

Peningkatan Efisiensi Operasi UMKM Umy Lemon: Sosialisasi Peningkatan Praktik *Knowledge Management* (SP2KM)

Increasing Operational Efficiency of Umy Lemon MSMEs: Socialization of Improved Knowledge Management Practices (SIKMPs)

Eva Nurhayati^{1*}, Bayu Aji Santosa², Dellyesta Alfarik³, Destri Novianti⁴, Haniman Algiansyah⁵, Ismayanti Ismayanti⁶

^{1,5} Program Studi Akuntansi STIE PASIM Sukabumi, Jawa Barat

^{2,3,4,6} Program Studi Manajemen STIE PASIM Sukabumi, Jawa Barat

Author Corresponding: evanurhayati1404@gmail.com*

Abstrak

Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) melalui kuliah kerja mahasiswa (KKM) ini berperan aktif memberikan berkontribusi kepada masyarakat luas melalui sosialisasi peningkatan praktik *knowledge management* untuk membantu meningkatkan efisiensi pada tingkat operasional usaha Umy Lemon di Desa Lengansari Kabupaten Sukabumi. Metode pelaksanaan PKM mengadaptasi pendekatan observasi, sosialisasi, tahap implemmentasi kegiatan dan evaluasi, dimana analisis SWOT dan praktik *knowledge management* diadaptasi. Ada tiga poin penting yang dikembangkan dalam meningkatkan praktik *knowledge management*. Luaran dari pelaksanaan PKM melalui kegiatan KKM ini dapat mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan tentang cara menghitung HPP dan menentukan harga jual, estimasi biaya dan modal, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha untuk pendapatan yang lebih baik. Inovasi produk secara sederhana dari segi varians maupun *packaging*. Juga pentingnya kerjasama dengan pihak lain terutama untuk praktik pemasaran digital bagi pelaku Umy Lemon yang kurang melek digital. Dampak positif, pelaku Umy Lemon berpotensi meningkatkan kesadaran akan pentingnya *knowlage management*, memberikan kemudahan dalam pengambilan keputusan dengan pertimbangan biaya, dan berpotensi dapat meningkatkan operasi dikemudian hari, jika *knowledge management* ini dapat diterapkan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: pengelolaan pengetahuan; efisiensi operasi; MSMEs

Abstract

The purpose of implementing community service (PKM) through kuliah kerja mahasiswa (KKM) is to play an active role in contributing to the wider community through socialization to improve knowledge management practices to help improve efficiency at the operational level of Umy Lemon's business in Lengansari Village, Sukabumi Regency. The PKM implementation method adapts the approach of

observation, socialization, activity implementation and evaluation stages, where SWOT analysis and knowledge management practices are adapted. There are three important points developed in improving knowledge management practices. The output of the implementation of PKM through KKM activities can educate and increase knowledge on how to calculate COGS and determine selling prices, cost and capital estimates, so as to increase business operational efficiency for better income. Product innovation is simple in terms of variance and packaging. It is also important to collaborate with other parties, especially for digital marketing practices for Umy Lemon actors who are less digitally literate. As a positive impact, Umy Lemon actors have the potential to increase awareness of the importance of knowledge management, provide ease in decision-making with cost considerations, and potentially improve operations in the future, if this knowledge management can be applied and developed sustainably.

Keywords: knowledge management; operational efficiency; MSMEs

PENDAHULUAN

Langensari adalah salah satu desa yang berada di kabupaten Sukabumi. Selain dikenal dengan wilayah agraris, desa ini juga memiliki kearifan lokal dan potensi ekonomi yang dapat dikembangkan, dimana dengan banyak ditemukannya pelaku UMKM menunjukkan daerah ini memiliki potensi untuk berkembang baik secara ekonomi maupun secara sosial.

