Copyright © 2025 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 6, No. 4, November 2025**

Strategi Pengembangan UMKM: Studi Kasus Pada Usaha Rengginang di Desa Sungai Tengah

Hafzana Bedasari [1]*, Fadli Syahrafika [2], M. Alfin Hidayat [3], Vigo Morien [4], Fahmi Ikhsannudin [5], Ghina Haafizhoh [6], Febru Wenti Kaisar [7], Afra Nabila Dewi [8], Rizka Ananda Putri [9], Ilna Yulia [10], Destria Maharani [11]

[1–11] Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

* hafzana@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Artikel ini membahas peran strategis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian pedesaan, termasuk di Desa Sungai Tengah, Kabupaten Siak, yang memiliki potensi besar melalui produksi rengginang. UMKM di desa ini menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia (SDM), proses produksi yang masih bersifat tradisional, dan kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan promosi. Hal ini menyebabkan rendahnya daya saing produk dan terbatasnya jangkauan pasar. Dalam rangka mengatasi masalah ini, tim Kukerta MBKM Desa Sungai Tengah melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat untuk mengidentifikasi isu utama di antaranya yaitu menurunnya kualitas SDM, kurang optimalnya branding produk, dan pemasaran yang masih menggunakan metode konvensional. Solusi yang ditawarkan antara lain pelatihan peningkatan SDM, penerapan teknologi dalam proses produksi, pengembangan identitas produk melalui *branding*, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran digital. Program yang berlangsung selama empat minggu ini memberikan hasil yang signifikan, termasuk peningkatan kualitas produk, perluasan jangkauan pasar, dan penguatan *branding* produk. Dengan hasil ini, diharapkan UMKM di Desa Sungai Tengah dapat lebih berdaya saing, memperkuat perekonomian lokal, dan menjadi model pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan. Inisiatif ini juga mendukung program pemerintah desa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat desa.

Kata Kunci: *UMKM, Sumber Daya Manusia (SDM), Pengembangan Usaha*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam pembangunan ekonomi, khususnya di kawasan pedesaan (Bedasari et al., 2023). Desa Sungai Tengah merupakan salah satu desa di Kabupaten Siak yang memiliki 3 dusun yaitu Dusun Seroja, Dusun Mekar Indah, dan Dusun Seroja. UMKM di Desa ini sangat beragam seperti dibidang dan berpotensi untuk berkembang menjadi lebih baik. Setelah bangkit dari Masa Pandemi menyebabkan perekonomian secara global mengalami penurunan dan berimbas pada UMKM termasuk UMKM di Desa Sungai Tengah. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian lokal, tetapi juga berkontribusi

dalam membuka lapangan kerja, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, sebagian besar usaha mikro di desa ini menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya, seperti masalah internal dan eksternal.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dikelola oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha berskala kecil. Klasifikasi UMKM biasanya didasarkan pada pendapatan tahunan, jumlah tenaga kerja, dan aset yang dimiliki. Pengelolaan UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain memberikan kontribusi besar terhadap Penerimaan Domestik Bruto setiap tahunnya, UMKM juga berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Menariknya, UMKM memiliki kemampuan bertahan di tengah krisis, seperti yang terjadi pada krisis ekonomi tahun 1998, inflasi pada tahun 2008 hingga masa pandemi Covid-19. Saat banyak perusahaan besar runtuh, UMKM tetap mampu beroperasi, menjadikannya sebagai penyelamat ekonomi bangsa di masa sulit. Di Indonesia, UMKM sangat diminati oleh berbagai kalangan, dari generasi muda hingga orang tua. Banyak yang melihat peluang besar dalam sektor ini. Sebagai salah satu pilar utama perekonomian, UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan pengembangan ekonomi nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia.

