

Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan Berkelanjutan yang Lebih Baik: Penyelenggaraan Pengabdian Kepada Masyarakat Meruya Utara

Daru Asih^{1*}, Mochamad Soelton², Shine Pintor Siolemba Patiro³, Yanto Ramli⁴, Noermijati
Noermijati⁵, Fatchur Rohman⁶

^{1*2345}Universitas Mercu Buana- Indonesia

³Indonesia Open University –Indonesia

⁶Brawijaya University - Indonesia

daru_asih@mercubuana.ac.id

soelton@mercubuana.ac.id

Abstrak

Permasalahan ekonomi UMKM dapat diatasi dengan melakukan berbagai kegiatan kewirausahaan berbasis UMKM. Laporan Pengembangan Perencanaan Pemasaran dalam Membangun Kewirausahaan Pemula Berbasis Manajemen Kecamatan Meruya Utara, Kembangan, Jakarta Barat. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu Perencanaan Pemasaran dalam Membangun Kewirausahaan Pemula Berbasis Manajemen dan mendapatkan manfaat dari kehadirannya di lingkungan daring. Konteks pengabdian ini melibatkan seluruh fungsionaris Kecamatan Meruya Utara, Kembangan, Jakarta Barat. Kita akan menganalisis situasi UMKM, mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam memasarkan produk kuliner, serta menyusun strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM. Kewirausahaan berbasis UMKM dapat dikembangkan untuk mengurangi ketergantungan pekerjaan dari perusahaan baik pemerintah maupun swasta. Oleh karena itu, meskipun UMKM lebih sederhana dibandingkan perusahaan umum, namun penentuan perusahaan yang akan dijalankan oleh UMKM tetap harus dilakukan melalui proses yang jelas dan konkrit, yaitu dengan melakukan proses Perencanaan Bisnis. Diharapkan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan pemahaman tentang kewirausahaan UMKM sehingga masyarakat setempat dapat langsung melakukan percobaan sebelum mencoba menentukan usaha yang ingin dikembangkan di kemudian hari. Dengan memiliki pemahaman tentang Perencanaan Bisnis dalam pengembangan kewirausahaan UMKM, maka dapat mencegah terjadinya perselisihan dan konflik dalam perusahaan, sehingga pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen Hijau, Strategi Marketing, Meruya Utara Jakarta

Abstract

MSME economic problems can be overcome by carrying out various MSME-based entrepreneurial activities. Report on the Development of Marketing Planning in Building Beginner Entrepreneurship Based on the Management of Meruya Utara Subdistrict, Kembangan, West Jakarta. This community service aims to assist Marketing Planning in Building Management-Based Entrepreneurship Beginners and benefit from their presence in the online environment. The context of this service involves all functionaries of Meruya Utara Subdistrict, Kembangan, West Jakarta. We will analyze the situation of SMEs, identify opportunities and challenges in marketing culinary products, and develop digital marketing strategies that suit the characteristics of SME products. MSME-based entrepreneurship can be developed to reduce dependence on jobs from companies both government and private. Therefore, even though MSMEs are simpler than general companies, determining a company that will be run by MSMEs must still be done through a clear and concrete process, namely by carrying out a Business Planning process. It is hoped that this community service can provide an understanding of MSME

entrepreneurship so that local people can immediately carry out experiments before trying to determine a business they want to develop in the future. By having an understanding of Business Planning in developing MSME entrepreneurship, it can prevent disagreements and conflicts in the company, so that in the end it can reduce poverty levels and improve community welfare.

