

Pengembangan Bisnis UMKM Santri Disabilitas Tuna Netra pada Bidang Inovasi dan Pemasaran di Cianjur Jawa Barat

Ayu Rissa Atika,

IKIP Siliwangi Bandung, Indonesia

ayurissa@ikipsiliwangi.ac.id

Aldilla Iradianty,

Universitas Telkom Bandung, Indonesia

aldillai@telkomuniversity.ac.id

Dedah Jumiatin,

IKIP Siliwangi Bandung, Indonesia

dedahcimahi@gmail.com

Deri Hendriawan

Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Indonesia

derihendriawan@upi.edu

Abstract

This study delves into Community Service at the Generasi Qurani Disability Islamic Boarding School in Cianjur, West Java, with the primary objective of economically empowering visually impaired students through a blend of academic, religious education, and entrepreneurship training. An integral facet of this empowerment initiative is the establishment of a mat business, spearheaded by visually impaired students and employing a door-to-door marketing approach. However, despite its noble intentions, the mat business encounters various challenges that necessitate strategic intervention. Firstly, there exists a dearth of innovation in the mat products, hampering their competitiveness in the market. Secondly, the marketing strategy deployed thus far has failed to maximize outreach, thus limiting market penetration. To address these challenges effectively, the research adopts a structured approach comprising three key stages. Initially, extensive training sessions are conducted to foster innovation skills in mat product development, emphasizing novel designs and manufacturing techniques. Subsequently, practical workshops focus on leveraging internet technologies to establish and manage online stores, coupled with targeted online marketing strategies. Finally, specialized training in financial management equips participants with essential skills in budget planning, expenditure management, and capitalization strategies. The outcomes of this research endeavor yield notable accomplishments. Firstly, the creation of innovative mat products characterized by appealing and distinctive designs, including those inspired by characters. Secondly, the successful establishment and operation of a dynamic online store, leveraging popular platforms such as Instagram, WhatsApp, and e-commerce channels. Thirdly, enhanced visibility for the business through strategic mass media publications and engaging promotional video content. Lastly, the attainment of legal recognition through

trademark registration for the mat products. In conclusion, this research endeavors to uplift the income and economic well-being of visually impaired students engaged in the mat business while simultaneously fostering inclusivity and expanding economic opportunities for individuals with visual disabilities.

Keywords: *Qurani Disability Boarding School Generation, Blind Santri, Entrepreneurship Training, Product Innovation Skills Training.*

Abstrak

Studi ini berfokus pada Pengabdian Masyarakat di Pesantren Disabilitas Generasi Qurani di Cianjur Jawa Barat, yang bertujuan untuk memberdayakan santri Tuna Netra secara ekonomi melalui pendidikan akademik, keagamaan, serta pelatihan kewirausahaan. Salah satu upaya pemberdayaan yang dilakukan adalah melalui bisnis keset, yang dijalankan oleh para santri Tuna Netra dengan model pemasaran door to door. Namun, dalam praktiknya, bisnis ini mengalami beberapa tantangan yang perlu diatasi. Pertama, terdapat kurangnya inovasi dalam produk keset yang dihasilkan. Kedua, strategi pemasaran yang belum optimal sehingga belum mampu mencapai pangsa pasar yang luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahap utama. Pertama, dilakukan pelatihan intensif untuk mengembangkan keterampilan inovasi produk keset, termasuk desain dan teknik pembuatan yang baru dan menarik. Kedua, dilakukan pelatihan praktis dalam memanfaatkan teknologi internet untuk membuka dan mengelola toko online, serta strategi pemasaran online yang efektif. Ketiga, pelatihan dalam manajemen keuangan, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan pengeluaran, dan strategi permodalan. Hasil dari penelitian ini meliputi berbagai pencapaian yang signifikan. Pertama, terciptanya inovasi produk keset dengan desain yang menarik dan unik, termasuk desain berbasis karakter. Kedua, keberhasilan dalam membuka toko online yang aktif dan efektif, dengan menggunakan platform Instagram, WhatsApp, dan e-commerce. Ketiga, meningkatnya visibilitas bisnis melalui publikasi di media massa dan produksi video promosi. Terakhir, pencapaian hukum atas merek dagang untuk produk keset yang dihasilkan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi para santri Tuna Netra yang terlibat dalam bisnis keset, serta memberikan kontribusi positif dalam memperluas kesempatan ekonomi bagi mereka yang memiliki disabilitas visual.

