

Penyuluhan Pemanfaatan Komoditas Lokal Berorientasi Pasar Global bagi Masyarakat Kelurahan Urug

Rendy Sudirman*¹, Ujang Enas², Heru Kurniawan³, M. Ikhsan Kurnia⁴, Ali Nurdin Anwar⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Kewirausahaan Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Bakti Tunas Husada, Jawa Barat, Indonesia

*e-mail: rendysudirman@universitas-bth.ac.id¹, ujangenas@universitas-bth.ac.id², herukurniawan@universitas-bth.ac.id³, mohikhsankurnia@universitas-bth.ac.id⁴, alinurdinanwar@universitas-bth.ac.id⁵

Abstrak

Artikel ini membahas hasil kegiatan penyuluhan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Program Studi Kewirausahaan Universitas Bakti Tunas Husada. Penyuluhan ini diikuti oleh 19 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Urug, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya. Kegiatan penyuluhan ini menggunakan metode partisipatif yang meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Materi yang disampaikan berfokus pada pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal. Kemudian, penguatan merek, peningkatan motivasi berwirausaha, serta penerapan strategi pemasaran 5.0. Strategi ini menekankan pada penyesuaian dan personalisasi produk dengan kebutuhan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta sangat antusias memanfaatkan potensi lokal, terutama eceng gondok dan kelapa. Keduanya memiliki peluang untuk diolah menjadi produk yang bernilai tambah dan berorientasi ekspor. Hal ini sejalan dengan konsep green economy. Penyuluhan juga berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya inovasi produk, identitas merek, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Dari hasil evaluasi, terjadi peningkatan tingkat pemahaman peserta sebesar 68% dibandingkan sebelum kegiatan dilaksanakan. Namun, keterbatasan waktu pelaksanaan dan kurangnya pendalaman materi teknis menjadi tantangan yang perlu diperhatikan dalam kegiatan selanjutnya. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan motivasi masyarakat. Terutama untuk mengembangkan usaha berbasis komoditas lokal yang berdaya saing global. Program ini juga menegaskan pentingnya keberlanjutan program pendampingan guna memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa

Kata Kunci: Kewirausahaan, Komoditas Lokal, Pasar Global, Pemberdayaan Masyarakat,

Abstract

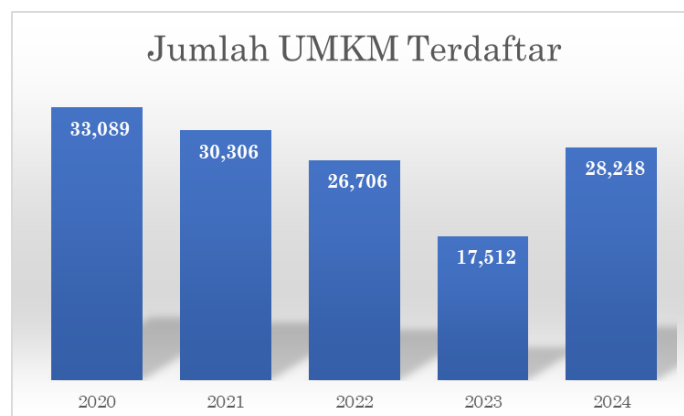
This article presents the results of an entrepreneurship counseling program conducted by the Entrepreneurship Study Program of Universitas Bakti Tunas Husada involving 19 micros, small, and medium enterprise (MSME) actors in Urug Village, Kawalu District, Tasikmalaya City. The program employed a participatory counseling method consisting of preparation, implementation, and evaluation stages. The materials focused on local resource-based business development, brand strengthening, entrepreneurial motivation, and the application of Marketing 5.0 strategies emphasizing product customization and personalization according to consumer needs. The results showed a high level of participant enthusiasm toward utilizing local resources, particularly water hyacinth and coconut, which have potential to be processed into value-added and export-oriented products in line with the green economy concept. The counseling also enhanced participants' understanding of product innovation, brand identity, and adaptive marketing strategies in response to technological developments and changing consumer behavior. Evaluation results indicated a 68% increase in participants' understanding compared to their pre-program condition. Nevertheless, limited implementation time and insufficient technical depth were identified as challenges that need to be addressed in future activities. Overall, the program contributed to increasing community awareness, knowledge, and motivation to develop locally based businesses with global market potential, while highlighting the importance of sustainable mentoring programs to strengthen the economic independence of rural communities.