Sumber daya manusia (SDM) memegang peran krusial dalam mendorong kemajuan organisasi, termasuk dalam mengelola usaha mikro. Keterampilan manajemen penjualan dan kemampuan mengenali peluang menjadi kunci bagi usaha mikro untuk bersaing, bertahan, dan berkembang (Hariroh et al., 2024). Namun, rendahnya kualitas SDM dapat mengakibatkan rendahnya produktivitas dan partisipasi dalam dunia kerja maupun proses produksi (Ukkas et al., 2017). Keberhasilan organisasi atau perusahaan sangat bergantung pada kualitas SDM yang dimilikinya. Kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang dilakukan oleh SDM UMKM itu sendiri. Kinerja UMKM harus mencapai hasil optimal, baik secara kuantitas maupun kualitas, agar memberikan manfaat yang maksimal (Diana et al., 2022). Tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), keterampilan teknis yang terbatas, dan penggunaan teknologi produksi sederhana. Keterbatasan ini sering kali menyulitkan dalam menjaga konsistensi standar produk. Meskipun teknologi sederhana dapat menghasilkan produk berkualitas, pengembangan usaha UMKM tetap perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas SDM di berbagai aspek untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

Penggunaan teknologi pada UMKM masih terbatas, menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkannya secara optimal. Padahal, teknologi dapat memberikan berbagai kemudahan, terutama dalam promosi dan pemasaran melalui media sosial serta platform digital. Tidak teroptimalisasi potensi pemanfaatan teknologi ini dapat berakibat pada menurunnya model bisnis, berkurangnya nilai pelanggan, standar bisnis, serta keuntungan (Avriyanti, 2021). Salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya teknologi adalah melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Contohnya, pengabdian yang dilakukan oleh (Fadhilah et al., 2023), yang berhasil mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial untuk UMKM di Banten.

Pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa Sungai Tengah tahun 2022 – 2027 tertulis jika masyarakat Sungai Tengah Didominasi Oleh mata pencaharian pertanian dan perkebunan sehingga perlunya peningkatan pada sektor UMKM . Menurut (Al Farisi & Iqbal Fasa, 2022) UMKM memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai sumber penciptaan lapangan kerja tetapi juga sebagai wadah untuk mengembangkan keterampilan dan potensi individu. Keberadaan UMKM diharapkan mampu berkontribusi secara optimal dalam mengatasi permasalahan pengangguran yang terus meningkat setiap tahunnya, sekaligus mendukung peningkatan pendapatan daerah. Dengan peran strategis ini, menjadikan UMKM sebagai mitra kerjasama merupakan langkah yang tepat untuk mendorong pengembangan dan pemberdayaan sektor ini.

Desa Sungai Tengah merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis masyarakat. Salah satu usaha mikro di desa ini adalah usaha produksi rengginang. Meski bukan merupakan komoditas unggulan desa, usaha ini menjadi perhatian karena mengalami kendala yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya. Permasalahan internal yang menjadi masalah dalam pengembangan usaha dari UMKM tersebut seperti keterbatasan inovasi selain itu kurangnya inovasi dan jumlah SDM yang terbatas dalam mengelola usaha. Kemampuan yang terbatas menyebabkan pengelolaan usaha menjadi kurang maksimal dan tidak tepat. Tuntutan perkembangan teknologi bisa menjadi faktor pendorong dan juga penghambat jika tidak dimanfaatkan dengan baik. Pemanfaatan teknologi pada UMKM yang terdapat di Desa Sungai Tengah bisa dibilang hampir tidak ada dikarenakan beberapa produk umkm dalam proses pembuatan sampai pemasaran masih dilakukan secara manual dan proses produksi sederhana.

Melalui kegiatan pengabdian di desa tersebut, tim kukerta Desa Sungai Tengah menginisiasi untuk pengembangan dan menganalisis kendala yang ada pada salah satu UMKM. Dari analisis yang didapat diharapkan dapat menemukan solusi yang tepat untuk mengatasi kendala yang dibutuhkan. Selain itu upaya-upaya lain juga akan dilakukan untuk meningkatkan perkembangan dari usaha tersebut Seperti melakukan branding produk, membantu memasarkan dan mempromosikan produk lewat platform digital, membantu meningkatkan nilai jual dan lain-lain. Kegiatan pengembangan UMKM ini juga diharapkan dapat mendukung program pemerintah desa dalam pemberdayaan UMKM.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini menggunakan analisis kebutuhan komunitas untuk memahami secara mendalam tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, selanjutnya mengidentifikasi solusi yang sesuai untuk mengatasi permasalahan pada UMKM. Tanpa pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan dan aspirasi UMKM, program pengabdian cenderung tidak efektif dan kurang berdampak. Oleh karena itu, analisis ini menjadi langkah awal untuk memastikan bahwa program pengabdian yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi UMKM (Zunadi, 2024).

