

PENGEMBANGAN USAHA ANEKA KRIPIK DAN KERUPUK DI KELURAHAN TANAH ENAM RATUS KECAMATAN MEDAN MARELAN

Fivi Rahmatus Sofiyah, Yulinda, Marhayanie, Setri Hiyanti Siregar
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara
Fivirahmatus2017@yahoo.com

Abstrak

Persaingan dunia bisnis semakin ketat, pelaku usaha harus menyiapkan diri untuk menghadapi perubahan-perubahan agar usaha dapat berkembang, kesiapan diri untuk aktif, kreatif dan inovatif sangat dituntut dalam menjalankan usaha. Dalam kegiatan ini ada beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra yaitu kendala produksi, kemasan, merek (*brand awareness*) dan pemasaran promosi dan mitra tidak memiliki laporan keuangan usaha. Kendala produksi adalah masih sangat terbatas jumlah produksi disebabkan karena alat produksi yang digunakan sangat terbatas dan belum memadai, kendala dari aspek kemasan adalah kemasan yang digunakan masih hanya menggunakan plastik biasa dan menggunakan klip sehingga tampilan sangat sederhana, kendala dari sisi merek mitra tidak memiliki identitas, sehingga ketika konsumen mau membeli lagi tidak tahu merek dan alamat si penjual. Kendala dari aspek pemasaran adalah sangat terbatasnya lokasi pemasaran, mitra merupakan golongan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dan biasanya belum mempunyai kanal distribusi produk yang luas. Mitra mendistribusikan produknya hanya ke lingkungan sekitar rumahnya, kendala promosi. Promosi hanya dari mulut kemulut perubahan zaman menuntut perubahan jangkauan pasar yang lebih luas harus *during/online*, dan untuk laporan keuangan mitra tidak memiliki pengetahuan dasar mengenai pentingnya memisahkan uang usaha dengan uang pribadi untuk keberlanjutan usaha. Kegiatan pengabdian ini diharapkan akan mampu meningkatkan jumlah produksi mitra dan memperbaiki kualitas kemasan produk. Dimana kedepannya diharapkan dapat memasuki pasar sasaran yang baru yang lebih luas dan lebih baik. Kondisi ini nantinya akan berdampak pada pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan mitra dan juga akan berdampak pada perekrutan tenaga kerja di masyarakat sekitar.

Keywords: *Kemasan, Merek, Pemasaran Melalui Media Sosial, Laporan*

1. Pendahuluan

UMKM di kota Medan sangat banyak diminati setelah terjadinya krisis ekonomi yang berdampak pada PHK pada perusahaan perusahaan besar. Daerah yang memiliki jaringan yang kuat pada usaha kecilnya akan berhasil dalam persaingan industri di pasar Domestik dan Global. Pengembangan UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha, perkembangan yang signifikan peran UMKM juga sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Peran UMKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga dapat memacu pada arah dan tujuan UKM yang lebih baik dalam hal ekonomi dan pemberdayaannya. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar, hampir semua usaha besar berawal dari

UMKM, Hal ini harus terus ditingkatkan dan aktif agar tetap maju dan bersaing dengan perusahaan besar.

Dalam pengembangan UMKM juga terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan UMKM yaitu kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembicaraan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM. faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat pengetahuan UMKM dalam penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha.

Berdasarkan hasil observasi tim pengabdian saat ini mitra yang terbesar didominasi oleh ibu rumah tangga. Dimana ibu rumah tangga dianggap dapat membantu pendapatan rumah tangganya. Ibu rumah tangga memegang peranan penting dalam membina kesejahteraan keluarga. Ibu rumah tangga yang bijak akan memikirkan beberapa cara dalam memenuhi kebutuhan setiap anggota keluarganya. Saat ini kondisi perekonomian tidak stabil, dimana kenaikan harga bahan pokok terus naik dan tidak seimbang dengan pendapatan yang diterima. Hal ini yang menjadi masalah tersendiri bagi para ibu rumah tangga, kondisi ini yang membuat ibu rumah tangga untuk berpikir aktif dan kreatif dalam memenuhi kebutuhan pokok rumah tangganya.

Untuk mendapatkan penghasilan yang lebih sebuah keluarga harus melakukan kegiatan ekonomi lain yaitu ikut berperan dalam membantu keuangan keluarga dengan melakukan kegiatan usaha dengan memanfaatkan keahlian yang dimilikinya untuk memperoleh tambahan pendapatan keluarga. Salah satu cara yang banyak dilakukan oleh para ibu-ibu rumah tangga tersebut adalah dengan berwirausaha.