Daya lenting (*resilience*) UMKM diperlukan untuk mendongkrak perekonomian nasional mulai dari bawah di level daerah melalui produk domestik bruto (PDB) dan produktifitasnya (Firmansyah *et al.*, 2022). Oleh karena itu, masih diperlukan dukungan berbagai mitra terkait untuk membantu meningkatkan akselerasi, daya tahan pelaku UMKM berkelanjutan, UMKM bangkit dan naik kelas (Firmansyah *et al.*, 2021), baik secara administratif seperti akses perijinan usaha, segi permodalan maupun pelatihan dan pendampingan (Setiawan *et al.*, 2021), bahkan UMKM *go digital* di era transformasi dan digitalisasi pada IR 4.0 yang sudah memasuki era society 5.0 (Firmansyah *et al.*, 2022), dan akses pasar yang lebih luas (Suryana & Rifa'i, 2023), juga perlu didukung dengan praktik *knowledge management* yang baik dari sumber daya manusia (SDM) baik karyawan, pimpinan maupun pelaku usaha (Budiarti, 2017; Budiarti & Burhanuddin, 2023).

Sejalan dengan kondisi tersebut, nyatanya bahwa terdapat beberapa masalah yang ditemukan khususnya pada UMKM Umy Lemon. Umy Lemon sendiri merupakan sebuah usaha milik salah satu warga Desa Langensari yang baru dirintis pada bulan Maret tahun 2022, dimana pada saat ini usaha tersebut sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta sertifikat halal. Namun dari segi operasional, usaha tersebut hanya dijalankan oleh satu orang baik proses produksi maupun aktivitas pemasarannya, meskipun mitra terkait kadang kala melakukan pendampingan untuk hal-hal tertentu. Alih-alih dapat menjalankan usaha secara efisien namun kenyataan sebaliknya. Padahal model bisnis di zaman yang serba digital, pada skala usaha masih mikro dalam kapasitas produksi dan volume penjualan/pangsa pasar yang masih rendah sangat memungkinkan dan masih bisa dilakukan secara individu, meskipun

proses bisnis diakui tidak mudah. Selain itu, dari faktor usia, SDM, aspek permodalan dan akses pasar yang continue turut mempengaruhi lika-liku usaha ini.

Efisiensi pada tingkat operasional memang sangat diperlukan, namun bukan tanpa syarat. Terlepas dari faktor usia, aspek permodalan dan akses pasar yang berkelanjutan serta kendala lain yang dihadapi, maka aspek manjerial untuk meningkatkan efisiensi operasional usaha yang *low cost* diperlukan. Praktik *knowledge management* yang baik pada tingkat operasional Umy Lemon sangat relevan diadaptasi dan dikembangkan. Alasannya, Praktik *knowledge management* yang baik oleh SDM pelaku UMKM berpotensi dapat mengurangi kendala operasional yang terus menyiksa. Adanya *knowledge management* bagi SDM Umy Lemon memungkinkan pengelolaan usaha yang baik dapat dilakukan, dan wawasan yang lebih luas untuk mengatasi permasalahannya lainnya akan semakin terbuka. Sebelum pada akhirnya merekrut dan memberdayakan karyawan dikemudian hari pada saat usaha sudah berkembang, dalam kapasitas produksi yang memenuhi preferensi dan kebutuhan pasar baik secara kualitas maupun kuantitas. Oleh karena itu sosialisasi peningkatan praktik *knowledge management* bagi pelaku usaha Umy Lemon di Desa Lengansari, sangat diperlukan.

Kondisi *existing* yang dituangkan di atas diperoleh dari analisis situasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, sekaligus medasarsi *urgensi* pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini melalui Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) kelompok 4 pada tahun 2024, di Desa Langesari Kabupaten Sukabumi, dengan tema sosialisasi peningkatan praktik *knowledge management* untuk membantu meningkatkan efisiensi pada tingkat operasional usaha Umy Lemon di Desa Lengansari Kabupaten Sukabumi. Tema tersebut sekaligus mewakili kejelasan tujuan dilaksankannya PKM ini. Dosen pembimbing Lapangan (DPL) memiliki kontribusi dan peran serta aktif pada pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini. Teori *knowledge management* yang dikembangkan oleh Budiarti (2017); Budiarti & Burhanuddin (2023) diadaptasi sebagai landasan dalam tataran praktik, operasionalisasi dan implementasi. Meskipun pengelolaan pengetahuan tidak dapat diturunkan secara utuh pada tataran praktik, namun relevansi pengelolaannya diadaptasi. Selain itu, analisis situasi tradisional, yaitu SWOT analisis diadaptasi pada kegiatan PKM ini.