Kegiatan ini dilaksanakan selama 4 minggu (1 Oktober – 27 November 2024) mulai dari pengamatan awal hingga pendampingan kepada mitra. Kegiatan ini berlokasi di Desa

Sungai Tengah. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari empat tahapan, yang dimulai dari pengamatan awal dan diakhiri dengan penerapan solusi.

1. *Pengamatan Awal*

Kegiatan ini merupakan tahapan pertama yang dilakukan dengan mengunjungi mitra UMKM yaitu usaha kerupuk Rengginang Rahayu. Kunjungan ini bertujuan untuk melakukan pengamatan secara langsung mengenai potensi permasalahan.

2. *Identifikasi Permasalahan*

Identifikasi masalah dilakukan dengan cara mewawancarai pemilik UMKM serta mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan yang berlangsung di UMKM tersebut. Mulai dari mempersiapkan bahan, produksi, pengemasan, promosi, dan pemasaran.

3. *Analisis Solusi*

Analisis solusi dilakukan dengan meninjau permasalahan yang sudah diidentifikasi kemudian disesuaikan dengan kondisi UMKM. Hal ini dilakukan supaya solusi yang diberikan dapat diterapkan secara efektif dan efisien.

4. *Penerapan Solusi*

Setelah menganalisis solusi dari permasalahan yang ada langkah selanjutnya adalah menerapkan solusi yang sudah di sesuaikan dengan permasalahan, baik dilakukan secara langsung maupun secara bertahap. Penerapan ini dilakukan oleh mitra UMKM dan didampingi oleh tim kukerta.

Hasil dan Pembahasan

Pengamatan Awal

Langkah awal pengamatan dilakukan dengan terlibat langsung dan berdiskusi bersama para pelaku UMKM untuk mengidentifikasi berbagai hambatan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usaha (Eka et al., 2022). Penting dalam melakukan observasi, diskusi, dan wawancara untuk mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan. Pada Tahapan ini informasi umum yang diperoleh terkait dari usaha yang dimiliki oleh mitra berupa usaha Rengginang yang sudah berdiri sejak 2013. Usaha ini mengalami penurunan yang disebabkan oleh beberapa kendala, produksi sempat dihentikan dalam kurung waktu tertentu dari bulan Maret 2023 dan mulai Kembali produktif pada bulan Januari 2024. Pada tahapan ini tim Kukerta hanya mengumpulkan informasi umum terkait identitas usaha rengginang tersebut dan belum dilakukan analisis terkait permasalahan yang dimiliki.

Identifikasi Permasalahan

Identifikasi masalah digunakan untuk menganalisis masalah yang dialami oleh UMKM secara umum(Anggia & Rifki, 2019). Hasil pengamatan awal mengungkapkan sejumlah permasalahan yang dihadapi. Permasalahan tersebut telah diidentifikasi dan dirangkum

dalam Tabel 1, mencakup lima isu utama yang terjadi pada aspek produksi, pemasaran, dan promosi di UMKM Rengginang.

***Tabel 1**. Identifikasi Permasalahan*

No.	Kondisi Fakta	Kondisi Ideal
1.	Menurunnya jumlah dan kualitas SDM yang mampu memproduksi produk rengginang.	Meningkatnya jumlah SDM yang berkualitas dan mampu menjalankan produksi produk rengginang.
2.	Proses produksi masih menggunakan cara-cara tradisional, mulai dari persiapan bahan sampai dengan pengemasan produk.	Pemanfaatan teknologi diharapkan mampu mempercepat dan memudahkan proses produksi, dan mengurangi resiko terjadinya kegagalan-kegagalan saat produksi.
3.	Branding produk masih belum dilakukan seperti pada kemasan tidak adanya informasi pada bahan baku produk dan identitas lain.	Branding produk perlu dilakukan untuk meningkatkan citra produk itu sendiri mulai dari branding pada kemasan dan branding pada media promosi.
4.	Pemasaran hanya dilakukan secara konvensional di pasar dan toko-toko sekitar.	Pemasaran juga baiknya dilakukan melalui platform digital seperti market place dan sebagainya untuk memperluas jangkauan pasar.
5.	Promosi hanya dilakukan secara tradisional melalui pintu ke pintu dan mulut ke mulut.	Promosi baiknya juga dilakukan memalui media sosial seperti facebook, whatsapp dan lain-lain.