Kata Kunci: *Pesantren Disabilitas Generasi Qurani, Santri Tuna Netra, Pelatihan Kewirausahaan, Pelatihan Keterampilan Inovasi Produk.*

Pendahuluan

Peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama bagi kelompok rentan seperti santri disabilitas tuna netra, merupakan prioritas dalam pembangunan ekonomi yang inklusif di Indonesia.¹ Cianjur, Jawa Barat, menjadi salah satu wilayah yang memiliki tantangan serupa dan kaya potensi untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai pusat pendidikan agama yang terkenal, Cianjur memiliki berbagai pesantren yang menjadi rumah bagi ribuan santri, termasuk yang memiliki disabilitas tuna netra. Meskipun memiliki semangat dan potensi, santri disabilitas tuna netra sering mengalami kesulitan dalam mengakses peluang ekonomi yang setara dengan

¹ Farhan Alam, "Ekonomi Politik Investasi Perusahaan Multinasional di Era Pemerintahan Joko Widodo," *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 11, no. 2 (October 20, 2020): 131–47, <https://doi.org/10.14710/politika.11.2.2020.131-147>.

masyarakat lainnya. Keterbatasan aksesibilitas dan kurangnya akses terhadap pelatihan kewirausahaan menjadi hambatan utama dalam mengembangkan potensi ekonomi mereka. Dalam konteks ini, pengembangan bisnis UMKM yang berfokus pada inovasi dan pemasaran menjadi strategi yang relevan dan bermakna. Inovasi produk dan pemasaran yang efektif tidak hanya dapat meningkatkan daya saing produk UMKM, tetapi juga membuka peluang baru bagi peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi bagi santri disabilitas tuna netra.

Dalam kontek pesantren di Cianjur ini, pendidikan merupakan fondasi utama dalam membangun masyarakat yang Pesantren Disabilitas Generasi Qurani berdiri tahun 2017 yang diketuai oleh Ustadz Ibnu Suhadi. Pesantren ini memiliki 17 santri dengan kebutuhan khusus Tuna Netra. Program yang dimiliki oleh pesantren disabilitas Qurani antara lain Bimbingan Tahfiz Al-Quran, Pendidikan formal SLB, Pendidikan formal Ilmu syariat, Perdiidikan khusus kepesantrenan (kajian rutin, kitab tafsir, amaliyah-amaliyah harian), kegiatan eksternal (rekreasi, olahraga, ziaroh masjid), Kegiatan kreatif (berkuda, senam pagi, upacara bendera, lomba kesantrian, kuliner bersama), serta kegiatan pembekalan keahlian yang terfokus membuat keset. Usaha keset digeluti oleh para santri sejak tahun 2019. Mereka mendapatkan pelatihan dari guru dan pengurus pesantren untuk membuat keset. Keset-keset yang telah santri produksi dipasarkan dengan cara menawarkan dari pintu-kepintu warga masyarakat sekitar. Keset yang diproduksi oleh 17 santri tidak terlalu banyak karena terhalang manajemen dan pengelolaan.

Para santri di Pesantren Disabilitas Qurani memiliki potensi untuk memajukan usaha keset yang dijalankan saat ini. Selama ini keset yang di produksi oleh santri masih berbentuk persegi seperti keset pada umumnya. Padahal, keset dapat dibentuk menjadi macam-macam karakter dalam menarik perhatian konsumen untuk membeli. Setiap perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemua serta daya tarik yang lebih besar. Produk yang dipasarkan dilihat oleh konsumen dari pemanfaatan atau pemakaianya, maka dalam kebijakan dan strategi produk perlu ditentukan sifat-sifat atau unsur-unsur penonjolan dari suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumennya².