METODE

Metode pelaksanaan dalam Sosialisasi Peningkatan Praktik *Knowlage Management* (SP2KM) untuk Meningkatkan Operasi Bagi UMKM Umy Lemon adalah dengan cara melakukan observasi dan sosialisasi. Pengelolaan pengetahuan dalam perspektif pemasaran diadaptasi dan dikembangkan. Pelaksanaan kegiatan selama bulan Mei 2024 hingga awaln bulan Juni 2024. Sosialisasi ini dilakukan dengan ruang lingkup yang kecil yakni oleh Tim KKM Kelompok 4 dengan bimbingan dari Dosen Pembimbing Lapangan bersama pelaku UMKM Umy Lemon yang bertempat di Kp. Pulo Panggang RT.002/RW.010, Desa Langensari, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Sukabumi. Yang dimana metode ini pernah dilakukan dalam Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Pelaku UMKM oleh Suryana & Rifa'i, (2023); Yusuf *et al.*, (2023); Setiawan *et al.*, (2021); Rizky *et al.*, (2023); Farida *et al.*, (2023); dan Yunus *et al.*, (2024).

Adapun Metode pelaksanaan kegiatan PKM mengadaptasi pendekatan observasi, sosialisasi, tahap implemementasi kegiatan dan evaluasi (seperti yang dilakukan, Susetyo *et al.*, 2023; Saputra *et al.*, 2023; Yulyanti *et al.*, 2023; Aulia *et al.*, 2023; Nurmilah *et al.*, 2023; Rizky *et al.*, 2023; Husni *et al.*, 2023; Supriatna *et al.*, 2023; Alfionita *et al.*, 2023; dan Farida *et al.*, 2023). Pada tahap sosialisasi peningkatan praktik *Knowlage Management* ini terdapat beberapa tahap yang di lalui.

Pada tahap observasi, Tim KKM Kelompok 4 melakukan observasi secara langsung di tempat pembuatan produk Umy Lemon untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dialami oleh pelaku UMKM tersebut. Setelah informasi tersebut di dapatkan, selanjutnya kami mengkomunikasikan masalah tersebut kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dalam tahapan ini sejalan dengan Kegiatan Sosialisasi dan Digital Marketing UMKM yang diselenggarakan oleh Baumata & Kupang-ntt (2023), dan membuat analisis mengenai produk tersebut dengan menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Produk Umy Lemon

<i>Strength_S</i> (Kekuatan)	<i>Weaknes_W</i> (Kelemahan)
1. Bahan baku langsung dari kebun sendiri.	1. Pemasaran masih belum luas.
2. Bahan alami tanpa adanya pengawet.	2. Varian rasa original tidak bisa langsung dinikmati konsumen, dan rendah inovasi
3. Produk ini cocok untuk kesehatan.	3. <i>Packaging</i> yang kurang menarik dan kualitas rendah.
4. Dekat dengan area pasar	4. Masih kebingungan saat panen berlebih, dan produksi Umy Lemon masih berbasis pesanan
5. Harga terjangkau.	5. Belum adanya perhitungan Harga Pokok Produk, dasar penentuan harga jual, dan sistem adminsitrasasi yang tercatat secara sistematis.
<i>Opportunity_O</i> (Peluang)	<i>Threat_T</i> (Ancaman)
1. Menarik daya beli konsumen.	1. Akan adanya pesaing.
2. Jarang ada yang menjalankan bisnis ini.	2. Kemajuan teknologi dan praktik digitalisasi
3. Usia pelaku usaha	3. Masifnya pelaku bisnis generasi muda terus bermunculan
4. Semakin kritis masyarakat, dimasa depan minum dari sari buah-buahan menjadi pilihan untuk membantu menjaga kesehatan	4. Pelaku bisnis generasi Y melek digital berpotensi menguasai bisnis dalam ekosistem digital

Sumber: Hasil analisis situasi oleh tim PKM, DPL & tim KKM 2024.