Keywords: MSME; Green management; Marketing Strategic; Meruya Utara Jakarta

I. PENDAHULUAN

Pendahuluan Perekonomian Indonesia belakangan ini mengalami situasi yang kurang stabil, hal ini ditandai dengan berbagai gejala yang terjadi di masyarakat. Salah satunya adalah pengangguran yang terus meningkat dengan jumlah lapangan pekerjaan yang terbatas. Data dari Biro Pusat Statistik menyebutkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2015 sebesar 5,81% menurun dibanding TPT Agustus 2014 (5,94%), dan meningkat dibandingkan TPT Februari 2014 (5,70%). Pada Februari 2015, penduduk bekerja masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan SD ke bawah sebesar 45,19 %, sementara penduduk bekerja dengan pendidikan sarjana ke atas hanya sebesar 8,29%. Dari data di atas terlihat bahwa tingkat penduduk berpendidikan sarjana yang bekerja masih rendah. Setiap tahun perguruan tinggi di Indonesia mencetak beribu-ribu sarjana. Namun gelar sarjana yang disandang tidak lantas mempercepat atau mempermudah mendapatkan pekerjaan. Untuk mendapatkan pekerjaan mereka harus bersaing dengan pencari kerja lainnya. Satu hal yang perlu diperhatikan bahwa lapangan pekerjaan di Indonesia masih terbatas, sehingga jumlah pencari kerja dan lapangan kerja yang tersedia tidak seimbang. Lapangan kerja yang tersedia saat ini belum mampu mengatasi permasalahan tingginya angkatan pengangguran di Indonesia. Diperkirakan elastisitas 1% pertumbuhan ekonomi dapat menyerap sekitar 350 ribu hingga 400 ribu tenaga kerja pada 2016, dengan berorientasi pada program-program penciptaan lapangan kerja (Djalil, 2015). Penyerapan tenaga kerja terjadi pada usaha kecil, menengah dan besar. Namun ternyata usaha kecil mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak, karena dalam usaha kecil tidak terlalu banyak modal, dan memperoleh nilai efisien yang lebih besar dibandingkan usaha besar (Suharyadi, 2008).

Soelton et al., (2023) menyatakan menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa dipercaya merupakan alternatif untuk mengurangi pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri kare dunia bisnis masa kini dan masa depan lebih mengandalkan knowlegde dan intellectual capital, maka agar dapat menjadi daya saing bangsa, pengembangan wirausaha muda perlu diarahkan pada kelompok muda terdidik (intelektual).

Kewirausahaan bukanlah milik orang-orang yang berbakat, tapi siapa saja dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan mengembangkan cara berfikir positif, keberanian, kemauan, inovatif, dan lebih dari sekedar mencari peluang usaha tetapi membuka peluang usaha maka jiwa kewirausahaan akan dapat terbentuk. Indonesia mempunyai sumber daya manusia yang melimpah, namun tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang tersedia. Minimnya sumber daya manusia yang mampu menciptakan lapangan kerja adalah menjadi salah satu permasalahan serius yang dihadapi bangsa ini. Pemerintah, pebisnis, akademisi, dan tokoh-tokoh masyarakat harus bersatu padu untuk mendorong generasi muda berwirausaha dan menjadikan entrepreneurship sebagai salah satu pilihan berkarya selain yang sudah ada sekarang ini.

Melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kemenkop (UKM) sebagai penyelenggara pendidikan ikut bertanggung jawab dalam mengupayakan dan mendorong masyarakat agar memiliki minat berwirausaha. Berbagai seminar dengan pembicara dan

testimoni kesuksesan tentang kewirausahaan telah di selenggarakan. Perubahan dunia yang begitu cepat mengakibatkan setiap pihak termasuk masyarakat berupaya untuk memikirkan tentang akibat dari perubahan dunia tersebut termasuk perubahan yang membawa dampak positif dan negatif. Perubahan dunia termasuk perubahan pola pikir manusia tentang mendapatkan keuntungan untuk UMKM dalam menunjang keberlanjutan kehidupan dalam UMKM. Untuk mengatasi masalah ini, masyarakat membutuhkan kreativitas dan inovasi agar dapat bertahan dalam tekanan kebutuhan yang semakin hari semakin berat. UMKM harus mampu membantu untuk memecahkan permasalahan perekonomian UMKM agar tidak berdampak masalah di kemudian hari. Namun semua upaya dalam membantu perekonomian UMKM perlu di cermati dan melalui pertimbangan yang matang agar upaya tersebut tidak menjadi beban masalah yang sebaliknya malah menyebabkan kerugian yang tidak terduga.

Masalah perekonomian UMKM dapat diatasi dengan melakukan berbagai kegiatan kewirausahaan yang berbasis UMKM. Kewirausahaan yang berbasis UMKM dapat dikembangkan untuk mengurangi ketergantungan terhadap lowongan pekerjaan dari perusahaan baik milik pemerintah maupun swasta. Perkembangan kewirausahaan UMKM juga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi di negara seperti di Amerika Serikat dimana 90 persen dari 15 juta perusahaannya merupakan perusahaan UMKM dan telah menyumbang 40% GNP Amerika Serikat <http://www.kompas.com/>, sedangkan di Indonesia kewirausahaan UMKM sudah mulai muncul dan hal ini dapat dilihat dari berbagai usaha waralaba seperti waralaba usaha makanan siap saji, toko eceran waralaba sampai dengan usaha jasa dan sebagainya.