Keywords: Community Empowerment, Entrepreneurship, Global Market, Local Commodities

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini telah memudahkan manusia untuk saling berinteraksi satu sama lain dengan sangat bebas seolah tidak memperhatikan jarak maupun perbedaan bahasa yang ada. Digitalisasi menghubungkan berbagai macam aspek manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka kapanpun dan dimanapun. Hal ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi kegiatan pemasaran di era masa kini. Pemanfaatan media digital dalam dunia bisnis dapat merengkuh banyak orang untuk mengetahui produk yang dimiliki oleh seorang produsen, dengan demikian meningkatkan kemungkinan untuk terjualnya produk, bila dapat mengenai target pasar internasional maka produsen harus siap untuk memenuhi kebutuhan pasar internasional yang memiliki jumlah permintaan dengan kuantitas yang besar tetapi tetap memperhatikan kualitas meskipun itu hal yang dianggap kecil. (Sudirman, 2024)

Kemajuan teknologi telah membantu manusia untuk memangkas jarak. Sehingga, masyarakat yang memiliki sumber daya bisa dengan mudah menunjukkan barang atau jasa kepada pihak lain yang memerlukan di tempat yang berbeda, hal ini yang harus bisa dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat Desa di Indonesia yang memiliki sumber daya alam yang melimpah dan lahan pertanian yang subur. Kekayaan alam Indonesia tumbuh subur di wilayah pedesaan. Kelurahan Urug Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat memiliki kondisi alam yang berpotensi untuk memiliki komoditas ekspor. Pedesaan di Indonesia memiliki potensi untuk menyediakan komoditas ekspor yang dibutuhkan oleh banyak negara sehingga bisa menjadi suatu mata pencaharian baru bagi masyarakat desa yang tentunya lebih menjanjikan. (Kesumah et al., 2024)



Gambar 1. Jumlah UMKM Kota Tasikmalaya 2020-2024

Kemampuan ekspor UMKM Indonesia yang berada pada kisaran angka 14%-16% yang dihitung dari total ekspor nasional. Angka ini masih terpaut cukup jauh apabila dibandingkan dengan angka ekspor dari negara-negara di kawasan asia tenggara seperti Thailand (29%), Filipina (20%), dan Singapura (41%). (<https://pip.kemenkeu.go.id/berita/142/tujuh-tahun-mendukung-usaha-mikro-bertumbuh-evaluasi-dan-tantangan>. Dilansir tanggal 22 Juni 2026). Hal ini sangat miris sekali mengingat jumlah penduduk Indonesia pada usia produktif yang mencapai 196,55 juta jiwa atau sebesar 69,58% dari total keseluruhan populasi masyarakat Indonesia (Sumber: <https://kumparan.com/kumparannews/dirjen-dukcapil-penduduk-produktif-69-58-modal-besar-menuju-indonesia-emas-23HuXW4TpQW>). Seharusnya dengan sumber daya yang lebih banyak, Indonesia mampu menjadi salah satu negara yang memiliki total ekspor yang dominan seperti Tiongkok yang memiliki total ekspor sebesar 60% dari total ekspor nasional-nya.

Setiap daerah memiliki potensi yang berbeda, dengan potensi tersebut, maka setiap daerah memiliki kesempatan untuk membangun ekonomi. Wilayah pedesaan yang di-lingkupi kawasan hijau memiliki potensi bidang *green economy* dalam berbagai bentuk, mulai dari kerajinan sederhana hingga bahan tekstil yang digunakan oleh industri besar. (Dewani & Saskara, 2025)

