas melalui inovasi yang berkelanjutan, yang membantu pertumbuhan ekonomi baik di daerah maupun di seluruh negara. Terakhir, usaha kecil dan menengah (UMKM) lebih kuat karena pelatihan yang berkelanjutan. Ini membuat mereka lebih fleksibel dan tangguh saat menghadapi tantangan ekonomi dan perubahan pasar. Oleh karena itu, pelatihan inovasi produk UMKM yang berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kemampuan untuk berinovasi, tetapi juga meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis yang stabil dan berkelanjutan, yang memiliki efek positif jangka panjang pada ekonomi lokal dan masyarakatnya.

Pelatihan dan pendampingan untuk melakukan inovasi produk merupakan hal yang sangat diperlukan bagi siapapun. Pelatihan inovasi produk biasanya dimulai dengan kemasan produk dan pengembangan pemasaran digital (Kusuma et al., 2024). Lukas & Widawati (2022) menemukan bahwa pelatihan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki dampak yang signifikan terhadap kapasitas dan daya saing pelaku usaha. Studi menunjukkan bahwa pelatihan yang berfokus pada keterampilan manajerial dan teknis dapat membantu UMKM mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Misalnya, program pelatihan yang berfokus pada pemasaran digital telah terbukti membantu UMKM mendapatkan pelanggan baru dan memperluas pasar mereka. Pelatihan, selain keterampilan teknis, meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM. Hartati et al. (2021) menunjukkan bahwa peserta pelatihan merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan bisnis dan mampu membuat keputusan yang lebih baik, yang tercermin dalam peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas, karena UMKM yang terlatih dapat menyediakan layanan dan produk yang lebih baik. Terakhir, tetapi tidak kalah pentingnya, pelatihan untuk UMKM membantu memperkuat jaringan bisnis. Syifa et al. (2021) menunjukkan bahwa pelaku UMKM dapat berinteraksi dengan mentor, sesama pengusaha, dan pemangku kepentingan lainnya melalui pelatihan. Selain memberikan dukungan moral, jaringan ini menawarkan peluang kerja sama dan akses ke sumber daya tambahan seperti modal dan informasi pasar. Oleh karena itu, pelatihan menjadi bagian penting dari kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

## **METODE**

Kegiatan pendampingan berupa pelatihan yang diberikan kepada pelaku bisnis dalam pemahaman tren pasar yang berubah dengan cepat dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Fokus masalah pada pelatihan ini antara lain adalah: 1) tingkat partisipasi peserta; 2) tingkat perhatian peserta;

3) peningkatan pendapatan; dan 4) peningkatan jumlah karyawan. Pelatihan studi kasus bermanfaat untuk memberikan solusi dan rekomendasi atas masalah yang diteliti (Dul & Hak, 2008; Simons, 2009).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan pengenalan program kegiatan dengan menyampaikan maksud dan tujuan mengapa kegiatan ini dilakukan. Kegiatan dimulai dengan *Pre-Test* Pemahaman Peserta untuk mengetahui kemampuan awal dari peserta. Para peserta pelatihan terdiri 50 orang peserta pelatihan. Mereka terdiri dari pria dan wanita yang memiliki UMKM di desa Tunggul Pandean. Rata-rata peserta berusia dari 25 – 55 tahun. 60% peserta pelatihan telah menikah. Diantara 50 peserta tersebut, 30 peserta merupakan perempuan dan 20 peserta adalah laki-laki. Hasil pengamatan mendapati pelatihan tersebut berlangsung tepat waktu mulai dari pukul 09.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB. Pelatihan tersebut memiliki 4 sesi. Tabel 1 menunjukkan *rundown* kegiatan pelatihan beserta ringkasan kegiatan yang dilakukan oleh para peserta pelatihan.