***Gambar 1**. Wawancara dengan Pemilik UMKM*

Analisis Solusi

Memahami hakikat suatu permasalahan merupakan langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu sebelum mencari solusi. Berdasarkan hasil pengamatan awal dan identifikasi permasalahan, langkah selanjutnya adalah merumuskan solusi. Solusi yang diajukan dalam kegiatan ini dirancang untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi. Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

***Tabel 2**. Analisis Solusi*

No.	Permasalahan	Solusi
1.	Menurunnya jumlah dan kualitas SDM yang mampu memproduksi produk rengginang.	Melakukan rekruitmen dan *training* untuk menambah jumlah dan kualitas SDM untuk membantu produksi.
2.	Proses produksi masih menggunakan cara-cara tradisional, mulai dari persiapan bahan sampai dengan pengemasan produk.	Lebih memanfaatkan teknologi dan menambah alan yang digunakan untuk produksi seperti mesin menanak nasi dan mesin pengering untuk menjemur.
3.	*Branding* produk masih belum dilakukan seperti pada kemasan tidak adanya informasi pada bahan baku produk dan identitas lain.	Melakukan *Branding* dengan membuat logo produk dan membuat design yang memuat informasi terkait identitas produk seperti kontak pemesanan, lokasi produksi, tanggal produksi, bahan baku produk dan lain-lain.
4.	Pemasaran hanya dilakukan secara konvensional di pasar dan toko-toko sekitar.	Pemasaran dilakukan tidak hanya di pasar dan di toko namun juga dilakukan secara langsung di tempat produksi melalui pemesanan secara online melalui *market place* di media sosial.
5.	Promosi hanya dilakukan secara tradisional melalui pintu ke pintu dan mulut ke mulut.	Promosi juga dilakukan memalui media sosial sehingga menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

Penerapan Solusi

Solusi yang diterapkan dengan memperhatikan permasalahan yang dihadapi dengan menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM yaitu sebagai berikut:

1. *Permasalahan SDM*

Penerapan yang dilakukan adalah dengan berdiskusi terkait proses perekrutan dan pelatihan untuk anggota baru kepada pihak UMKM dimulai dari membahas kriteria yang dibutuhkan oleh UMKM terhadap orang yang akan direkrut untuk nantinya membantu proses produksi, adapun kriteria yang ditentukan yaitu:

-Wanita usia 17 tahun keatas,

-Mau bekerja sesuai arahan,

-Mau belajar apabila belum berpengalaman,

-Mampu bekerja sesuai waktu yang ditentukan,

-Sistem upah disesuaikan dengan target yang diproduksi (perkilo 2.000).

Hasil rekrutmen yang didapatkan dengan menginformasikan ke warga sekitarnya didapati satu orang yang berminat untuk mau membantu produksi kemudian calon karyawan tersebut diajak untuk melihat secara langsung proses produksi, ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada calon karyawan tersebut terkait proses produksi mulai dari persiapan bahan pengemasan produk. Selain melihat secara langsung, calon karyawan juga diminta untuk mencoba secara langsung tahapan memproduksi rengginang.



***Gambar 1**. Pelatihan Calon Karyawan dibimbing oleh Pemilik UMKM*

2. *Permasalahan Penggunaan Alat dan Cara Tradisional*

Penggunaan alat-alat tradisional, tingkat pendidikan dan keterampilan yang masih rendah, serta teknologi sederhana dapat memengaruhi hasil pendapatan yang diperoleh. Dalam kondisi seperti ini, pendapatan yang dihasilkan cenderung tidak optimal. Namun, kenyataannya, UMKM tetap mampu menjadi penopang perekonomian nasional meskipun minim dukungan dari pemerintah (Pangiuk, 2018).