Kondisi alam dan tumbuhan yang ada di Kelurahan Urug Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya memiliki potensi untuk dijadikan komoditas ekspor apabila diolah dengan cara yang tepat. Dengan luas sekitar 11,43 Km² seluas 3,46 Km² digunakan untuk wilayah perkebunan. Namun, perkebunan tersebut banyak ditumbuhi oleh tumbuhan yang dianggap kurang berguna. Sebagai contoh, di daerah tersebut memiliki banyak eceng gondok liar yang tentunya jika memiliki pengetahuan pengolahan yang tepat akan memberikan nilai ekonomis kepada masyarakat, dari eceng gondok bisa dibuat beberapa jenis kerajinan seperti tas, sandal, topi, dan bahkan serat kain yang bermanfaat dan dapat dijual di pasar internasional yang tengah dilanda oleh isu “*green economy*” (Wardiah et al., 2019). Limbah organik seperti eceng gondok ternyata memiliki manfaat ekonomi apabila masyarakat sekitar mampu untuk mengolahnya menjadi suatu komoditas yang bermanfaat bahkan menjadi komoditas ekspor apabila diikuti dengan pemasaran yang baik (Yunanto et al., 2025).

Selain eceng gondok, daerah ini memiliki komoditas lain yang memiliki potensi ekspor yaitu kelapa. Dari kelapa ini bisa dijadikan komoditas ekspor dalam bentuk “*cocopeat*”. Serat kelapa ini memiliki negara tujuan ekspor yang sangat luas, terutama negara-negara asia seperti China dan Jepang. Selain biaya produksi yang relatif murah di Indonesia, cocopeat ini memiliki nilai yang tinggi di pasar internasional sehingga memiliki potensi yang sangat tinggi juga bagi pengusaha cocopeat di Indonesia. (Renaldi et al., 2025).

Meski keadaan alam mendukung adanya potensi peningkatan ekonomi masyarakat, namun seperti permasalahan yang ada di desa-desa lain di Indonesia wilayah Urug mengalami kesulitan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk yang mereka miliki, sebagaimana hal ini biasa dialami oleh desa-desa di kawasan daerah tingkat dua di Indonesia. Masyarakat desa perlu dibantu untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka yang memiliki potensi ekspor berikut juga dengan kelengkapan persyaratan dalam bentuk administrasi yang menyertainya. Oleh karena hal tersebut, maka civitas akademika di bidang bisnis perlu memberikan penyuluhan yang dapat membantu masyarakat memahami potensi ekonomi lingkungan berikut dengan pengelolaannya supaya dapat memberikan manfaat ekonomis bagi masyarakat sekitar khususnya. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah untuk memberikan penyuluhan dengan hasil memberikan motivasi dan pemahaman memanfaatkan hal yang ada di sekitar untuk menjadi suatu komoditas yang menghasilkan nilai ekonomis.

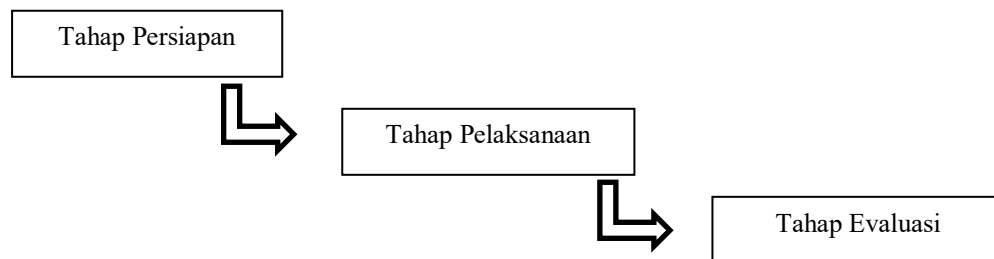
2. METODE

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi Kewirausahaan Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Bakti Tunas Husada dilaksanakan pada tanggal hari Rabu tanggal 2 Juli 2025 di SMK Kehutanan Sobat Bumi Kelurahan Urug Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Namun, sebelum pelaksanaan penyuluhan, sebelumnya telah dilakukan beberapa kegiatan persiapan berupa survey kondisi lingkungan, kondisi masyarakat, penelaahan lingkungan, dan kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan misi Program Studi Kewirausahaan.