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses sosial serta manajerial yang menjadikan para individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menukar, menawarkan, berbagai produk atau jasa yang bernilai kepada pihak lain yang membutuhkan³. Tujuan dan tugas pemasaran adalah menentukan produk (barang dan jasa) yang di butuhkan oleh konsumen serta mengetahui bagaimana keinginan atau karakter seorang konsumen sehingga mau melakukan transaksi

² Abdurrahman, A. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar)". *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2), 15-26, 2019.

³ Arman, Agus. "Manajemen Pasar Modal Untuk Pemula". UNISNU PRESS. 2022.

pembelian produk-produk tersebut dan akhirnya konsumen tersebut puas dan melakukan pembelian ulang sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dapat tercapai⁴ serta berorientasi terhadap kebutuhan konsumen⁵ dengan tujuan akhir yang akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Terdapat 5 konsep strategi pemasaran⁶: (1) Segmentasi pasar, (2) Market Positioning, (3) Market entry strategy, (4) Marketing mix strategy, dan (5) Timing Strategy, dimana jika hal ini digabungkan dengan sejumlah prosedur dan praktik dalam pemasaran digital, yang melibatkan media digital dan internet yang digabungkan dengan elemen mental, humanis, antropologis, dan inovatif yang akan menjadi media baru dengan batas besar, cerdas, mencakup penglihatan dan suara⁷, penggunaan internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, memiliki pengaruh terhadap perkembangan *e-commerce*, semakin banyak orang menggunakan internet, mereka secara alami akan menjadi lebih sadar akan keberadaan *e-commerce*, dan dampaknya sebanding dengan transaksi *e-commerce*⁸.

Perkembangan sebuah usaha, ada beberapa hal yang harus diperhatikan salah satunya Inovasi produk. Inovasi produk menjadi permasalahan yang utama yang dialami oleh para santri. Padahal, potensi yang dimiliki oleh para santri dalam menghasilkan produk yang lebih baik dapat diupayakan. Santri disabilitas telah mendapatkan pelatihan pembuatan keset yang difasilitasi oleh pesantren dengan bentuk dan bahan baku yang standar. Dengan demikian, santri menghasilkan produk dengan standar produk yang diberikan pertama kali. Jika hal ini tidak mendapatkan perhatian, maka produk yang dihasilkan oleh para santri tidak akan berkembang dan akan berdampak pada hasil penjualan. Inovasi adalah cara merealisasikan gagasan baru yang dilakukan dengan produksi atau mengubah suatu produk menjadi nyata, baru dan berbeda. Untuk memenuhi target pasar, inovasi dilakukan dengan teknik produksi baru menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. Pada dasarnya terdapat dua tipe inovasi yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi proses memfokuskan pada metode-metode baru yang diimplementasikan dalam proses inovasi dengan cara menggunakan teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang telah ada, misalnya adalah penerapan model bisnis perusahaan, strategi perusahaan, gaya kepemimpinan, dan budaya perusahaan. Sedangkan inovasi produk menitik beratkan pada pengenalan produk secara radikal dan modifikasi yang ada. Inovasi produk menjadi sangat penting dan diakui

⁴ Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., & Bancin, J. B. B. "Manajemen Pemasaran". Widina. 2023.

⁵ Priangani, A. "Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global". Jurnal kebangsaan, 2(4), 1-9. 2023.

⁶ Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. "Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi". Pascal Books. 2022.

⁷ Sinaga, O., Azmi, A., & Sihombing, D. "Local Waste Management as an Effort Increasing the Productivity of Fine Art Works". Gondang: Jurnal Seni dan Budaya, 6(2), 283-291. 2022

⁸ Silalahi, Purnama Ramadani, & Chairina,. "Ekonomi Digital: Perkembangan Bisnis Digital, Pemasaran Digital, Ecommerce, Fintech Berbasis Syariah dan Homoislamicus dalam Perilaku Konsumen". Merdeka Kreasi Group. 2023.

keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan daya saing perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, Tujuan penelitian yaitu pelatihan inovasi produk dan pemasaran pada santri disabilitas tuna netra dalam pengembangan bisnis keset di Pesantren Disabilitas Generasi Qurani.