Tim pengabdian akan melakukan kegiatan pengabdian di jalan Marelan Raya Pasar II tanah 600 No : 303 di samping Swalayan Irian Tugu LPM Marelan Medan. Usaha yang dilakukan sejak tahun 2013 awalnya usaha ini hanya sekedar usaha sampingan dengan membuat 1 sampai 3 kg Kripik ubi dengan berjalannya waktu usaha ini semakin berkembang dilihat dari ibu Yusna mempekerjakan ibu rumah tangga yang berada sekitar tempat usaha sehingga peneliti mengambil judul mengenai Pengembangan Usaha Aneka Kripik Dan Kerupuk Di Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan.

2. Kajian Pustaka

2.1. Dinamika Pengembangan Pengabdian Pemasaran

Hasil dari pemetaan sosial ekonomi berupa tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat, khususnya di lingkungan masyarakat. Keberhasilan dalam program pemberdayaan yang mempromosikan nilai-nilai moral dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat pada aspek sosial ekonomi masyarakat secara berkelanjutan khususnya pengembangan dari basis kewirausahaan [1]. Para konsultan kewirausahaan akan menghadapi masalah yang akan dihadapi pengusaha untuk menjadi wirausaha mandiri. Para pengusaha mencoba membuat usaha kecil yang akan mendapatkan keterbatasan dalam modal, rencana bisnis dan lokasi yang dapat dipecahkan dengan membuat program pelatihan yang terorganisir [2]. Modal manusia yang merupakan poin utama dalam meningkatkan kualitas UMKM dituntut adanya dukungan pendidikan kewirausahaan untuk dapat meningkatkan inovasi sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan [3]. Meningkatkan kesejahteraan sosial merupakan upaya yang sering dilakukan di Indonesia. Kegiatan ini dilakukan baik individu, kelompok, komunitas, media massa untuk menghasilkan suatu kontribusi dari sejumlah besar orang yang membutuhkan bantuan khususnya dalam pengembangan kewirausahaan [4]. Budaya bisnis

yang baik memiliki kemampuan untuk memberdayakan siswa untuk membuat hasil yang lebih baik dalam menciptakan produk di masyarakat dan dapat menyerap bidang pekerjaan untuk mengurangi pengangguran. [5]. Kondisi perusahaan terkait dengan aktivitas *actor* di sekitar perusahaan. Kegiatan ini mempengaruhi kepedulian terhadap perusahaan dan perlu bertindak untuk menciptakan suasana yang harmonis dalam menciptakan pembangunan berkelanjutan [6]

2.2. Perusahaan dalam Pengembangan Pemasaran

Permintaan manusia selalu mengalami pertentangan dengan maraknya penawaran yang diberikan sektor riil yang bergantung kepada kecerdasan untuk menciptakan strategi produksi, pemasaran dan mental yang kuat serta pengusaha mandiri (presentasi diri) [7]. Keputusan yang diambil juga harus memenuhi suatu keputusan yang terprogram sehingga mampu menjadi suatu landasan keputusan yang dapat diambil suatu proses keputusan yang berkelanjutan [8]. Dengan semangat perubahan dan peran lembaga yang relevan, kondisi perekonomian di suatu daerah dapat ditingkatkan kualitas sosial ekonomi yang dapat meningkatkan ekonomi suatu daerah. Dengan informasi yang diperoleh secara terprogram, bahwa beberapa hal untuk pemetaan sosial ekonomi telah diprogram dengan struktur masyarakat [9]. Untuk melihatnya layaknya suatu perusahaan dapat menggunakan beberapa aspek yang akan menentukan apakah proyek yang akan dijalankan dapat dikatakan layak atau tidak layak [10].