**Tabel 1. Hasil *Pre-Test* Pemahaman Peserta**

| No. | Aspek yang Diukur                                                          | Jumlah Peserta Menjawab “YA” | Persentase (%) |
|-----|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------|
| 1   | Pernah mengikuti pelatihan tentang inovasi produk                          | 15                           | 30%            |
| 2   | Memahami bahwa inovasi produk mencakup nilai tambah dan efisiensi produksi | 13                           | 26%            |
| 3   | Pentingnya aspek keberlanjutan inovasi produk dalam UMKM                   | 10                           | 20%            |
| 4   | Mengetahui cara mengidentifikasi kebutuhan pasar untuk inovasi produk      | 20                           | 40%            |
| 5   | Menggunakan prinsip keberlanjutan dalam pengembangan produk UMKM saat ini  | 7                            | 14%            |

Hasil pre test pada tahap awal pada tabel 1 menunjukkan sebelum pelatihan dilaksanakan, tim pengabdian melakukan *pre-test* kepada 50 peserta untuk mengetahui sejauh mana pemahaman awal mereka terhadap materi inovasi dan keberlanjutan produk. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa hanya 30% peserta yang pernah mengikuti pelatihan sejenis sebelumnya, mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pengalaman formal dalam bidang ini. Lebih lanjut, hanya 26% peserta yang memahami bahwa inovasi produk tidak hanya mencakup perubahan bentuk atau kemasan, tetapi juga melibatkan penciptaan nilai tambah dan efisiensi dalam proses produksi.

Kesadaran peserta terhadap pentingnya keberlanjutan inovasi produk UMKM juga tergolong rendah, dengan hanya 20% yang memahami konsep tersebut. Sementara itu, sebanyak 40% peserta

mengaku telah mengetahui cara mengidentifikasi kebutuhan pasar sebagai dasar pengembangan produk, menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM mulai memahami pentingnya orientasi pasar meskipun belum sepenuhnya mampu mengintegrasikannya dengan prinsip keberlanjutan. Dan 14% peserta yang sudah menerapkan prinsip keberlanjutan dalam usaha mereka saat ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap keberlanjutan dan inovasi produk masih tergolong rendah, baik dari sisi pengetahuan maupun penerapan praktis. Dengan demikian, pelatihan ini sangat relevan dan dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas peserta dalam menciptakan produk yang tidak hanya inovatif tetapi juga berkelanjutan, sehingga mampu menghadapi tantangan persaingan usaha yang semakin kompleks.

Pada pelaksanaan pendampingan diperoleh antusiasme peserta menunjukkan keinginan kuat untuk berkontribusi pada pengembangan inovasi di UMKM. Keterlibatan aktif dalam proses berpikir kreatif juga dapat mendorong ide-ide segar yang dapat meningkatkan daya saing produk. Meskipun semua peserta sangat terlibat, ide-ide yang dihasilkan tidak selalu masuk akal atau dapat digunakan. Jika tidak ada bantuan yang tepat, gagasan tersebut hanya akan menjadi teori tanpa aplikasi yang jelas. Peserta tertarik pada pelatihan pemasaran digital, yang menunjukkan pentingnya adaptasi di era digital. Selama studi kasus, interaksi aktif menunjukkan bahwa peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga memainkan peran penting dalam menilai praktik yang telah terbukti berhasil. Antusiasme yang tinggi terhadap pelatihan pemasaran digital mungkin tidak diimbangi dengan pemahaman yang mendalam tentang subjek tersebut. Hal ini dapat berujung pada hasil yang tidak memuaskan jika peserta hanya mengpara pesertakan metode yang dipelajari tanpa mempertimbangkan konteks lokal. Keinginan peserta untuk mengetahui tentang peluang pendanaan menunjukkan bahwa mereka proaktif dalam mengatasi masalah keuangan.

Untuk meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan dukungan keuangan, keterlibatan dalam menyusun proposal bisnis adalah langkah penting. Jika peserta tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara menyusun proposal yang baik, keterlibatan dalam menyusun proposal bisnis dapat menjadi tantangan. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk mendapatkan pendanaan yang diharapkan. Mereka yang bekerja sama dan bertukar ide menunjukkan bahwa mereka memahami pentingnya jejaring dalam dunia bisnis. Ini dapat membantu mereka menemukan investor, mitra, dan peluang bisnis lainnya. Jejaring yang terbentuk mungkin bersifat sementara dan tidak berkelanjutan, meskipun peserta berbagi ide secara aktif. Tidak ada keuntungan jangka panjang dari kerja sama ini jika tidak ada tindak lanjut yang jelas.

