

Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Kopi dan Kualitas Pendidikan di Dusun Durjo, Desa Karangpring, Jember

Ahmad Ridho Rojabi¹, Arrifa Aulliyatul Gofar², Windi Ika Septian³, Mohammad Makhzumi Irvan Efendi⁴, Rina Savina⁵, Iqla Nur Karimah⁶

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

rojabi.ridho@gmail.com¹, Aulliyatulgofar@gmail.com², windiika2000@gmail.com³,

irvanmakhzumi3@gmail.com⁴, rinnasavina5@gmail.com⁵, iqlanurkarimah0@gmail.com⁶

Article Info

Volume 2 Issue 2
June 2024

Article History

Submission: 11-01-2024

Revised: 13-06-2024

Accepted: 14-06-2024

Published: 15-06-2024

Keywords:

Community empowerment,
marketing coffee products,
qualitative approach,
improving the quality of
education

Kata Kunci:

pemberdayaan
masyarakat, pemasaran
produk kopi, pendekatan
kualitatif, peningkatan
kualitas pendidikan



Welfare: Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstract

Community empowerment programs should be implemented to raise awareness among local communities about the potential that exists in the area. The purpose of this study is to provide an overview of educational programs for elementary school students by immersing them in three educational institutions in Durjo Karangpring village, as well as an overview of service programs by educating coffee youth on how to increase sales of products that are already available in the area. This study employs the ABCD (asset-based community development) method, with data collected through interviews, observations, and documentation. These findings demonstrate an increase in education through both formal and informal learning activities. This activity can be implemented on a continuous basis by the surrounding community, allowing students to learn informally as well as formally at school. The socialization program for coffee product marketing strategies is extremely beneficial for young people since it helps them understand how to improve coffee product marketing and compete with other coffee products.

Abstrak

Program pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar terhadap potensi yang ada di wilayah tersebut. Tujuan penelitian ini untuk memberikan gambaran terkait program pendidikan pada siswa-siswi SD dengan cara terjun kedalam tiga lembaga pendidikan di Dusun Durjo Karangpring dan memberikan gambaran program pengabdian dengan memberikan pemahaman kepada para pemuda kopi untuk meningkatkan penjualan produk yang sudah tersedia di wilayah tersebut. Studi ini menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) dengan teknik pengumpulan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan ini menunjukkan adanya peningkatan pendidikan melalui kegiatan pembelajaran formal dan informal. Kegiatan ini dapat diterapkan secara terus menerus oleh masyarakat sekitar sehingga siswa-siswi tidak hanya belajar saat disekolah saja secara formal, namun bisa belajar secara informal. Program sosialisasi terkait strategi pemasaran produk kopi sangat bermanfaat bagi para pemuda sehingga mereka lebih memahami bagaimana cara mengembangkan pemasaran produk kopi dengan lebih baik dan bisa bersaing dengan produk kopi lainnya.

1. PENDAHULUAN

Kata "Desa" berasal dari bahasa Sansekerta yang berarti "tanah kelahiran," dan telah digunakan sejak tahun 1114 ketika Nusantara terdiri dari beberapa kerajaan. Desa merupakan hasil perpaduan antara kegiatan sekelompok orang dan lingkungannya, menciptakan bentuk atau penampakan di bumi melalui interaksi faktor fisiologis, sosial, ekonomi, politik, dan

budaya. Umumnya, desa adalah unit pertanian yang terletak jauh dari kota. Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, desa adalah kesatuan masyarakat hukum dengan batas wilayah yang berwenang mengatur urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa, hak asal-usul, dan hak tradisional yang diakui dalam sistem pemerintahan NKRI. Pemerintah Desa menyelenggarakan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan NKRI. (Prayitno et al., 2019; Sugiman, 2018).