HASIL

Merujuk pada hasil analisis SWOT diatas, maka dalam sosialisasi peningkatan praktik *Knowledge Management* ini dalam tahap pelaksanaannya kami menyusun beberapa kegiatan yang mendukung dalam program sosialisasi ini diantaranya: [1] Menyusun Harga Pokok Produk, [2] Inovasi Produk, dan [3] Digital Marketing. *Catatannya*, tidak semua informasi yang teridentifikasi sesuai skala prioritas dan pembobotannya dari hasil analisis SWOT dapat dikembangkan pada pelaksanaan KKM ini.

Pelaksanaan Kegiatan

Penyusunan Harga Pokok Produk (HPP)

Harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting dan harus kita perhatikan, karena dari penyusunan harga pokok tersebut kita bisa menentukan berapa harga jual dan laba yang kita peroleh (Khaerunnisa & Pardede, 2021). Perhitungan harga pokok tersebut dimulai dari perhitungan biaya produksi dan biaya tenaga kerja, walaupun pada praktiknya umkm tersebut hanya di kerjakan oleh satu pihak/orang saja. Namun dengan adanya HPP tersebut, bisa memudahkan pelaku UMKM dalam mengambil keputusan dalam proses kedepannya.



Gambar 1. Proses Produksi Umy Lemon dan Pengumpulan Informasi HPP

Harapannya, adanya penyusunan HPP tersebut bisa membantu UMKM Umy Lemon untuk bisa berkembang, dan mempermudah dalam pengambilan keputusan serta bisa menjadi contoh untuk pihak lainnya agar bisa lebih tersusun lagi dalam penentuan harga dari sebuah produk. Adapun penyusunan Harga Pokok Produk drancang oleh Tim KKM Kelompok 4 dengan dasar informasi dari pelaku UMKM Umy Lemon yang disusun pada bulan Mei tahun

2024. Informasi tersebut di dapatkan dari pelaku UMKM pada saat Tim KKM membantu produksi Umy Lemon.

Inovasi Produk

Pada awalnya, umy lemon memiliki 2 varian rasa yakni original dan rempah. Untuk varian original merupakan sari lemon asli 100% yang tidak bisa dikonsumsi langsung oleh konsumen, karena mengandung sari dari lemon sehingga apabila ingin di konsumsi diharuskan untuk mencampurkan air terlebih dahulu dan perasa seperti madu atau gula. Namun disamping hal tersebut, produk umy lemon pada varian ini merupakan produk yang multifungsi, karena bisa digunakan seperti untuk membersihkan ikan agar tidak amis, untuk masker kesehatan wajah dan lain sebagainya. Maka, produk ini sangat praktis digunakan untuk kegiatan rumah tangga serta kecantikan.

Varian yang kedua yakni varian rempah yang didalamnya mengandung rempah-rempah alami seperti jahe, kunyit, madu, beserta rempah lainnya. Varian ini sangat cocok untuk menjaga daya tahan tubuh karena di dalamnya terdapat rempah-rempah asli. Namun, tidak setiap konsumen memiliki selera yang sama. Maka dari itu, untuk memenuhi keinginan konsumen, produk umy lemon berkembang menciptakan varian baru yakni jus lemon. Varian tersebut mengandung lemon asli yang dapat langsung di konsumsi oleh konsumen. Sehingga konsumen bisa menikmati produk tersebut kapanpun dan dimanapun.

Sebelum (*Before*)

Sesudah (*After*)



Gambar 2. Inovasi Produk Umy Lemon (*before & after*)

Selain dengan penambahan varians rasa, Umy Lemon juga meng-*upgrade* kemasan/packaging menjadi lebih menarik dan dapat dipastikan packaging tersebut memiliki kualitas yang baik. Kemasan memiliki peran yang penting dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut, sehingga memang sudah selayaknya pelaku UMKM untuk lebih kreatif lagi dalam menghasilkan desain kemasan yang menarik dan terbaik bagi para konsumen (Endang Apriyanti, 2018). Hal tersebut bisa meningkatkan penjualan

produk bagi para pelaku UMKM. Melalui adanya kegiatan pengembangan inovasi ini diharapkan agar bisa meningkatkan kualitas dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk umy lemon. Berikut adalah produk Umy Lemon sebelum dan sesudah inovasi dilakukan.