Temuan-temuan tersebut juga mendapat dukungan dari temuan-temuan hasil analisis peneliti dengan data wawancara 7 peserta. Ketujuh peserta tersebut peneliti ambil menggunakan teknik *convenience sampling* di akhir acara pelatihan. Hal ini dilakukan sebab tidak semua peserta UMKM

bersedia menjadi responden untuk diwawancarai. Tabel berikut menunjukkan demografi peserta yang diwawancarai. Hasil menunjukkan gambaran demografis para peserta wawancara. Dari 7 peserta tersebut, 3 orang adalah laki-laki sedangkan 4 orang lainnya adalah perempuan. Jangkauan usia para peserta wawancara adalah: termuda dengan usia 25 tahun dan tertua berusia 52 tahun. Rata-rata usia para peserta adalah 39.1 tahun. Responden berusia 25 hingga 30 tahun terdiri dari 3 orang; 31 hingga 40 tahun terdiri dari 1 orang saja; dan rentang usia 41 hingga 50 tahun terdiri dari 3 responden.

Setelah menganalisis data demografis para peserta wawancara, peneliti menganalisis data wawancara menggunakan software bantu berupa Nvivo versi 12. Peneliti memasukkan semua hasil wawancara tersebut kedalam software bantu Nvivo dan mengelompokkan informasi yang dituturkan setiap responden sesuai untuk mengetahui: 1) tingkat partisipasi peserta; 2) tingkat perhatian peserta; 3) peningkatan pendapatan; dan 4) peningkatan jumlah karyawan. Hasil pengelompokkan informasi tersebut menemukan 5 tema. Hasil pengamatan mencatat situasi di lapangan yang mendukung pendapat responden. Pertama, tingkat partisipasi diukur melalui keaktifan dan kehadiran peserta pelatihan. Kemudian, tingkat perhatian peserta dinilai, yang mencakup tingkat antusiasme yang ditunjukkan peserta selama kegiatan. Pelatihan juga melihat apakah peserta memperoleh peningkatan pendapatan setelah mengikuti pelatihan dan apakah pelatihan meningkatkan jumlah karyawan. Pelatihan ini juga memperhatikan masalah yang dihadapi peserta, terutama yang berkaitan dengan akses teknologi.

Dalam pemeriksaan lebih lanjut, tujuh orang yang melaporkan bahwa mereka aktif mengikuti pelatihan, dan enam orang mencatat tingkat partisipasi yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh pengamatan yang menunjukkan bahwa lima puluh peserta hadir. Dalam hal perhatian, tujuh orang yang menjawab melaporkan bahwa peserta memperhatikan pelatihan, dan temuan ini didukung oleh pengamatan yang menunjukkan bahwa tindakan mereka sesuai dengan agenda yang telah ditetapkan. Selain itu, terlihat bahwa peserta sangat antusias; empat dari mereka yang menjawab melaporkan bahwa mereka merasa semangat selama pelatihan. Setiap peserta melaporkan peningkatan pendapatan setelah pelatihan dan bahwa mereka telah merekrut karyawan baru. Secara keseluruhan, semua peserta menganggap pelatihan berdampak positif pada bisnis mereka. Namun, pengamatan menunjukkan bahwa peserta tidak memiliki akses ke teknologi, yang dapat mengganggu pelatihan.

Setiap pelatihan mengharapkan para pesertanya untuk hadir atau berpartisipasi dalam pelatihan tersebut. Tingkat partisipasi yang lebih tinggi mengarah pada peningkatan signifikan dalam kinerja pekerjaan (Sutrisno et al., 2023b). Tingkat keterlibatan yang tinggi mengakibatkan retensi keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik. Para pelaku UMM yang secara aktif terlibat dalam pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan mereka tetapi juga berkontribusi pada kinerja keseluruhan tata organisasi UMKM yang dijalkannya. Tingkat partisipasi peserta juga dipengaruhi oleh metode

pelatihan yang interaktif dan menarik. Metode tersebut sangat mempengaruhi para peserta agar dapat memperoleh keterampilan yang lebih baik dan peningkatan produktivitas (Griffin, 2023).