Pengertian pendidikan dalam arti mikro (sempit) merupakan proses interaksi antara pendidik dan peserta didik baik di keluarga, sekolah maupun di masyarakat. Pendidikan diartikan sekolah (pengajar yang diselenggarakan di sekolah sebagai lembaga pendidikan formal, segala pengaruh yang diupayakan sekolah terhadap anak dan remaja yang diserahkan kepadanya agar mempunyai kemampuan yang sempurna dan kesadaran penuh terhadap hubungan hubungan dan tugas tugas sosial mereka. Sedangkan pendidikan dalam arti makro (luas) adalah proses interaksi manusia sebagai individual atau pribadi dan lingkungan alam semesta, lingkungan sosial, masyarakat, sosial-ekonomi, sosial politik dan sosial-budaya (Rasyid, 2022). Sehingga dengan mendapatkan pendidikan, siswa mampu mandiri dan bisa bertanggung jawab (Priswanti et al., 2022). Peningkatan untuk melanjutkan pendidikan dapat meningkatkan kesejahteraan dan mempercepat pembangunan desa (Julitawaty et al., 2023).

Marketing atau pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Marketing ialah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen (Sarifudin & Maya, 2019). Marketing adalah suatu perpaduan antara kegiatan kegiatan yang saling berhubungan untuk bisa mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan bisa mengembangkan produk, harga, pelayanan, dan melakukan promosi agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi serta perusahaan mendapatkan sebuah keuntungan (Yusuf & Said, 2019). sosialisasi pemasaran produk dengan media sosial, dapat membantu pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dengan lebih efektif (Chamid et al., 2023).

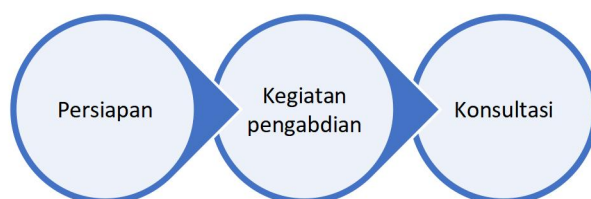
Desa Karangpring, salah satu dari lima desa di Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember, terdiri dari empat dusun: Krajan, Karangpring, Durjo, dan Gendir. Terletak di dataran tinggi sekitar 700 m di atas permukaan laut, Desa Karangpring berbatasan dengan hutan di utara, Kebonagung di selatan, Desa Klungkung dan Desa Banjarsengon di barat, serta Sukorambi di timur. Masyarakatnya bekerja sebagai petani, buruh tani, buruh kebun, buruh pabrik, wiraswasta, dan industri rumah tangga. Desa ini terkenal dengan potensi mawar dan kopinya, menghasilkan produk seperti sirup mawar, kopi bubuk, dan Rosbin. Namun, Dusun Durjo menghadapi kendala dalam pemasaran, dengan produk yang lebih maksimal dalam pengolahan tetapi kurang dalam pemasaran, terbatas pada masyarakat lokal.

Selain kendala pemasaran, Dusun Durjo juga menghadapi masalah di bidang pendidikan. Fasilitas pendidikan seperti buku pelajaran masih terbatas, dan minat belajar siswa rendah. Banyak siswa yang putus sekolah juga kurang termotivasi untuk belajar, meskipun pendidikan di Dusun Durjo disediakan secara gratis. Menanggapi permasalahan ini, mahasiswa KKN berinisiatif mengadakan pengabdian berupa sosialisasi dan mentoring terkait pemasaran.

Untuk pendidikan, mereka berinisiatif mengadakan bimbingan belajar atau les informal dengan terjun langsung ke lembaga pendidikan setempat.

2. METODE

Metode penelitian dalam studi ini menggunakan metode pengabdian masyarakat yaitu metode ABCD (*Asset Based Community Development*), yang melibatkan penilaian terhadap potensi yang ada di suatu wilayah atau desa. Metode ABCD merupakan proses membangun komunitas yang dimulai dengan mengidentifikasi aset, keterampilan, dan kapasitas penduduk, serta asosiasi komunitas dan lembaga lokal (Kretzman & McKnight, 1993; Syarifuddin & Nildawati, 2017). Dalam metode ABCD, terdapat beberapa prinsip, termasuk kemitraan, partisipasi, dan prinsip-prinsip lainnya. Metode ini menekankan pada aset atau potensi yang ada pada suatu wilayah tertentu. Dalam ABCD, terdapat tujuh jenis aset: Aset Individu, Aset Sosial, Aset Agama dan Kebudayaan, Aset Fisik, Aset Sumber Daya Alam, Aset Ekonomi, dan Aset Teknologi.