Digital Marketing Umy Lemon

Untuk dapat memahami digital marketing, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti dalam mengelola media sosial. Tim KKM Kelompok 4 membantu pelaku untuk membantu membuat media sosial yakni Instagram (IG) yang menjadi wadah untuk pemasaran produk umy lemon (lihat gambar 3).



Gambar 3. Instagram Produk Umy Lemon



Gambar 4. Proses Pembuatan Short Iklan dan Katalog Produk

Selain itu, kami ikut serta membantu dalam foto katalog produk serta membuat short iklan yang dapat digunakan untuk memasarkan produk Umy Lemon (gambar 4). Dengan adanya iklan dan foto produk tersebut diharapkan agar bisa menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Hasil dan Evaluasi Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pada program sosialisasi peningkatan praktik *Knowledge Management* terkait peningkatan pengelolaan pengetahuan tentang perhitungan HPP, inovasi produk dan praktik digital marketing, dapat terlaksana dengan baik yang dengan yang telah direncanakan. Apresiasi bagi pelaku UMKM Umy Lemon, karena dapat bekerjasama dengan sangat baik sehingga kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan oleh Tim KKM bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Terlepas dari berbagai kendala lain yang dihadapi pelaku UMKM Umy Lemon, pelaksanaan kegiatan ini dapat mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan tentang cara menghitung HPP dan menentukan harga jual, estimasi biaya dan modal yang tidak lagi atas dasar perkiraan sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha untuk pendapatan yang lebih baik. Inovasi produk secara sederhana dari segi varians maupun *packaging* dan basisnya atas dasar keluhan dan masukan konsumen atau masyarakat sekitar. Juga pentingnya kerjasama dengan pihak lain terutama untuk praktik pemasaran digital bagi pelaku Umy Lemon yang kurang melek digital. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan ini diharapkan benar-benar dapat membantu pelaku UMKM dalam peningkatan efisiensi operasi produk UMKM Umy Lemon.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki dampak yang baik, khususnya bagi Mahasiswa Tim KKM Kelompok 4. Sehingga kami bisa berbagi ilmu yang didapatkan di bangku perkuliahan dan mempraktikannya di lapangan. Dan program ini dapat berjalan dengan baik, tidak terlepas dari kerjasama pelaku UMKM dan dukungan dari Dosen Pembimbing Lapangan serta kerjasama dari seluruh Tim KKM Kelompok 4.

Program ini berawal dari permasalahan dan hambatan yang terjadi pada UMKM khususnya UMKM Umy Lemon, sehingga untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini kami bersinergi untuk bisa membantu mensosialisasikan Peningkatan Praktik *Knowledge Management* (SP2KM) untuk Meningkatkan Operasi Bagi UMKM Umy Lemon. Hal ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi para pelaku UMKM lainnya dalam mengelola bisnisnya. Karena *Knowledge Management* merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan usaha tersebut, sehingga bisa menjadi usaha yang berkelanjutan dan bisa membangkitkan ekonomi di wilayah tersebut.

Terlepas dari kegiatan yang Tim KKM laksanakan terdapat beberapa dampak positif yang dihasilkan diantaranya: [1] Meningkatkan kesadaran akan pentingnya *knowledge management*, [2] Memudahkan dalam pengambilan keputusan, [3] Meningkatkan operasi.