Metode

Pelatihan inovasi produk dan pemasaran pada santri disabilitas tuna netra dalam pengembangan bisnis keset di Pesantren Disabilitas Generasi Qurani selama 4 hari. Peserta yang mengikuti pelatihan ini adalah para santri tuna netra berjumlah 17 orang santri Disabilitas, 5 staff yang berada di Cipanas Jawa Barat. Langkah pelaksanaan kegiatan ialah sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pelatihan

No	Hari Tanggal	Kegiatam
1	16 Juli 2023	(Pra Kegiatan) Observasi, wawancara, Analisa Permasalahan Mitra.
2	21 Juli 2023	(Pelaksanaan) Pelatihan inovasi produk dan pemasaran pada santri disabilitas tuna netra dalam pengembangan bisnis keset di Pesantren Disabilitas Generasi Qurani.
3	22 Juli 2023	(Pelaksanaan) Lanjutan Pelatihan inovasi produk dan pemasaran pada santri disabilitas tuna netra dalam pengembangan bisnis keset di Pesantren Disabilitas Generasi Qurani.
4	23 Juli 2023	(Pelaksanaan) Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Toko Online pada Sosial dan E-Commers.
5.	24 Juli 2023	(Pelaksanaan) Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan.

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat secara garis besar dibagi menjadi beberapa tahapan kegiatan. Pembagian pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat antara lain:

1. Analisa Permasalahan Mitra

Pada tahap ini tim pelaksanaan melakukan persiapan awal sebelum melakukan tahapan lebih lanjut. Tahap ini dilaksanakan dengan kegiatan antara lain:

- a. Kunjungan langsung ke Mitra Pengabdian untuk melihat permasalahan yang terjadi.
- b. Melakukan observasi dan wawancara terhadap Mitra Pengabdian secara mendalam.

2. Proses Penyelesaian Masalah Mitra

Pada tahap ini tim pelaksana merancang pelaksanaan pengabdian terkait inovasi produk dan pemasaran untuk semua anggota mitra. Tahap ini dilaksanakan dengan kegiatan antara lain:

a. Pelatihan dan pendampingan inovasi produk

Pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk berupa keset dengan bentuk karakter. Hal tersebut dilakukan karena mitra mempunyai potensi untuk berkembang.

b. Pelatihan dan pendampingan pembuatan toko online pada sosial media dan ecommerce.

Dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pengawasan kepada staff pesantren dan santri disabilitas tuna netra low vision yang mampu mengoperasikan perangkat digital. Pelatihan diberikan dengan mendaftarkan bisnis mitra pada sosial media dan ecommerce untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar mitra.

c. Pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan diberikan kepada mitra untuk dapat mengelola modal yang dimiliki sehingga tidak terjadi kesalahan operasional seperti yang dihadapi sebelumnya.

3. Evaluasi

Monitoring dan evaluasi di lakukan dengan memantau dan mendampingi program pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan dan memberikan rencana tindak lanjut terhadap permasalahan yang dihadapi pasca pelatihan dan pendampingan oleh pihak internal maupun eksternal (kemenristek/Brin). Oleh sebab itu diharapkan akan dikasihkan rekomendasi perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan sejenis di masa yang akan datang.

4. Keberlanjutan Kegiatan

Keberlanjutan kegiatan dengan memberikan peningkatan terhadap packaging produk atau pengemasan, pendaftaran merek dagang, serta pendaftaran nomor dagang UMKN local dalam bentuk pengabdian masyarakat. Bentuk pengabdian adalah Pengembangan BISNIS KARTUN Santri Disabilitas untuk Komponen Masyarakat terutama UMKM PDGQ (Pesantren Disabilitas Generasi Qurani) Cianjur”.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisa Permasalahan Mitra

Pada tahap ini yang dilakukan oleh tim PKM adalah menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pada tanggal 16 Juli tim PKM melakukan kunjungan mitra untuk melakukan observasi dan wawancara. Jarak dari Kampus IKIP Siliwangi menuju mitra Pesantren Disabilitas Generasi Qurani adalah 63 Km. tim PKM bertemu dengan ketua pimpinan Pesantren dan melakukan wawancara.