Bagan 1. Proses kegiatan pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN UIN KHAS JEMBER Kelompok 105 berfokus pada partisipasi dalam peningkatan pendidikan melalui kegiatan pembelajaran formal dan informal. Kegiatan tersebut merupakan pengabdian utama yang sudah terlaksana di tempat pengabdian kami yakni Dusun Durjo, Desa Karangpring, Kecamatan Sukorambi. Dalam melaksanakan pengabdian ini, mahasiswa berfokus pada memberikan pengabdian kepada lembaga-lembaga pendidikan yang terletak pada lokasi pengabdian kami. Terdapat tiga lembaga pendidikan di lokasi kami, diantaranya adalah MI Al-Khotib, MI Miftahus Sa'adah dan SDN KarangPring 02. Diantara pengabdian yang kami lakukan pada lembaga pendidikan tersebut adalah ikut serta untuk membantu melaksanakan kegiatan belajar mengajar, pelatihan baris-berbaris, mendampingi sekaligus mengajarkan kepada siswa siswi untuk membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar, dan lain sebagainya.

Selain kegiatan pembelajaran formal yang telah dipaparkan diatas, mahasiswa KKN juga mengadakan kegiatan bimbingan pembelajaran tambahan kepada siswa siswi Sekolah Dasar di daerah setempat seperti yang terlihat di Gambar 1. Pembelajaran tambahan tersebut dilakukan karena di Dusun Durjo ini tidak ada pembelajaran tambahan atau bisa disebut dengan les, jadi mahasiswa KKN merasa antusias untuk mengadakan pengabdian berupa bimbingan belajar tersebut secara non-formal atau informal. Bimbingan belajar ini bisa diterapkan dan bisa menjadi kebiasaan baik siswa siswi Dusun Durjo. Hal ini memperkuat pernyataan dari Mursalim (2019) terkait interkoneksi perndidikan formal, non-formal, dan infomal karena pendidikan formal berakhir dalam jangka waktu tertentu namun pendidikan non-formal dan

informal berlanjut sepanjang hayat. Menurut Astikaningtyas (2022), lembaga pendidikan non-formal sangat berperan dalam mengurangi angka anak putus sekolah dan mengurangi biaya pendidikan. Pendidikan non-formal sudah menjadi tren seperti yang disampaikan oleh (Ahmad et al., 2023). Studi mereka menggambarkan maraknya pendidikan non-formal untuk pemberantasan buta huruf, kursus kewarganegaraan, *school broadcasting*, maupun kursus yang lain setelah terjadinya revolusi kemerdekaan Indonesia tahun 1945.

Karena dengan adanya pembelajaran tambahan ini guna meminimalisir adanya kekerasan media dan stimulasi berlebihan dari komputer dan video game. Dan juga pembelajaran tersebut bertujuan untuk mengisi waktu luang anak sekaligus meminimalisir munculnya rasa malas pada anak. Kegiatan pembelajaran tambahan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pendalaman terhadap materi suatu mata pelajaran di desa dengan biaya terjangkau atau gratis. Senada dengan yang disampaikan oleh Safitri (2017), pendidikan non-formal yang diselenggarakan di desa memberikan manfaat karena dengan biaya yang terjangkau atau gratis. Meningkatkan prestasi dan motivasi belajar anak-anak usia sekolah dasar juga dapat dilakukan dengan program pendampingan belajar yang fleksibel dengan memberikan stimulasi emosional anak dan dengan memberikan metode pembelajaran yang menarik (Saputri et al., 2023).



Gambar 2. Kegiatan belajar secara informal yang dilaksanakan di Mushola

Dusun Durjo, di desa Karangpring, memiliki perkebunan luas yang menjadi sumber utama perekonomian warga. Mayoritas penduduk adalah petani dengan lahan sendiri yang dikelola secara mandiri. Perkebunan seluas ratusan hektar ini menanam kopi, karet, dan cengkeh. Kopi, yang ditanam sejak masa penjajahan Belanda, masih diolah di bangunan bersejarah yang kokoh. Banyaknya petani kopi menciptakan peluang kerjasama untuk mengolah hasil panen. Pada 2019, berdirilah komunitas kopi Dusun Durjo yang terdiri dari para pemuda. Mereka mengolah dan mengemas kopi menjadi produk siap pasarkan ke berbagai wilayah.