Perusahaan UMKM berbeda dengan perusahaan umum adalah karena kepemilikan saham dan ukurannya usaha tersebut, perusahaan UMKM adalah perusahaan yang dimiliki oleh beberapa pemegang saham yang merupakan anggota UMKM sedangkan perusahaan umum dimiliki oleh beberapa pemegang saham yang tidak memiliki hubungan UMKM. Perusahaan UMKM umumnya dipimpin, dikelola dan dikendalikan oleh anggota UMKM sehingga membawa manfaat yang tinggi dibandingkan dengan usaha lainnya karena dari segi kepercayaan yang lebih besar untuk meningkatkan fleksibilitas. Namun, perusahaan UMKM juga perlu adanya manajemen yang jelas dan pembagian tanggung jawab yang jelas juga sehingga tidak terjadi kesalahpahaman yang dapat menyebabkan kehancuran.

Perusahaan UMKM umumnya dapat dijalankan dengan baik dan diperkuat dengan anggota UMKM yang sangat loyal dan berdedikasi tinggi terhadap perusahaan milik UMKM. Meskipun demikian, seringkali masalah-masalah dalam mengatur perusahaan UMKM, terutama dalam hal pergantian kepemimpinan. Sering juga muncul benturan-benturan antara kepentingan UMKM dengan kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, walaupun perusahaan UMKM lebih sederhana dibandingkan dengan perusahaan umum, namun dalam menentukan sebuah perusahaan yang akan dijalankan oleh UMKM tetap harus dilakukan melalui sebuah proses yang jelas dan konkret yaitu dengan melakukan proses Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) yang dimulai dengan melakukan Studi Kelayakan Bisnis melalui beberapa proses antara lain:

- 1 Melakukan Analisis SWOT
- 2 Menentukan Visi dan Misi
- 3 Aspek Keuangan Bisnis
- 4 Aspek Pasar dan Pemasaran
- 5 Aspek Hukum dan Ekonomi
- 6 Aspek Manajemen Perusahaan

- 7 Aspek Etika Bisnis
- 8 Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Laporan Pengembangan Perencanaan Pemasaran Dalam Membangun Kewirausahaan Pemula Berbasis Manajemen Kelurahan Meruya Utara Kembangan Jakarta Barat. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu Perencanaan Pemasaran Dalam Membangun Kewirausahaan Pemula Berbasis Manajemen dan mendapatkan manfaat dari keberadaan mereka dalam lingkungan online. Konteks pengabdian ini melibatkan seluruh fungsionaris Kelurahan Meruya Utara Kembangan Jakarta Barat. Kami akan menganalisis situasi UKM, mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam memasarkan produk kuliner, dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM. Indonesia seperti negara maju lainnya merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang mempunyai permasalahan ekonomi. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia masih mengalami kesulitan untuk dapat hidup makmur dan sejahtera. Permasalahan ekonomi yang dialami Indonesia pada saat ini terdiri dari beberapa masalah sebagai berikut:

Inflasi, Inflasi yang terjadi pada masa sekarang ini memberikan dampak terhadap meningkatnya harga kebutuhan pokok dan harga kebutuhan lainnya. ; Pengangguran, Masalah pengangguran merupakan masalah terpenting oleh negara Indonesia dan masyarakatnya, karena masalah ini seakan tidak habis menjadi pembahasan. Hal yang mendasar dalam banyaknya pengangguran yaitu kurangnya pendidikan dan keahlian dalam masyarakat Indonesia serta didukung oleh sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia.; Kemiskinan, Masalah kemiskinan tentu disebabkan oleh tingkat pengangguran, tingkat kemiskinan masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun ini mengalami kenaikan dikarenakan banyaknya pengangguran, minimnya pendidikan, dan kurangnya perhatian pemerintah; Pendidikan, Masih banyak masyarakat di Indonesia yang masih belum mampu mendapatkan pendidikan karena biaya pendidikan yang cukup mahal sehingga masyarakat tidak memiliki kemampuan intelektual untuk mendapatkan pekerjaan. Minimnya pendidikan menyebabkan tingkat pengangguran menjadi maskin tinggi.; Kesejahteraan rendah Kesejahteraan yang rendah adalah karena tidak seimbangnya antara tingkat pendapatan dengan kebutuhan. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya ketersediaan lapangan kerja, dan dengan jumlah penduduk yang terus bertambah maka tingkat pengangguran akan semakin meningkat.