Gambar 1. Kunjungan Mitra



(Mitra Pesantren Disabilitas Generasi Qurani)

Hasil yang diperoleh dalam kunjungan ini adalah kesepakatan dalam melakukan PKM. PKM akan dilakukan pada tanggal 21 Juli 2023 sampai 25 Juli 2023. Kunjungan kasi ini juga memperoleh pengetahuan tentang perkembangan peserta yakni santri disabilitas Tuna Netra. Santri yang berjumlah 17 orang memiliki 15 santri dengan jenis disabilitas tuna Netra tiral dan 3 santri memiliki low vision artinya adalah 3 santri tersebut masih dapat melihat walaupun dengan presentase 10-30%. Selanjutnya membahas tentang persiapan pelaksanaan yang akan dilaksanakan 4 hari dengan 3 kegiatan yang berbeda.

2. Proses Penyelesaian Masalah Mitra

Taham ini tim pelaksana telah merancang dan melaksanakan PKM sesuai motode yang dijelaskan, yakni :

a. Pelatihan dan Pendampingan inovasi Produk

Pelatihan dilakukan pada tanggal 21 Juli 2023 yang di berikan oleh Ibu Mikawati, S. Pd. Seorang guru SLB (Sekolah Luar Biasa) yang berada di Cianjur Jawa Barat. Bu Mika memberikan pelatihan dari pukul 09.00 Wib sampai dengan pukul 14.00 Wib. Para peserta pengabdian dibantu oleh staff dan tim PKM melakukan proses pemasangan benang pada cetakan kaset karakter. Keset tersebut berbentuk hewan dan kartun. Cetakan dibuat dengan menggunakan kardus bekas yang telah di siapkan oleh tim PKM.

Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Inovasi Produk



(Proses Memasangkan benang kedalam cetakan)

Gambar. 3 Pelaksanaan Pelatihan Inovasi produk



(Proses Memasangkan benang kedalam cetakan di damping staff pesantren dan tim Pelaksana PKM)

Tahap selanjutnya adalah proses menganyam yang dilakukan oleh peserta. Staff dan tim PKM membantu memilihkan warna kain yang akan dipakai sesuai dengan karakter keset yang dibuat oleh peserta. Satu keset karakter di kerjakan oleh 2 sampai 3 santri disabilitas tuna Netra. bentuk yang dibuat adalah hewan dan bentuk kartun.

Gambar 4. Bentuk Keset Karakter



(contoh bentuk keset karakter yang berbentuk Hewan : Ikan)

Proses pelatihan yang diberikan dari pukul 09.00 wib sampai 14.00 wib dalam 2 hari.

b. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan sebelumnya adalah menggunakan metode door to door. Metode ini dilakukan oleh para santri disabilitas generasi qurani dengan memasarkan keset yang sudah dihasilkan. Dengan metode ini hasil yang di peroleh oleh santri disabilitas tidak cukup optimal. Dengan latar belakang tersebut pelatihan kedua dilakukan dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan metode pemasaran. Pelatihan ini dilakukan pada tanggal 22 Juli 2023. Pelatihan tersebut diberikan oleh Ibu Andrisyah, M. Pd seorang Dosen di IKIP siliwangi dengan kepakaran Literasi Digital. Bu Andrisyah memberikan materi bagaimana membuat toko online dan bagaimana cara mengoperasikannya.

Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran



(Pelatihan dan Pendampingan Metode Pemasaran untuk Memperluas Pangsa Pasar)

Bu Andrisyah menjelaskan tentang bagaimana proses pembuatan took online dan bagaimana cara mengoperasikannya. Dari membuat took online, mempersiapkan foto produk yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Selanjutnya bagaimana proses packaging dan proses pengiriman. Tentunya dalam hal ini dibantu oleh para staff yang akan memegang took online tersebut yang berbentuk intagram, whatsapp, dan e-commerce. Bahkan dalam kesempatan ini para santri juga membuat nama untuk merek dagang mereka yang nantinya akan dipatenkan oleh tim Pengabdian.