***Gambar 2**. Alat Produksi yang masih Tradisional*

Solusi yang diterapkan untuk mengatasi masalah penggunaan alat-alat produksi yang masih sederhana adalah dengan menganalisis kebutuhan teknologi yang sesuai dengan kondisi UMKM. Dalam diskusi dengan pihak UMKM, disepakati bahwa alat-alat

sederhana yang digunakan, seperti proses memasak dan pengeringan rengginang, perlu ditingkatkan efisiensinya. Tim Kukerta merekomendasikan pembelian alat penanak nasi listrik untuk mempercepat proses masak serta penggunaan mesin pengering sebagai alternatif jemur manual, yang sering terkendala cuaca. Rekomendasi ini diberikan dengan mempertimbangkan anggaran UMKM serta manfaat jangka panjang dari investasi alat yang lebih modern.

3. *Permasalahan Branding Produk*

Menurut Safitri et al., (2024), proses *branding* dapat diartikan sebagai sebuah upaya komunikasi yang dirancang secara terencana oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjadikannya lebih dikenal.



***Gambar 3**. Branding Produk: (A) Kemasan sebelum branding, (B) Kemasan setelah branding*

Untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, solusi branding difokuskan pada pembuatan identitas produk yang lebih profesional. Tim Kukerta mendesain logo produk dan label kemasan yang mencantumkan informasi penting seperti nama produk, bahan baku, kontak pemesanan, lokasi produksi, dan tanggal kadaluwarsa. Selain itu, disarankan untuk menggunakan kemasan yang lebih menarik agar mampu meningkatkan citra produk. Diskusi dilakukan untuk memilih desain yang sederhana namun informatif, sehingga produk rengginang dapat memiliki identitas yang kuat di pasar lokal maupun digital.

4. *Permasalahan Pemasaran*

Meskipun pemasaran secara manual telah diterapkan, pelaksanaannya masih belum optimal dan efisien. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan identitas merek yang kurang menarik. Selain itu, kesibukan para pelaku UMKM membuat mereka tidak memiliki waktu untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam pemasaran (Nisa et al., 2019).

Sebelumnya pemasaran terhadap produk rengginang hanya dilakukan secara konvensional di pasar dan toko-toko sekitar. Oleh sebab itu mulai dikembangkan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, selanjutnya pemasaran tidak hanya di pasar dan di toko namun juga dilakukan secara langsung di tempat produksi melalui

pemesanan secara online baik pemesanan yang berasal dari market place di media sosial, maupun lewat kontak secara langsung. Untuk memudahkan konsumen menjangkau lokasi produksi Tim memasangkan Titik Lokasi pada Google maps untuk memudahkan navigasi.



***Gambar 4**. Pemasaran Langsung di tempat Produksi:*
(A) Pemasangan Banner UMKM di Lokasi Produksi, (B) Pembuatan Titik Lokasi Pada Google Maps

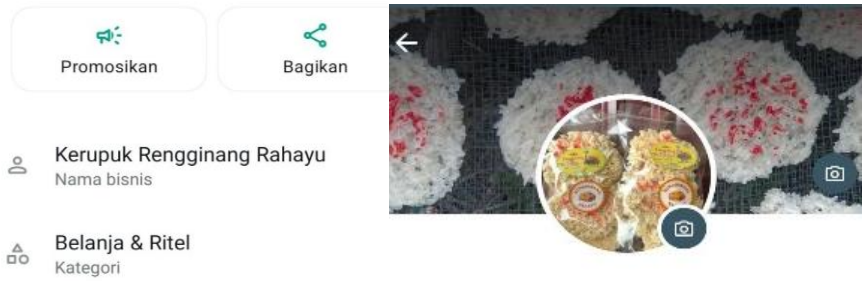
5. Permasalahan Promosi

Pemasaran melalui internet adalah aktivitas promosi yang memanfaatkan strategi berbasis internet untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai produk yang tersedia tanpa perlu datang langsung ke toko (Andy et al., 2020).



***Gambar 5**. Pembuatan Akun Facebook dan pemasaran Melalui Marketplace Pembuatan*

Strategi pemasaran berupa promosi produk yang diterapkan adalah memperluas jangkauan pasar melalui media digital. Tim Kukerta memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM terkait penggunaan media sosial seperti WhatsApp Bisnis dan Akun Facebook, untuk promosi dan pemasaran.