Satu tahun berlalu, komunitas kopi Dusun Durjo mengalami vakum selama dua tahun akibat pandemi COVID-19. Aturan pemerintah seperti menjaga jarak, mengurangi aktivitas di luar rumah, dan menghindari kontak langsung, membuat komunitas ini terhenti. Dampak besar dari pandemi menyebabkan anggota komunitas mencari pekerjaan lain, menjadikan kopi sebagai penghasilan sampingan. Kepala Dusun dan ketua komunitas kopi Dusun Durjo menyampaikan berbagai permasalahan terkait perkebunan dan produksi kopi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kami mahasiswa KKN berpikir dan berupaya untuk mengadakan sebuah kegiatan yang dapat membantu menyelesaikan berbagai permasalahan yang terjadi. Kami juga berupaya untuk memberikan dorongan terhadap pengembangan usaha yang telah dirintis bersama oleh warga dusun Durjo. Bukan hal yang mudah merintis suatu usaha bersama, namun berbekal dengan niat dan kesungguhan pasti akan menemukan titik dari semua yang telah terjadi. Upaya awal yang kami lakukan adalah mengadakan pertemuan dengan komunitas kopi dan beberapa petani kopi dusun Durjo. Pertemuan yang diadakan tersebut kami sebut dengan “ngopi bareng” seperti yang terlihat di Gambar 2. Kegiatan sosialisasi dengan komunitas kopi juga dilakukan oleh Sophiana et al. (2022) yang menggaris bawahi salah satu upaya untuk memperluas pemasaran pasar kopi lokal dengan mengadakan sosialisasi terkait strategi branding kopi lokal di pasar global yang sudah didiskusikan dengan Komunitas Teman Kohi sesuai dengan kebutuhan mereka. Hasbi (2018) juga menyebutkan bahwa strategi pemasaran diperlukan untuk menjaga ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan permintaan pasar, kemudian pemanfaatan teknologi informasi yang digunakan untuk memperluas jaringan pasar dan promosi.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi kepada pemuda kopi terkait strategi pemasaran produk kopi

Persiapan kegiatan ini memakan waktu cukup lama karena sulit mencari waktu senggang antara mahasiswa KKN dan komunitas kopi Durjo. Kedua pihak memiliki kesibukan masing-masing, baik dengan program kerja lain maupun pekerjaan sehari-hari. Meski demikian, kegiatan "ngopi bareng" tetap terlaksana pada malam hari, di mana kami berdiskusi tentang profil komunitas kopi dan permasalahan yang membuat mereka vakum. Kami mengutarakan maksud pertemuan ini, yaitu untuk meminta persetujuan mengadakan kegiatan sosialisasi guna memperluas pemasaran produk kopi. Setelah mencapai kesepakatan, kami segera menjadwalkan sosialisasi ini sebagai program kerja utama. Kepala dusun sebelumnya menyampaikan bahwa dusun ini membutuhkan bantuan khusus dalam pemasaran kopi. Kami berusaha merealisasikan permintaan ini melalui kegiatan yang menguntungkan kedua belah pihak, dengan membuka relasi baru bagi warga dusun Durjo dan komunitas kopi mereka.

Dunia bisnis tidak sederhana yang terlihat. Salah satu hal penting yang perlu dipersiapkan adalah strategi, yaitu pendekatan menyeluruh terkait pelaksanaan rencana aktivitas dalam waktu tertentu. Seorang pebisnis harus menguasai strategi pemasaran. Kualitas produk yang baik tidak akan maksimal tanpa strategi pemasaran yang efektif. Sebelum menerapkan strategi, perlu dilakukan analisis kondisi lingkungan, target pasar, dan tampilan

kemasan. Meskipun sederhana, hal-hal tersebut sangat mempengaruhi keefektifan pemasaran produk.