Meskipun hanya berlangsung selama satu hari, namun kegiatan pengabdian ini memakan waktu yang cukup lama, yaitu mulai dari persiapan sampai pada hasil yang

diharapkan pasca-terlaksananya kegiatan pengabdian dalam bentuk penyuluhan langsung kepada masyarakat ini.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat secara singkat digambarkan pada bagan berikut ini,



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian

a) Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini merupakan awal dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang meliputi;

- Survey masalah; kegiatan ini dilaksanakan untuk mengetahui kondisi yang ada di masyarakat sehingga dapat dilakukan analisis SWOT keadaan masyarakat dan potensi yang ada di tengah-tengah masyarakat
- Menjalin hubungan dengan pemimpin masyarakat; Instansi mencoba untuk menjalin hubungan kerjasama dengan pemimpin dan tokoh masyarakat guna mendapatkan waktu dan tempat untuk melaksanakan pengabdian
- Rapat pelaksanaan; dalam rapat ini dibahas mengenai pementeri, materi, dan kebutuhan yang diperlukan pada saat pelaksanaan pengabdian

b) Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan pengabdian dilaksanakan dalam satu hari dengan menggunakan metode Penyuluhan Partisipatif yaitu dengan menggunakan metode yang membangun masyarakat melalui cara mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan bantuan untuk membangun fondasi ekonomi dan sosial. Dalam hal ini, masyarakat diharapkan memahami aset yang mereka miliki dan cara memanfaatkannya sehingga masyarakat mendapatkan perubahan ke arah yang lebih baik sekaligus menjadi pelaku utamanya. (Sahrullah et al., 2024). Tahap pelaksanaan ini masyarakat mendapatkan motivasi dan inspirasi dari narasumber tentang potensi yang mereka miliki dan sekaligus memanfaatkannya secara ekonomis melalui langkah-langkah teknis untuk memasuki pasar, khususnya pasar internasional. Diharapkan dengan adanya diskusi ini, masyarakat akan terinspirasi untuk menciptakan suatu usaha yang memiliki tujuan untuk bisa masuk ke pasar internasional, meski diawali dari rumah sendiri. Dan mendapatkan pre-test sebelum pemberian materi kemudian diberikan post-test setelah pemberian materi.

c) Tahap Evaluasi

Pemaparan materi oleh narasumber kemudian dijadikan sebagai bahan diskusi antara narasumber dengan para audiens. Pada tahap ini terjadi diskusi secara dua arah yang masih memiliki keterkaitan antara materi yang disampaikan dengan pertanyaan yang disampaikan oleh para audiens untuk selanjutnya dicarikan solusi sebagai jawaban atas pertanyaan dari para audiens kepada narasumber. Pengukuran dilakukan melalui kuesioner berjumlah 15 pertanyaan kepada audiens yang berjumlah 19 orang. Hasil rata-rata nilai pre-test yang didapat adalah 54,26, sementara nilai rata-rata keseluruhan setelah post-test adalah 88,79. Kondisi menunjukkan adanya kenaikan pengetahuan masyarakat sebesar 68%.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Program Studi Kewirausahaan Universitas Bakti Tunas Husada kepada masyarakat Kelurahan Urug Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya berjalan lebih baik dari perkiraan sebelumnya, hal ini terjadi karena antusiasme masyarakat sangat tinggi yang dapat dilihat dari berjalannya komunikasi antara masyarakat dengan narasumber. Materi yang disampaikan terdiri dari; Analisa Potensi Wilayah Sendiri, Potensi Di Kebun Kita, Produk dari Eceng Gondok, Prosedur Ekportir, dan Motivasi.

Masyarakat memiliki antusiasme yang sangat tinggi apabila berbicara tentang bisnis dan ditambahkan dengan pemanfaatan sumber daya yang mudah didapat serta mengeluarkan biaya yang sangat minimal. (Safitri et al., 2025; Sahrullah et al., 2024) Melalui penyuluhan tersebut, masyarakat kini memahami bahwasannya untuk melaksanakan kegiatan yang bersifat bisnis bisa dilakukan dengan memanfaatkan bahan sekitar dengan cara menambahkan nilai pada bahan tersebut sehingga bisa memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Selain itu, masyarakat juga mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya membangun tim yang terdiri dari sumber daya manusia yang bagus serta memiliki kesamaan visi agar dapat tercapai organisasi dan kegiatan manajerial yang baik dalam meraih tujuan bersama tersebut. Masyarakat kini memahami bahwa organisasi terdiri dari orang-orang yang memiliki kompetensi berbeda, dan kompetensi tersebut haruslah diasah dan dioptimalkan dengan cara dan waktu yang tepat. (Sudirman, 2023).