3. Metode Penelitian

3.1. Langkah-langkah dalam Pelaksanaan Permasalahan Mitra

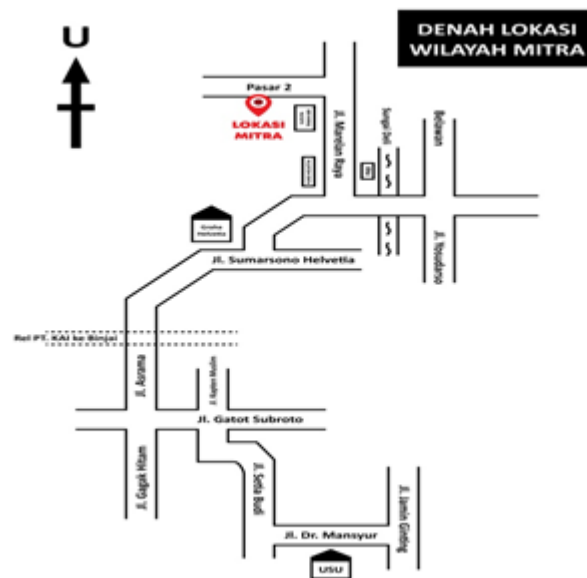
Rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam upaya penyelesaian permasalahan mitra dilakukan berdasarkan tahapan-tahapan pelaksanaan baik dari bidang masalah produksi, kemasan, merek, masalah pemasaran, dan masalah mitra tidak memiliki laporan keuangan, masalah ini kerap ditemui karena saling terikat satu dengan yang lainnya, yaitu :

1. Pelatihan proses produksi. Pada tahap ini mitra diberikan pengetahuan bagaimana proses produksi yang sebaiknya dilakukan. Pada proses ini mitra juga diberitahukan mengenai bagaimana menghitung stock dan bagaimana EOQ (*Economic Order Quantity*) untuk bahan baku dapat dijaga. Tim Pengabdian bersama mahasiswa membantu proses produksi usaha mitra, dalam hal ini mahasiswa ikut dilibatkan, agar pola pikir mahasiswa dibentuk untuk bisa menghasilkan solusi tidak hanya permasalahan efektifitas dan efisiensi, tetapi juga menghitung proses produksi, higienitas dari proses produksi usaha mitra
2. Pemberian bantuan alat produksi guna menunjang penambahan jumlah produksi.
3. Pelatihan packaging yang baik. Pelatihan dilakukan agar kemasan dari produk baik itu produk mentah maupun produk masak menjadi lebih baik dan menarik. Sehingga dapat dipasarkan ke toko yang lebih besar. Kemasan yang menarik juga akan meningkatkan harga jual produk yang berdampak pada peningkatan keuntungan pelaku usaha.
4. Pemberian bantuan bahan packaging akan membantu mitra dalam mengemas produk dengan lebih baik, dan saat pengemasan dianjurkan menggunakan sarung tangan yang bersih agar lebih higienis.
5. Pelatihan kemampuan menjual. Pada tahap ini mitra diberikan masukan akan pentingnya promosi dan bagaimana menjual produk dengan lebih baik. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk dengan media social. Selain harganya yang murah, media social juga dapat diakses oleh banyak orang dan tidak terbatas ruang dan waktu.
6. Pembuatan akun media social melalui Facebook, instagram dan twitter bagi mitra

7. Pembuatan laporan keuangan sederhana
8. Penilaian kemajuan mitra dengan base penilaian kondisi awal sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian.

3.2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dilakukan adalah berdiskusi dengan mitra mengenai masalah apa saja yang menjadi kendala dalam produksi dan pemasaran produk, maka selanjutnya adalah memberikan peralatan apa saja yang dibutuhkan mitra dalam menunjang proses produksi dan pemasaran agar menjadi lebih baik. Pemberian peralatan diberikan kepada mitra diharapkan dapat meningkatkan proses produksi dan juga membuat waktu produksi menjadi lebih singkat. Selain itu dengan memberikan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan media social dan perbaikan packaging menjadi lebih menarik diharapkan dengan membantu emningkatkan volume penjualan mitra.



Gambar 1. Denah Lokasi Mitra

3.3. Partisipasi Mitra

Mitra diharapkan dapat memanfaatkan peralatan produksi yang diberikan secara optimal guna meningkatkan jumlah produksi dan mempersingkat waktu produksi. Selain itu mitra juga diminta untuk berpartisipasi dan berperan aktif dalam penggunaan media social untuk pemasaran dan juga membuat packaging aneka kerupuk dan kripik yang lebih menarik sehingga konsumen tertarik membelinya. Apabila terjadi situasi luar rencana pengabdian, mitra dapat berkomunikasi dengan tim pengabdian untuk mencari solusi atas situasi yang terjadi. Terhadap ilmu yang telah disampaikan tim kepada mitra harus terus melaksanakannya demi pengembangan usaha yang dijalankan.