Gambar 5. (Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran)



(Pembuatan nama merek dagang yang dibuat oleh para santri dan staff menggunakan tulisan braille)

Dalam pelatihan ini dilakukan dari pukul 09.00 wib sampai dengan 11.30 wib. Selanjutnya dilanjutkan dengan beribadah Bersama dan makan Bersama.

c. Pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan

Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan pada tanggal 24 Juli 2023. Pelatihan ini dilakukan pada pukul 09.00 wib sampai dengan 11.30 wib. Pada pelatihan kali ini narasumber yang memberikan materi adalah Dosen dan Universitas Telkom dari Program Studi Manajemen. Ibu Rahmawati, M.Pd. pada pelatihan tersebut 17 santri dan 5 staff mengikutinya. Hal tersebut dilakukan karena dalam manajemen keuangan dan permodalan yang dimiliki oleh pesantren disabilitas tuna Netra masih terorganisir oleh pesantren itu sendiri.

Gambar 6. Pelatihan dan pendampingan Manajemen Keuangan



(Pelatihan dan Pendampingan manajemen keuangan dan Permodalan)

Kesimpulan

Pengembangan bisnis UMKM yang digeluti oleh Santri disabilitas tuna netra saat ini melalui beberapa cara yakni inovasi produk yang dihasilkan adalah mengasilkan kemampuan santri disabilitas tuna netra dengan dapat membuat produk keset biasa menjadi keset karakter. Yang kedua adalah pada bidang pemasaran yakni memperluas pangsa pasar dengan membuatkan toko online melalui sosial media dan ecomers yang dikelola oleh staff pesantren. Kemudian yang terakhir adalah Serta pelatihan yang terakhir adalah diberikannya pelatihan tentang manajemen keuangan dan permodalan yang akan memberikan pihak pesantren pengetahuan untuk dapat memanage modal dan keuangannya agar stabil bisnis yang mereka geluti. Keberlanjutan kegiatan dengan memberikan peningkatan terhadap packaging produk atau pengemasan, pendaftaran merek dagang, serta pendaftaran nomor dagang UMKNMlocal dalam bentuk pengabdian masyarakat. Bentuk pengabdian adalah Pengembangan BISNIS KARTUN Santri Disabilitas untuk Komponen Masyarakat terutama UMKM PDGQ (Pesantren Disabilitas Generasi Qurani) Cianjur”.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, A. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar)”. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, 1(2), 15-26. 2019.
- Arman, Agus. Manajemen Pasar Modal Untuk Pemula. UNISNU PRESS. 2022.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., & Bancin, J. B. B. “Manajemen Pemasaran”. Widina. 2023

- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. "Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi". Pascal Books. 2022.
- Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *ISLAMICOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1).
- Liantifa, M. (2023). Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 4(3), 740-753.
- Mahulae, D. Y. D. (2020). Analisis pengaruh efisiensi modal kerja, likuiditas, dan solvabilitas terhadap profitabilitas. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 2(1), 1-11.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671-680.
- Pravitasari, S. E. (2014). *Pemberdayaan bagi penyandang tunanetra guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Studi pada UPT Rehabilitasi Sosial Cacat Netra Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Prasetyo, B., Adnan, F., & Syahputra, R. A. (2022). Evaluasi Kualitas Layanan Electronic Pendapatan Asli Daerah (E-PAD) Di Kabupaten Banyuwangi Menggunakan Metode E-GovQual dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Tekno Kompak*, 16(1), 83-96.
- Priangani, A. "Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global". *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9. 2023.
- Silalahi, Purnama Ramadani, & Chairina,. "Ekonomi Digital: Perkembangan Bisnis Digital, Pemasaran Digital, Ecommerce, Fintech Berbasis Syariah dan Homoislamicus dalam Perilaku Konsumen". Merdeka Kreasi Group. 2023.
- Sinaga, O., Azmi, A., & Sihombing, D. "Local Waste Management as an Effort Increasing the Productivity of Fine Art Works". Gondang: Jurnal Seni dan Budaya, 6(2), 283-291. 2022
- Stefany, I. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pengelolaan Sampah di Bank Sampah Maju Selalu Kelurahan Marunda Jakarta Utara* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wijayanti, H., & Nurwanti, F. (2011). Kekuatan karakter dan kebahagiaan pada suku jawa. *Jurnal Psikologi*, 3(2).