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Narasumber

Pada gambar 2 menunjukkan kegiatan pemberian materi oleh narasumber Rendy Sudirman S.E., M.M. yang menjelaskan tentang cara memasuki pasar global juga memotivasi dan menginspirasi audiens untuk memanfaatkan hasil alam yang ada disekitarnya agar bisa dikelola menjadi komoditas yang memiliki nilai di pasar global. Materi ini disertai dengan video pengolahan limbah eceng gondok menjadi suatu komoditas yang ada di daerah lain.

Masyarakat juga diberikan pemahaman cara memasuki pasar di era pemasaran 5.0 seperti saat ini, salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan strategi kustomisasi dan personalisasi. Ketika memasuki pasar, masyarakat harus siap untuk memenuhi keinginan yang berbeda dari setiap konsumen, oleh karenanya, para pelaku usaha harus memiliki cara yang paling sesuai untuk memenuhi tuntutan tersebut agar mereka bisa memiliki pelanggan untuk melakukan pembelian dan menjadi konsumen yang setia. (Kotler et al., 2021)



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab dengan Audiens

Hal yang tidak diduga sebelumnya, ternyata beberapa dari audiens telah melaksanakan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan sumber daya dan bahan yang ada di sekitar rumah seperti bisnis cocopeat dan hasil olahan singkong, namun kini keduanya tidak beroperasi karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang merek. Merek adalah nama, jargon, warna, tanda, lambang, dan atau kombinasi lainnya yang dapat diidentifikasi oleh konsumen untuk membedakan produknya dengan pesaing. (Armstrong et al., 2018). Setelah dilakukan penelusuran melalui informasi para pelaku usaha tersebut, ternyata masalahnya sama, yaitu tidak adanya merek pada produk yang mereka pasarkan sehingga konsumen kesulitan untuk mengidentifikasi produk merekadi pasaran



Gambar 5. Foto Setelah Kegiatan

Untuk dapat bertahan pada suatu kompetisi bisnis, suatu produk memerlukan merek untuk memudahkan konsumen mengidentifikasi produk tersebut. Suatu merek dapat memberikan informasi berupa kualitas produk maupun layanan kepada konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk tersebut. Konsumen akan merasakan kepuasan saat melakukan pembelian produk dengan merek tertentu. (Sudirman & Munggaran, 2023).

Masalah lainnya yang ditemukan adalah kondisi karyawan dan pelaku usaha yang kurang konsisten dalam melaksanakan kegiatan bisnis. Wilayah Kecamatan Kawalu merupakan salah satu wilayah dengan UMKM terbanyak di Kota Tasikmalaya

Isina bahas bahwa narasumber menyampaikan, kebanyakan UMKM tersebut memiliki masalah tentang motivasi kerja karyawan yang berimbas pada kinerja sehingga banyak tujuan perusahaan yang tidak tercapai. Oleh karenanya, dalam pengabdian ini disampaikan bahwa pemilik usaha harus memperhatikan motivasi karyawan agar perusahaan bisa mendapatkan kinerja pegawai yang diharapkan. (Heru Kurniawan & Rendy Sudirman, 2023).