Tujuan Kegiatan

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah memberikan edukasi dan pelatihan kepada warga Kelurahan Meruya Utara yaitu: bentuk kegiatan dalam format sosialisasi dan interaksi digunakan untuk menggambarkan pentingnya Pendampingan Penyuluhan dalam mengelola ekspansi penjualan dalam kaidah ramah lingkungan termasuk inovasi produk berbasis ramah lingkungan. Kegiatan yang terjadwal oleh tim dengan memperhatikan jenjang pendidikan masyarakat dan berusaha menjelaskannya dengan bahasa yang sederhana sekaligus berusaha menciptakan keakraban emosional agar proses penyampaian materi dapat tersampaikan. Antisipasi dengan memberikan semacam penyuluhan dengan persentase praktik yang lebih tinggi dengan menunjukkan penerapan yang harmonis selama kegiatan berlangsung. Anggota UKM juga harus memahami nilai dan manfaat pentingnya label halal serta menggunakan bahan produk yang ramah lingkungan.

II. METODE PENELITIAN

Kegiatan Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan pemantauan. Berikut rincian langkah-langkah yang harus dilakukan: Sasaran kegiatan ini adalah metode implementasi yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pelatihan. Peserta dipersilakan datang pada pertemuan dengan jadwal yang telah disepakati. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan kepada warga Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat, mulai pukul 09.00 s/d 14.00, dengan jumlah peserta 60 orang, mempunyai tujuan sebagai berikut: a. Mampu menciptakan dan menumbuhkan kesadaran akan inovasi produk. b. Mampu meningkatkan nilai volume penjualan. c. Mampu mengembangkan hubungan dalam rantai penjualan yang lebih luas. d. Keterampilan manajerial dan kewirausahaan yang termotivasi. Secara lebih rinci, berikut urutan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya yang harus dilakukan, yaitu:

1. Tahap persiapan yang dilakukan sebelum kegiatan dan diserahkan kepada kelompok mitra adalah; (a) penyiapan program penyuluhan dan pelatihan Pengembangan program penyuluhan dan pelatihan agar kegiatan yang dilaksanakan lebih terorganisir dan terarah. Program ini mencakup seluruh permasalahan teknis, manajerial dan jadwal, (b) modul manajemen meliputi pendampingan teknis, penanganan dan penyuluhan berkelanjutan, dan (c) penyiapan sarana dan prasarana pelatihan. Persiapan tersebut antara lain berupa pemberian sarana dan prasarana pelatihan dan penyuluhan, serta (d) koordinasi lapangan.
2. Tahapan pelaksanaan, antara lain: Pelatihan ini diharapkan dapat dilaksanakan secara komprehensif dan berkesinambungan untuk memastikan mitra masyarakat benar-benar memahami dan menguasai pengobatan secara mandiri dan kelompok ini merupakan orang tua/kelompok inti yang selanjutnya akan dibentuk kader di wilayahnya masing-masing.
3. Tahapan evaluasi, monitoring dan evaluasi. Pengawasan dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana pada setiap kegiatan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan pemantauan, sehingga apabila terdapat permasalahan segera diselesaikan. Evaluasi dilakukan pada setiap tahapan kegiatan, sedangkan desain evaluasi memuat uraian tentang bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan. Membimbing mitra untuk terus memberikan pengawasan yang konsisten dan memaksimalkan sentra UMKM yang ada untuk meningkatkan kinerja mitra dan mendukung program pemerintah dalam pemberdayaan komunitas UMKM.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan PKM tahun ajaran 2023-2024

Kegiatan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam mencapai keberlangsungan usaha dilaksanakan untuk membantu para peserta agar memahami pentingnya strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk mendukung bisnis/ usaha yang dijalankan. Adapun materi pelatihan dibagi dalam 3 bagian sebagai berikut:

Bagian 1: Latar belakang fenomena yang terjadi. Bagian 2: Memperkenalkan definisi komunikasi pemasaran terpadu, jenis-jenis komunikasi pemasaran, tujuan meningkatkan komunikasi pemasaran terpadu, dan bagaimana cara meningkatkan komunikasi pemasaran terpadu sebagai panduan bagi para peserta untuk dapat memahami lebih dalam tentang pentingnya membangun komunikasi pemasaran terpadu. Bagian 3: Kesimpulan materi.