Untuk memaksimalkan setiap sesi pelatihan, peserta harus mengikuti pelatihan dengan perhatian yang baik dan antusiasme yang tinggi. Kemampuan seseorang untuk memahami materi yang disampaikan akan meningkat secara signifikan ketika mereka memberikan perhatian penuh (Altamura, 2023; “*Cognitive Intervention Studies on Reading*,” 2024; Hijazi Bayazit, H., & Ozdemir, E., 2024). Hal ini memungkinkan peserta pelatihan untuk menangkap informasi secara lebih mendalam, yang akan memudahkan mereka untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam lingkungan kerja atau situasi kehidupan nyata lainnya. Antusiasme yang tinggi juga membuka hati seseorang untuk menerima dan memahami ide-ide baru, yang membuat materi yang awalnya sulit menjadi lebih mudah dicerna.

Antusiasme tinggi dalam pelatihan menciptakan lingkungan belajar yang positif bagi individu dan kelompok. Peserta kelas yang aktif dan penuh semangat cenderung lebih berpartisipasi dalam diskusi atau kegiatan kelompok, yang meningkatkan dinamika pelatihan (Ede et al., 2021). Sikap antusias ini juga dapat menular ke peserta lain, mendorong mereka untuk berpartisipasi lebih aktif dan bekerja sama dengan lebih baik. Dengan demikian, hasil pelatihan akan lebih baik karena peserta belajar dari interaksi dengan orang lain selain dari materi yang disampaikan. Antusiasme sangat memengaruhi mood peserta dan kesejahteraan. Ini meningkatkan semangat peserta, membuatmu lebih positif dan berenergi. Ketika peserta menjalani pelatihan dengan antusiasme, para peserta akan menjadi lebih optimis. Antusiasme juga meningkatkan motivasi. Sikap positif meningkatkan semangat dan memungkinkan Para peserta menghadapi tugas dan tantangan dengan lebih banyak tekad. Antusiasme sangat penting untuk membangun hubungan yang lebih kuat selain meningkatkan kinerja seseorang. Dengan menunjukkan semangat, para peserta dapat menginspirasi dan mendorong orang lain, menciptakan lingkungan yang lebih bekerja sama dan mendukung. Dinamik seperti ini meningkatkan kerja tim dan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan teman sejawat dan rekan kerja.

## KESIMPULAN

Hasil pengamatan dan wawancara menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat membantu peserta. Antusiasme peserta untuk mengikuti pelatihan ditunjukkan oleh tingkat partisipasi dan perhatian yang tinggi, yang meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, laporan peningkatan pendapatan yang dilaporkan oleh peserta dan lamaran karyawan baru menunjukkan bahwa pelatihan ini membantu pertumbuhan bisnis juga. Ini menunjukkan betapa pentingnya pelatihan inovasi produk untuk mendorong pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa keberlanjutan pelatihan inovasi produk bagi UMKM di Desa Tunggul dapat membantu usaha kecil dan