Selain strategi pemasaran, melakukan konsultasi dengan orang yang ahli dalam bidang bisnis sangat penting. Oleh karena itu, dalam kegiatan sosialisasi ini kami datangkan seorang narasumber dengan latar belakang sebagai konsultan bisnis. Tujuan kami mendatangkan narasumber tersebut selain untuk memberikan ilmu dan praktek lapangan terkait dengan pemasaran kopi, kami juga memiliki tujuan untuk menghubungkan dan membuka relasi baru untuk dusun Durjo. Adanya kegiatan sosialisasi ini dapat juga menjadi perantara untuk menjalin sebuah hubungan kerjasama antara kedua belah pihak, yakni narasumber dengan dusun Durjo khususnya komunitas kopinya. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Sumekar et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan pemasaran dan SDM pada UMKM kedai kopi, memerlukan pendampingan dalam pengelolaan risiko dari aspek pemasaran dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Lebih lanjut, Pardono et al. (2022) juga menggaris bawahi pentingnya memberikan pendampingan petani kopi agar dapat menjalankan digital marketing dengan tujuan memperluas pangsa pasar sehingga mampu meningkatkan hasil penjualan dan keuntungan serta membangun brand Kopi Robusta Temanggung.

Awalnya, kegiatan sosialisasi direncanakan sebagai acara formal, namun kami ubah menjadi informal sesuai permintaan narasumber. Komunikasi yang rileks diperlukan untuk memecahkan suasana kaku dalam diskusi. Pada Sabtu, 6 Agustus 2022, kami mengadakan kegiatan ngopi bareng bersama narasumber, tim, komunitas kopi, dan beberapa warga Dusun Durjo dari pukul 10.00 hingga 13.30 WIB. Narasumber kemudian bertanya kepada Kepala Dusun Durjo apakah kegiatan ini akan ditindaklanjuti. Kepala Dusun dan komunitas kopi serta warga meminta tindak lanjut berupa kerjasama. Kesepakatan ini menandakan tujuan program kerja kami telah tercapai, dengan harapan produk kopi Dusun Durjo dapat berkembang dan pemasarannya diperluas ke berbagai wilayah.