2. Penjelasan materi pelatihan.

Bagian 1: Latar belakang fenomena yang terjadi.

Ditengah kondisi perekonomian belum pulih sepenuhnya, daya beli masyarakat masih menurun, banyak masyarakat yang kemudian menekuni usaha sendiri, ditambah dengan adanya kemudahan pemasaran digital membuat banyak sekali bermunculan pengusaha-pengusaha baru. Banyaknya pengusaha baru yang bersaing ketat dengan pengusaha yang sudah ada ditambah adanya daya beli masyarakat yang menurun tentunya membuat masyarakat semakin selektif dalam membeli suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan komunikasi pemasaran yang terus menerus dilakukan oleh pemasar.

Bagian 2: Definisi dan strategi komunikasi pemasaran terpadu

Menurut Kotler & Keller (2016), komunikasi pemasaran terpadu adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan dan mengoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirimkan pesan yang jelas, konsisten, dan persuasif tentang perusahaan dan produknya. Dalam perkembangan lingkungan komunikasi pemasaran yang perubahannya sangat cepat komunikasi pemasaran melalui iklan bukanlah satu-satunya atau bahkan yang paling penting dalam membentuk ekuitas merek dan mendorong penjualan, namun dengan melalui bauran komunikasi pemasaran yang dilaksanakan secara terintegrasi dapat meningkatkan ekuitas dan mendorong penjualan, bahkan dengan meluasnya komunikasi ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mampu membentuk *ekuitas merek* dan penjualan produk.

Komunikasi pemasaran terpadu dapat dilakukan dengan strategi sebagai berikut, yaitu: Iklan, yaitu semua bentuk terbayar dari promosi ide, barang atau jasa di media sosial, media cetak, dsb.; Promosi penjualan, berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mendorong pembelian barang atau jasa (pameran, bazar, dsb.); Acara dan pengalaman, kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu (Acara musik festival, acara amal, olahraga, dsb.); Hubungan masyarakat dan publisitas, beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya (Seminar, hubungan komunitas). ; Direct Marketing dan Pemasaran interaktif, kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan barang dan jasa (penggunaan telepon, e-mail, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan meminta respons atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu).; Personal *Selling*, interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.

Evaluasi hasilnya dan penjelasan keterkaitannya dengan pembelajaran serta capaian luaran

- a) Kegiatan pemberian materi “Pelatihan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam mencapai keberlangsungan usaha” ini dikemas dalam acara seminar dan penyuluhan secara tatap muka dalam Program Pengabdian Masyarakat bertema “Pengembangan Manajemen UMKM untuk mencapai keberlanjutan Bisnis dan kelestarian lingkungan” yang merupakan kerjasama antara Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Mercu Buana dan Universitas Nasional yang dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2024 dengan dihadiri oleh peserta yang merupakan para pengusaha UMKM yang berlokasi di Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan West Jakarta, from 09.00 to 14.00, with 60 participants.

- b) Kegiatan berjalan dengan sukses, dimana saat materi diberikan para peserta mengikuti dengan antusias
- c) Setelah materi diberikan, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.
- d) Setelah mengikuti pelatihan, para peserta mendapatkan soft skill terkait pentingnya strategi membangun kesadaran merek dan juga diwajibkan mengisi kuesioner untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.
- e) Materi yang diberikan pada acara ini terkait dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran.

Capaian Luaran adalah: Jurnal PKM, publikasi media massa, video hasil PKM yang berkaitan dengan pengajaran, dan HKI.