***Gambar 6**. Pembuatan Akun dan Katalog pada Whatsapp Bisnis*

Produk juga didaftarkan pada *platform e-commerce* lokal untuk memperluas akses pasar. Proses pemasaran konvensional, seperti menjual langsung di pasar atau toko sekitar, tetap dilakukan sebagai pendukung, namun dengan pendekatan digital, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam tanpa terbatas lokasi.

Kesimpulan

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Sungai Tengah berhasil mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra UMKM Rengginang Rahayu. Permasalahan tersebut antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia, penggunaan metode produksi yang masih tradisional, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Sebagai bentuk solusi, program ini memberikan rekomendasi untuk optimalisasi penggunaan teknologi dalam mempercepat dan meningkatkan efisiensi produksi, serta mendorong pengembangan *branding* produk yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar. Selain itu, program ini juga mengedepankan pentingnya pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Dengan pendekatan yang berbasis pada teknologi dan strategi pemasaran modern, diharapkan UMKM Rengginang Rahayu dapat berkembang lebih pesat dan berdaya saing di pasar lokal maupun nasional. Kontribusi nyata dari program ini juga dirasakan dalam mendukung upaya pemerintah desa untuk meningkatkan perekonomian lokal. Melalui pendampingan dan pelatihan yang diberikan, UMKM di Desa Sungai Tengah diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk dan efisiensi operasional, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan lapangan kerja serta memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mitra UMKM, tetapi juga bagi masyarakat desa secara luas dalam rangka mencapai kemajuan ekonomi yang berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada FISIP Universitas Riau selaku penyelenggara program Kukerta MBKM, serta kepada Pemerintah Desa Sungai Tengah, Kabupaten Siak yang telah memberikan dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan ini.

Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Riau yang telah memberikan arahan serta dukungan administratif, serta kepada seluruh pihak yang menjadi mitra kerja lapangan dalam mendukung keberhasilan program ini.

Referensi

Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, *9*(1), 73-84.

Andy, P. W., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang : Edulitera.

Anggia, M. N., & Rifki, M. S. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, *2*(2), 159–170. https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125

Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, *5*(1), 60-74.

Diana, D., Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, *3*(2), 67-74.

Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, T., Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, R., & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, *3*(1), 39–44. https://doi.org/10.29259/jscs.v3i1.56

Fadhilah, F., Satyanegara, D., & Pertiwi, W. N. B. (2023). Optimalisasi strategi pemasaran melalui media sosial bagi UMKM Kopi Dadaman Desa Citaman Banten. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, *6*(1), 13-19.

Hariroh, F. M. R, Azis, N., Sandi, P. H., Hermiati, N.F., & Aprilia, W. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, *2*(1), 48–54. https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.303

Nisa, F., Marlya Fatira, A. K., SE, M., Seri, E., & Hum, M. (2019). Pengaruh Prinsip 5c+ S Terhadap Keputusan Bank Dalam Memberikan Pembiayaan Mikro. *PROSIDING*, 166.

Pangiuk, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Penurunan Kemiskinan di Provinsi Jambi Tahun 2009-2013. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research, 2*(2), 44–4.

Putri, H. W., Putri, A. W., Tiffani, A. K., Faidah, K. N., Chandra, K., Pidadiko, P., & Varizal, Y. (2023). Penyuluhan Strategi Pemasaran UMKM Desa Pinang Sebatang Timur Kabupaten Siak. *Jurnal Pengabdian Publik (JP-Publik)*, *3*(2), 37-43.

Safitri, S., Marcheren, A. G., Fauziah, A., Rahma, A. D., Guci, L. P., Wijayanti, M. R., Amanda, S., Novelia, S., & Hasanah, U. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing, Branding, Manajemen Keuangan dan Sertifikasi Halal pada UMKM Desa Maredan Barat. *Madaniya, 5*(1), 112-119. https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/708

Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja industri kecil Kota Palopo. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, *2*(2). https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.440

Zunadi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. Bekasi.* Yayasan Putra Adi Dharma.