4. KESIMPULAN

Pengabdian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN UIN KHAS Jember Kelompok 105 berfokus pada partisipasi dalam peningkatan pendidikan melalui kegiatan pembelajaran formal dan informal. Dalam melaksanakan pengabdian ini, mahasiswa berfokus pada memberikan pengabdian kepada lembaga- lembaga pendidikan yang terletak pada lokasi pengabdian kami. Selain itu, kami juga mengadakan kegiatan bimbingan pembelajaran tambahan kepada siswa siswi Sekolah Dasar di daerah setempat. Bimbingan belajar berjalan sukses dan bisa diterapkan secara terus menerus oleh masyarakat sekitar sehingga ilmu yang diperoleh oleh siswa-siswi tidak hanya bisa dipelajari saat di sekolah saja (pendidikan formal), namun bisa dipelajari kembali saat bimbingan belajar secara informal. Program utama yang juga kami laksanakan di Dusun Durjo ini adalah dengan memberikan sosialisasi kepada pemuda kopi sekitar terkait strategi pemasaran produk kopi yang ada di wilayah sekitar. Setelah diadakannya seminar tersebut, para pemuda kopi lebih memahami bagaimana cara mengembangkan pemasaran produk kopi dan mereka bisa menerapkan strategi pemasaran lebih baik sehingga bisa bersaing dengan produk kopi lainnya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Mahasiswa KKN UIN Kiai Haji Achmad Siddiq JEMBER Kelompok 105 berterima kasih kepada semua masyarakat di Dusun Durjo, Desa Karangpring, Kecamatan Sukorambi. Jember yang telah memberikan kesempatan kepada kami sehingga melakukan pengabdian dan berhasil mengumpulkan data yang diperlukan dalam artikel pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Sari, J. T. S., Wardana, A. H., Rosyid, M. N. I., Widiyanto, E., & Rasyad, A. (2023). Literatur review: Tren perkembangan pendidikan non-formal di Indonesia. *Jurnal Pendidikan*, 7(2), 76–82.
- Astikaningtyas, P. (2022). Peran pendidikan non formal untuk membantu siswa drop out dalam menyelesaikan sekolahnya berdasarkan perspektif Islam (Studi kasus di lembaga PPAP Seroja Jebres Surakarta. *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 5(2), 157–178. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/16/berapa-jumlah-anak-putus-sekolah-di->
- Chamid, N., Yuliani, Amalia, F., & Putri, O. A. (2023). Pemberdayaan UMKM Produk Mahar Dengan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Rona Creation Desa Pacekulon Nganjuk). *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 44–50. <https://doi.org/10.33654/batuah.v3i1.1940>
- Hasbi, A. R. (2018). Penentuan prioritas strategi pemasaran Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) di Kabupaten Bantaeng dengan metode Ahp (Analitical Hierarchy Process). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(2), 24–30. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i2.277>
- Julitawaty, W., Kurniawan, N., & Junaedi, M. (2023). Peningkatan Kesejahteraan Desa Blederan melalui Pemberdayaan dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 703–707. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Kretzman, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. Institute for Policy Research.
- Mursalim. (2019). Membangun interkoneksi antara pendidikan formal, non-formal, dan informal. *Researchgate, August 2008*, 1–10.
- Pardono, P., Muhammad, D. R. A., Khomah, I., Ihsaniyati, H., & Setyowati, N. (2022). Peningkatan Brand Image Kopi Robusta Temanggung Berbasis Indikasi Geografis. *Warta LPM*, 25(1), 101–111. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.602>
- Prayitno, G., Subagiyo, A., Rusmi, S. A., & Firdausy, E. F. (2019). *Perencanaan Desa Terpadu: Modal sosial dan Perubahan Lahan*. CV AE Media Grafika.
- Priswanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 7911–7915.
- Rasyid, R. E. (2022). *Buku ajar pengantar pendidikan*. Anggota IKAPI Jawa Barat.
- Safitri, D. N. (2017). Pendidikan nonformal untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian siswa di Desa Kunci. *J-ABDIPAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1.

<https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v1i1.59>

- Saputri, L., Mardiaty, Sitepu, D. R. B., Susilawati, E., Ningsih, Y., Ayumi, N., & Siregar, Z. A. D. (2023). Pendampingan Belajar pada Anak Usia Sekolah Dasar untuk Meningkatkan Prestasi dan Motivasi Belajar di Desa Tanjung Putus . *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 92–99. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Sarifudin, S., & Maya, R. (2019). Implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(02), 135–153. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>
- Sophiana W., Darmastuti, S., Juned, M., Nahampun, A. G., Chaerunisa, F., & Amellia, S. (2022). Penyuluhan strategi branding kopi lokal di pasar global bagi komunitas teman Kohi. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 871–880. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i6.329>
- Sugiman. (2018). Pemerintahan Desa. *Binamulia Hukum*, 7(1), 82–95. <https://media.neliti.com/media/publications/275406-pemerintahan-desa-bc9190f0.pdf>
- Sumekar, K., Whetyaningtyas, Prasetyaningrum, I. D., Alifiana, M. A., Idcnitia, D., & Naimi, A. (2023). Peningkatan Aspek Pemasaran dan SDM pada UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Kudus. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1079–1086.
- Syarifuddin, N., & Nildawati. (2017). Asset-based community development (ABCD) model: An approach for improving environmental and behavioral health. *Advanced Science Letters*, 23(4), 3364–3366. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.9144>
- Yusuf, M., & Said, M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Zunaidi, A. (2023). *Ekonomi Islam (Pengantar dalam Memahami Konsep dan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam)*. IAIN Kediri Press. <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1015>
- Zunaidi, A. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma. <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1030>
- Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Azmi, N. A. M. (2024). The Role of Gusdurian Peduli's Philanthropic Actions in Overcoming the Economic Turbulence of Communities Affected by COVID-19. *Tsaqafah Jurnal Peradaban Islam*, 20(1). <https://doi.org/doi.org/10.21111/tsaqafah.v20i1.9943>