Link Video Pelaksanaan kegiatan PkM: <https://youtu.be/ViuH1LFpHMI>

Link Media massa: <https://www.akurat.co/megapolitan/1303964675/mencapai-keberlanjutan-bisnis-dan-kelestarian-lingkungan-feb-umb-selenggarakan-pkm-di-rptra>



[20nusa-indah-kelurahan-meruya-utara](https://www.akurat.co/megapolitan/1303964675/mencapai-keberlanjutan-bisnis-dan-kelestarian-lingkungan-feb-umb-selenggarakan-pkm-di-rptra)



IV. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Acara pengabdian masyarakat UMB dilaksanakan di Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat, pukul 09.00 hingga 14.00, dengan jumlah peserta 60 orang, 24 Januari 2024. Terlaksana dengan baik dan sukses. Menurut peserta, program ini sangat bermanfaat karena narasumber dapat menyampaikan materi dengan kalimat yang sederhana sehingga mudah dipahami. Materi yang dibahas oleh para narasumber adalah

pelatihan Konsep Perluasan Inovasi Produk bagi kelompok UMKM agar memiliki keunggulan kompetitif dan nilai tambah serta dapat berpartisipasi dalam menjaga lingkungan.

2. *Saran*

Rekomendasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat diberikan sebagai berikut: a) diperlukan kegiatan pelatihan yang berkesinambungan agar pendampingan dapat berjalan lebih maksimal. b) diperlukan kegiatan pendampingan bagi peserta yang dapat memanfaatkan jadwal rutin kegiatan masyarakat di Sangrahan Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Vizano, N., Lo, S., Sumarto, A., Karyatun, S., Thoullon, M., Naibaho, M., & Soelton, M. (2023). Utilizing Waste Goods As A Medium Improving Entrepreneurial Enthusiasm At Srengseng-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 272-277. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.590>
- Kurniawan, D., Marlapa, E., Soelton, M., Buana, D., Thoullon, M., Yusoff, Y., & Naibaho, M. (2023). Increase The Potential of Quality Management To Expand The Relationship With The Parties. *ICCD*, 5(1), 507-513. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.598>
- Aulia, I., Soelton, M., Hanafiah, A., Thoullon, M., Pajjan, P., Karyatun, S., & Saratian, E. (2023). Entrepreneurial Planning Strategy At Meruya Utara-Kembangan-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 121-128. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.571>
- Nandiwardana, A., Soelton, M., Permana, D., Karyatun, S., Asih, D., Widyanty, W., & Kharzai, M. (2023). Used Goods Creation For Sustainable Business At Srengseng-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 86-92. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.557>
- Ramli, Y., Permana, D., Shiratina, A., Soelton, M., & Yusoff, Y. (2023). Implementing Innovation Strategic Against Sustainability Business On The Micro, Small And Medium Enterprises. *ICCD*, 5(1), 60-65. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.658>
- Harwani, Y., Apriadi, I., Asih, D., Sihite, J., Soelton, M., & Yusoff, Y. (2023). Product Innovation Expansion For Msme Groups In Bantarjaya Village Rancabungur - Bogor. *ICCD*, 5(1), 115-120. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.570>
- Arijanto, A., Soelton, M., Bagaskara, M., Karyatun, S., Sari, V., Yuliantini, T., & Yusoff, Y. (2023). Strengthening Leadership Patterns For The Msme Group's Sustainable At Bantarjaya-Rancabungur-Bogor. *ICCD*, 5(1), 501-506. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.597>
- Nawangarsari, L., Siswanti, I., & Soelton, M. (2023). Human Resources Management Strategy For Business Sustainability In Msmes. *ICCD*, 5(1), 514-518. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.599>
- Wahyono, T., Karyatun, S., Soelton, M., Priyono, P., Prasetya, P., Arief, H., & Nandiwardana, A. (2023). Increasing Family Entrepreneurship Opportunities. *ICCD*, 5(1), 129-134. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.572>
- Yuliantini, T., Marlapa, E., Asih, D., Srihadi, T., Rohman, A., & Soelton, M. (2023). Business Planning Based On Green Management, Should Be Sustainable?. *ICCD*, 5(1), 135-140. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.573>
- Marlapa, E., Srihadi, T., Yuliantini, T., & Soelton, M. (2023). Socialization Of Hr Management To Encourage Msmes To Become Sustainable And Sustainable Enterprises In Marunda. *ICCD*, 5(1), 262-265. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.584>