menengah (UMKM) menyesuaikan diri dengan tren pasar yang berubah dengan cepat dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada mitra yaitu seluruh peserta kegiatan ini, seluruh tim dan perguruan tinggi atas bantuan dan kerjasama sehingga kegiatan dapat berjalan dan dilakukan dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aguirre, S., Puertas, E., Bruno, G., Priarone, P. C., & Settineri, L. (2021). *A sustainability maturity model for micro , small and medium-sized enterprises (MSMEs) based on a data analytics evaluation approach*. 311(August 2020). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127692>
- Alicea, S., Suárez-Orozco, C., Singh, S., Darbes, T., & Abrica, E. (2016). Observing Classroom Engagement in Community College: A Systematic Approach. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 38, 757–782. <https://doi.org/10.3102/0162373716675726>
- Altamura. (2023). Reading Modalities and Comprehension. *AERA Open*. <https://doi.org/10.3102/23735131231102554>
- Bstieler, L., & Noble, C. H. (2023). *The pdma of handbook of innovation and new product development* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Cognitive Intervention Studies on Reading. (2024). In *The University of Kansas*. <https://doi.org/10.1037/edu0000699>
- Doe, J., & Smith, J. (2022). The Role of Convenience Sampling in Research. *Journal of Research Methods*. [URL if available]
- Dul, J., & Hak, T. (2008). *Case study methodology in business research*. Butterworth-Heinemann.
- Ede, M. O., Agah, J. J., Okeke, C. I., Chuks, Z. O., Oguguo, B. C. E., Agu, P. U., Ene, C. U., Ekesionye, N. E., Nji, I. A., Eze, C., & Manafa, I. F. (2021). Effect of cognitive behavioral active engagement training on test item construction skills among primary school teachers in Nigeria: Implication for educational policy makers. *Medicine*, 100(36). [https://journals.lww.com/md-journal/fulltext/2021/09100/effect\\_of\\_cognitive\\_behavioral\\_active\\_engagement.4.aspx](https://journals.lww.com/md-journal/fulltext/2021/09100/effect_of_cognitive_behavioral_active_engagement.4.aspx)
- Ellet, W. (2014). The case study handbook: a student's guid. In *Harvard Business Review Press*.
- Griffin, D. (2023). Effective Adult Learning Strategies for 2023: Unlocking Success in the Digital Age. *Analysis Prime University*. <https://www.analysisprimeuniversity.com/effective-adult-learning-strategies-for-2023-unlocking-success-in-the-digital-age/>
- Hartati, L., Asmawati, A., Hendarmin, R., & Syafitri, L. (2021). Pelatihan UMKM Limbah Nanas Pewarna Alami Kain Jumputan Peluang Bisnis Kearifan Lokal Masyarakat Pinggiran Era Covid-19. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 77–91.

- Hijazi Bayazit, H., & Ozdemir, E., D. (2024). Link Between Reading Comprehension and Academic Performance. *International Journal of Science and Research Archive*. <https://ijsra.net>
- Indarti, S. (2021). The effects of education and training, management supervision on development of entrepreneurship attitude and growth of small and micro enterprise. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(1), 16–34.
- Johnson, E. (2021). Evaluating the Effectiveness of Convenience Sampling in Survey Research. *Survey Research Methods*. [URL if available]
- Kusuma, T. H., Safitri, A., & Sholikah, M. (2024). Pemanfaatan ekonomi kreatif melalui inovasi produk umkm ibu pkk desa Tunggul Pandean Nalumsari Jepara. *JAMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Keuangan Perbankan Dan Akuntansi*, 3(1), 29–34.
- Lee, M. (2023). Challenges of Convenience Sampling in Qualitative Research. *Qualitative Research*. [URL if available]
- Lukas, L., & Widawati, E. (2022). Pelatihan UMKM Produk Desa Ponggang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Charitas*, 2(01), 53–57.
- Puspanita, I., Nurtiana, W., Kusumasari, S., & Riyanto, R. A. (2023). MSME Financial Recording Training in The Karisma Creativa Group of Kadubeureum Village. *MOVE: Journal of Community Service and Engagement*, 3(1), 19–24.
- Simons, H. (2009). Case Study Research in Practice. In *Case Study Research in Practice*. SAGE Publications, Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446268322>
- Suprptiningrum, S., & Agustini, A. (2023). Membangun karakter siswa melalui budaya sekolah di sekolah dasar. *Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan*, 29(1), 52. <https://doi.org/10.24114/jpbbp.v29i1.42437>
- Sutrisno, S., Permana, R. M., & Junaidi, A. (2023a). Education and Training as a Means of Developing MSME Expertise. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 137–143.
- Sutrisno, S., Permana, R. M., & Junaidi, A. (2023b). Education and Training as a Means of Developing MSME Expertise. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 137–143. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i3.62>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Tereshchenko, E., Salmela, E., Melkko, E., Phang, S. K., & Happonen, A. (2024). Emerging best strategies and capabilities for university–industry cooperation: opportunities for MSMEs and universities to improve collaboration. A literature review 2000–2023. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 28.
- Tiernan, C., Lysack, C., Neufeld, S., & Lichtenberg, P. A. (2013). Community engagement: an essential component of well-being in older African-American adults. *International Journal of Aging & Human Development*, 77(3), 233–257. <https://doi.org/10.2190/AG.77.3.d>

Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 31–36.

Yin, R. K. (2003). *The case study research: design and methods* (3rd (Ed.)). SAGE Publications.