Pelaksanaan kegiatan PKM melalui kegiatan KKM ini dapat mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan tentang cara menghitung HPP dan menentukan harga jual, estimasi biaya dan modal yang tidak lagi atas dasar perkiraan sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha untuk pendapatan yang lebih baik. Inovasi produk secara sederhana dari segi varians maupun *packaging* dan basisnya atas dasar keluhan dan masukan konsumen atau masyarakat sekitar. Juga pentingnya kerjasama dengan pihak lain terutama untuk praktik pemasaran digital bagi pelaku Umy Lemon yang kurang melek digital. Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan benar-benar dapat membantu pelaku UMKM dalam peningkatan efisiensi operasi produk UMKM Umy Lemon sebagai mitra utama, dengan tanpa mengesampingkan berbagai kendala lain yang dihadapi pelaku UMKM Umy Lemon.

SIMPULAN

Luaran dari pelaksanaan kegiatan PKM melalui kegiatan KKM ini dapat mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan tentang cara menghitung HPP dan menentukan harga jual, estimasi biaya dan modal yang tidak lagi atas dasar perkiraan sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha untuk pendapatan yang lebih baik. Inovasi produk secara sederhana dari segi varians maupun *packaging* dan basisnya atas dasar keluhan dan masukan konsumen atau masyarakat sekitar. Juga pentingnya kerjasama dengan pihak lain terutama untuk praktik pemasaran digital bagi pelaku Umy Lemon yang kurang melek digital. Dampak positif yang dihasilkan diantaranya, pelaku Umy Lemon berpotensi meningkatkan kesadaran akan pentingnya *knowledge management*, memberikan kemudahan dalam pengambilan keputusan dengan pertimbangan biaya, dan berpotensi dapat meningkatkan operasi dikemudian hari, jika pengelolaan pengetahuan (*knowledge management*) ini dapat diterapkan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pelaku UMKM Umy Lemon atas kerjasamanya dan dukungan sehingga terlaksananya program ini dengan baik. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai program Sosialisasi Peningkatan Praktik *Knowledge Management* (SP2KM) dan memberikan dukungan sehingga terlaksananya program ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Langensari yang sudah memberikan izin kepada kami untuk melaksanakan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) tahun 2024, dan Kasie Pelayanan Publik Kecamatan Sukaraja yang telah memberikan dukungannya. Tidak lupa ucapan terimakasih untuk seluruh Mahasiswa Tim KKM Kelompok 4



atas kerjasamanya sehingga program ini bisa berjalan dengan baik, serta seluruh pihak terkait yang sudah membantu dan mendukung keberlangsungan program ini. Hasil pelaksanaan kegiatan PKM diharapkan dapat memberikan kontribusi dan *outcome* yang bermanfaat dan berkelanjutan. Harapan besar tim pengabdian adalah keluaran dari kegiatan PKM ini dapat memberikan luaran yang bermanfaat bagi mitra terkait, baik saat ini maupun di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Alfionita, V., Wulansari, S. S., Maulana, G., Firmansyah, M. R., Hendrawati, Y., & Cahyani, I. D. (2023). Towards a Healthy Society in the Holy Month of Rhamadan. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 2(1), 87-94. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/36>
- Aulia, D., Nurcahyatulloh, L., Maryam, N. M. S., & Adawiyah, P. S. R. (2023). Penerapan Motivasi Belajar dalam Pengembangan Minat Bertani di Era Generasi Millennial. *JURNAL HASPI: JURNAL PENGABDIAN HASIL IMPLEMENTASI DAN DISEMINASI MASYARAKAT*, 2(2), 149-154. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/51>
- Baumata, D., & Kupang-ntt, K. (2023). *Sosialisasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Fersita*. 4(1), 41-48.
- Budiarti, I. (2017). Knowledge management and intellectual capital-a theoretical perspective of human resource strategies and practices. *European Journal of Economics and Business Studies*, 3(2). Retrieved from <https://repository.unikom.ac.id/70068/>
- Budiarti, I., & Burhanuddin, R. (2023). Knowledge Management, Intrinsic Motivation, and Competence Impact on Employee Performance Analysis (Study of Employees in the Technician Section at a Material Handling Company in Jakarta). In: *The 6th International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities (ICOBEST)*. Universitas Komputer Indonesia. Retrieved from <https://repository.unikom.ac.id/70091/>
- Endang Apriyanti, M. (2018). *PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN*. 2(1), 20-27.
- Farida, N., Dewi, P., & Destriani, E. (2023). Pengembangan Logo dan Citra UMKM Melalui Rebranding. *JURNAL HASPI: Jurnal Pengabdian Hasil Implementasi Dan Diseminasi Masyarakat*, 2(2), 103-108. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/45>
- Firmansyah, D., Rifa'i, A. A., Suryana, A., & Suwarna, A. I. (2021). Self Identity Management UMKM Dalam Cyberspace: Perspektif Pasca Transformasi Digital UMKM Di Kawasan Destinasi Wisata Geopark Cileutuh. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1075-1084. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i6.529>
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., & Susetyo, D. P. (2022). DMT-CE (Digital Media