- Soelton, M., Permana, D., Ramli, Y., Hanafiah, A., Karyatun, S., Srihadi, T., & Risman, A. (2023). Business Plan Counseling In Creating Micro-Entrepreneurship At Kemanggisian-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 266-271. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.589>
- Asih, D., Soelton, M., Siolemba Patiro, S., Ramli, Y., Nurhayati, M., & Yussoff, Y. (2023). Marketing Invasion For MSME Groups At Bantarjaya-Bogor. *ICCD*, 5(1), 278-283. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.612>
- Ramli, Y., Permana, D., Soelton, M., & Koe, W.-L. (2022). Implementing Strategic Sustainability Business On The Micro, Small And Medium Enterprises. *ICCD*, (1), 232-236. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.470>
- Yuliantini, T., Soelton, M., Imaningsih, E., Karyatun, S., Ali, A., & Paijan, P. (2022). Green Halal Products: Family Sme's Opportunity. *ICCD*, 4(1), 226-231. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.469>
- Tafiprios, T., Fajrin, N., Ali, A., & Soelton, M. (2022). Community Awareness With Environmentally Friendly Packaging. *ICCD*, 4(1), 29-33. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.435>
- Ratnawati, K., & Soelton, M. (2022). The Role Of Digital Financial Literacy On Firm Performance In Micro Industry. *ICCD*, 4(1), 95-101. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.447>
- Vizano, N., Saragih, L., Nandiwardhana, A., Apriadi, I., Yuniarinto, A., & Soelton, M. (2022). Is An Ornamental Plant Business Riskless?. *ICCD*, 4(1), 221-225. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.468>
- Soelton, M., Rohman, F., Mugiono, M., Indrajaya, S., Marlapa, E., & Vizano, N. (2022). Business Plan Model In Creating Family Entrepreneurship. *ICCD*, 4(1), 216-220. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.467>
- Saratian, E., Arief, H., Ramli, Y., Permana, D., & Soelton, M. (2022). Sharia Financial Inclusion As The Catalyst For The Sustainability Of The Indonesian Msmes. *ICCD*, 4(1), 237-243. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.471>
- Soelton, M., Ramli, Y., Permana, D., Martawireja, A., Nurhayati, M., Saratian, E., & Arief, H. (2021). Increasing Smes Social Impact With Baitul Maal Wat Tamwil. *ICCD*, 3(1), 52-56. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.299>
- Asih, D., Utami, W., Imaningsih, E., Yuliantini, T., Soelton, M., Martawireja, A., & Kasmoo, A. (2021). Prioritizing The Role Of Baitul Maal Wat Tamwil In Empowering The Community's Economy. *ICCD*, 3(1), 57-61. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.301>
- Imaningsih, E., Asih, D., Noermijati, N., Soelton, M., Pribadi, R., & Rahayu, E. (2021). Post-Pandemic Economic Recovery With Baitul Maal Wat Tamwil. *ICCD*, 3(1), 62-66. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.302>
- Arief, H., Soelton, M., Saratian, E., Tafiprios, T., Puspaningrum, A., & Mugiono, M. (2021). Implementantion Entrepreneurship Education Online-Learning Program To Create Farmer Entrepreneur Through Urban Farming. *ICCD*, 3(1), 102-106. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.311>
- Soelton, M., Saratian, E., Wuryandari, N., Saragih, L., Setini, M., Ali, A., & Ariyanto, A. (2021). Prevention Of Drugs Abuse By Improving Entrepreneurial Skills. *ICCD*, 3(1), 236-240. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.349>
- Soelton, M., Ramli, Y., Permana, D., Martawireja, A., Nurhayati, M., Saratian, E., & Arief, H. (2021). Increasing Smes Social Impact With Baitul Maal Wat Tamwil. *ICCD*, 3(1), 52-56. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.299>
- Asih, D., Utami, W., Imaningsih, E., Yuliantini, T., Soelton, M., Martawireja, A., & Kasmoo, A. (2021). Prioritizing The Role Of Baitul Maal Wat Tamwil In Empowering The

Community's Economy. *ICCD*, 3(1), 57-61. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.301>
Imaningsih, E., Asih, D., Noermijati, N., Soelton, M., Pribadi, R., & Rahayu, E. (2021). Post-Pandemic Economic Recovery With Baitul Maal Wat Tamwil. *ICCD*, 3(1), 62-66. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.302>