4. KESIMPULAN

Masyarakat Kelurahan Urug telah memiliki keinginan untuk terjun ke dalam dunia bisnis, namun kurangnya informasi menjadikan mereka tidak dapat mewujudkan keinginan tersebut. Pola pikir yang rumit dan ekspektasi tinggi menjadi suatu kendala yang menghambat kegiatan bisnis. Dengan adanya penyuluhan ini masyarakat kembali termotivasi untuk melaksanakan bisnis dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada di sekitar. Masyarakat juga mendapatkan inspirasi untuk menciptakan suatu produk yang memiliki nilai jual di pasaran lokal serta mengarah pada pasar global. Kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Urug perlu kembali dilakukan untuk menjaga konsistensi serta melakukan peningkatan capaian agar dapat semakin memberikan manfaat kepada masyarakat. Terjadi adanya peningkatan pemahaman terhadap peserta pengabdian yang berasal dari masyarakat yang memiliki profesi sebagai pelaku usaha UMKM. Adanya peningkatan pengetahuan ini diharapkan dapat memotivasi dan mendorong para pelaku usaha untuk dapat meningkatkan pendapatannya secara ekonomis dengan berkecimpung di bidang ekspor. Rekomendasi tindak lanjut dari kegiatan ini adalah adanya aksi nyata para pelaku usaha untuk melengkapi administrasi usahanya serta mendapatkan sertifikasi yang diperlukan untuk menjadi syarat ekspor produk ke luar negeri. Masyarakat pelaku usaha memerlukan advokasi dari pejabat pemerintah setempat agar memiliki kualifikasi yang tepat untuk kegiatan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada masyarakat Kelurahan Urug Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya yang telah bekerja sama dan menghadiri kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi Kewirausahaan Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Bakti Tunas Husada dan Kamar Dagang Indonesia (KADIN) Kota Tasikmalaya juga SMK Kehutanan Sobat Bumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principle of Marketing* (G. Armstrong, Ed.; 7th ed.). Pearson Group.
- Dewani, I. D. A. M. N., & Saskara, I. A. N. (2025). From Cultural Heritage to Sustainability: Evaluating Green Economy in The Gringsing Weaving Industry Using The MULTIMOORA Approach. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 13(1), 1–21.
- Heru Kurniawan, & Rendy Sudirman. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai UMKM Di Kawalu, Kota Tasikmalaya. *JURNAL ILMIAH RESEARCH AND DEVELOPMENT STUDENT*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i1.253>
- Kesumah, F. S. D., Muslimin, M., Ahadiat, A., Andriani HR, L., Firdaus, L., & Firdaus, L. (2024). KNOWLEDGE SHARING PENGEMBANGAN DESA DEVISA KECAMATAN NATAR, LAMPUNG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.23960/jss.v8i1.475>

- Kotler, P., Hermawan, K., & Setiawan. (2021). *Marketing 5.0 Technology for Humanity*. John Wiley.
- Renaldi, M. S., Prayoga, M. D., Febryansyah, N., & Wikansari, R. (2025). Potensi Ekspor Cocopeat Indonesia ke China dan Jepang. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(1).
- Safitri, R. H., Kalsum, U., Fuadah, L. L., Novelia, R., Sari, E. D. M., & Pratama, R. R. (2025). Pemberdayaan UMKM Ekowisata Melalui Usaha Rumah Tangga Bernilai Jual di Desa Burai. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 248–254.
- Sahrullah, Lenas, M. N. J., Abbas, M., & Sappara, S. (2024). Edukasi Investasi Sebagai Langkah Strategis untuk Memperkuat Ekonomi UMKM dan Rumah Tangga. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 135–142.
- Sudirman, R. (2023). Membangun Tim Usaha Yang Sukses. In D. M. Soeswoyo (Ed.), *Kewirausahaan* (1st ed., Vol. 1, pp. 149–162). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sudirman, R. (2024). Strategi Pemasaran Digital. In P. T. Cahyono (Ed.), *Pemasaran Digital* (1st ed., Vol. 1, pp. 13–36). CV. Rey Media Grafika.
- Sudirman, R., & Munggaran, R. (2023). Correlation of Product Attributes and Employee Performance on Consumer Satisfaction Fazza T&T. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 6(2), 177–182.
- Wardiah, I., Noor, H., Fauzan, R., & Sholihin, F. (2019). Pemanfaatan Eceng Gondok Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Jelapat I Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(2), 152. <https://doi.org/10.31961/impact.v1i2.635>
- Yunanto, P., Setiowati, Y., Nuraini, N., Salamah, S., Rizka, R., & Nida, S. (2025). Pemberdayaan Perempuan Berbasis Green Economy untuk Meningkatkan Kesejahteraan Kader Perempuan Muhammadiyah. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 417–427. <https://doi.org/10.52072/ABDINE.v5i2.1612>