- Training-Capability Enhancement) Culinary Business Sector Sop Asep Amih Sukabumi to Improve Online-Based Adaptive Marketing Capabilities. *Asian Journal of Community Services*, 1(5), 217-230. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v1i5.1826>
- Husni, R., Septian, S., Hendrawan, D. H., & Jaenudin, R. (2023). Kebonpedes Village: Public Awareness of Sustainable Food Security. *JURNAL HASPI: JURNAL PENGABDIAN HASIL IMPLEMENTASI DAN DISEMINASI MASYARAKAT*, 2(2), 155-162. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/53>
- Khaerunnisa, A., & Pardede, R. P. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Tahu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 631-640. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.1213>
- Nurmilah, M., Nurhaanah, A. N., Putri, C. S. A., & Tobibah, L. (2023). Peningkatan Minat Usaha Masyarakat di Sektor Ekonomi Kreatif Melalui Sosialisasi dan Pelatihan. *JURNAL HASPI: JURNAL PENGABDIAN HASIL IMPLEMENTASI DAN DISEMINASI MASYARAKAT*, 2(2), 129-134. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/50>
- Rizky, F. M., Ayu, F. D., Wahyuni, N. N., & Arrizi, M. F. (2023). Digital Marketing Training and Assistance. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 2(1), 81-86. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/36>
- Saputra, R. P., Damayanti, N., Safitri, R. M., Adhi, S. B. W., Pramita, D., & Yuliana, W. (2023). Social Service Activities in an Effort to Improve Community Food Security. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 2(1), 75-80.
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599-1606. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.692>
- Supriatna, A., Haikal, A. D., Suparman, D., & Nursamsi, H. (2023). Kebonpedes Village: Utilization of House Yards Toward Food Security. *JURNAL HASPI: JURNAL PENGABDIAN HASIL IMPLEMENTASI DAN DISEMINASI MASYARAKAT*, 2(2), 163-168. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/55>
- Suryana, A., & Rifa'i, A. A. (2023). Content Marketing Socialization and Practices (CMSP) for SMEs. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 2(1), 95-102. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/39>
- Susetyo, D. P., Resawati, S. N., Dewi, M. S., Afriani, N., Khomisah, Y., & Wahyuni, S. (2023). Urban Farming with Fun Learning for Early Childhood at the Elementary School Level. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 2(1), 67-74. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/16>
- Yulyanti, C. E., Alawiyah, E. T., Haryanti, E., & Ningsih, P. D. F. (2023). Mengembangkan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Kewirausahaan Guna Meningkatkan Jiwa Berwirausaha Masyarakat. *JURNAL HASPI: JURNAL PENGABDIAN HASIL IMPLEMENTASI DAN DISEMINASI MASYARAKAT*, 2(2), 115-122. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/47>



- Yunus, M. A., Susetyo, D. P., Yuzar, A., Firmansyah, Y., Mustofa, H., & Hanifah, M. A. (2024). Digital Media Literacy Training as a Digital Marketing Effort at TK Islam Al-Fitriyah. *JURNAL HASPI*, 3(1), 229-238. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/91>
- Yusuf, M., Basmar, N. A., Al, M., Baruch, S., Cahya, N. A., Suci, D., & Wulandari, R. (2023). *Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Pelaku UMKM Untuk Memberdayakan Ekonomi Masyarakat*. 7(1), 34-42.