3.4. Evaluasi Pelaksanaan

Kegiatan ini akan dievaluasi dua bulan setelah peralatan produksi diberikan. Evaluasi dilakukan dengan mendatangi lokasi pengabdian dan melihat proses produksi. Selain itu juga

akan dilakukan perhitungan jumlah produksi setiap kali produksi untuk melihat ada atau tidaknya peningkatan jumlah produksi sebelum dan sesudah diberikannya peralatan. Untuk merek dan kemasan apakah setelah pemberian merek dan pembaharuan kemasan penjualan lebih meningkat, Untuk pemasaran, evaluasi dapat dilakukan setiap saat yaitu dengan melihat media sosial mitra apakah sudah ada terjadi pemesanan produk dan perluasan pasar pemasaran. Selain itu mitra juga akan didatangi oleh tim untuk melihat ada tidaknya peningkatan jumlah volume penjualan (dapat dilihat dari laporan catatan harian dan laporan keuangan mitra).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil

Berdasarkan observasi tim pengabdian, karena keterbatasan produksi saat ini mitra hanya bisa menjual produknya disekitar lokasi tempat tinggal saja, adakalanya mereka tidak mampu memenuhi permintaan konsumen karena jumlah produksi yang masih terbatas dan masih memanfaatkan tenaga matahari untuk mengeringkan jenis kerupuk. Jumlah produksi yang terbatas disebabkan karena peralatan produksi yang masih sederhana dengan kapasitas yang terbatas. Kondisi ini yang menyebabkan mereka membatasi produksi hariannya karena jika mereka ingin memproduksi dalam skala banyak, mereka harus memasak bahan secara berulang-ulang yang sudah tentu akan memakan banyak waktu dan ditakuti kerupuk tidak dapat terjemur matahari yang berakibat pada kerupuk menjadi gagal dan akan menyebabkan kerugian pada mitra. Situasi penggunaan alat yang sangat sederhana ini membuat mitra sangat terbatas pada produksinya sehingga apabila ada permintaan yang lebih besar mitra tidak sanggup menyediakan permintaan tersebut disamping karena keterbatasan alat mitra juga terbatas pada tenaga kerja. Berikut gambar proses pengemasan yang dilakukan mitra

Berdasarkan pengamatan tim pengabdian, pengemasannya yang kurang higienis, mitra tidak menggunakan sarung tangan plastik dalam pengemasan sehingga ketika konsumen melihat pengemasan seperti ini dapat mengakibatkan turunnya minat untuk membeli produk yang dijual. Terlihat kurangnya pengetahuan mitra akan kemampuan mereka menjual produknya. mitra juga hanya mampu memasarkan produk mereka ke kedai-kedai disekitar lokasi karena untuk memasuki pasar yang lebih luas mereka belum mampu. Mitra pernah mencoba untuk menawarkan produknya ke Toko yang lebih besar, akan tetapi produk tersebut ditolak karena dinilai tidak menarik dan tidak layak dijual karena tidak ada merek dan identitas pada produk.

Dalam menjalankan usahanya, mitra dihadapkan pada masalah bagaimana memasarkan produknya agar dikenal orang banyak. Saat ini mitra hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan dengan pemasaran dengan cara rekomendasi teman. Hal ini tentunya tidak akan memberikan hasil yang maksimal. Dalam era digital dengan memanfaatkan media social, kita dapat memperoleh produk dari dalam dan luar negeri hanya dalam hitungan menit saja. Hal ini merupakan peluang yang baik untuk dapat mengembangkan usaha. Sayangnya, dari mitra tidak memiliki dan mengetahui mengenai media sosial.

Mitra merupakan golongan UMK (Usaha Mikro Kecil) dan biasanya sedikit dan bahkan belum mempunyai kanal distribusi produk yang luas. Mayoritas mitra mendistribusikan produknya hanya ke lingkungan sekitar rumahnya. Kecilnya kanal distribusi mitra membuat kesadaran pasar terhadap produk mitra kurang sehingga pendapatan mitra terbatas. Kanal yang tidak tepat akan membuat mengendapnya modal mitra. Selain itu apabila produk yang

dikonsinyasikan tidak memiliki masa kadaluarsa yang lama, maka produknya akan busuk dan tak lagi layak jual.

Mitra belum mengerti pentingnya *brand awareness* akan produknya. Mitra tidak membuat *brand awareness* terhadap produknya sendiri, seperti membungkus produk dengan seadanya saja, tidak membuat promosi menarik untuk produknya, tidak mempunyai *tagline*, dan sebagainya. Ke higienisan produk sangat tidak diperhatikan. Dalam melakukan produksi, mitra tidak memperhatikan higienisan serta tata letak penempatan barang sehingga membuat suasana kerja menjadi kotor dan tidak nyaman untuk melakukan proses produksi.

Mitra tidak membuat pencatatan keuangan biasanya penyebab mitra tidak melakukan pencatatan keuangan usahanya, karena kurangnya pengetahuan mitra untuk bisa melakukan pencatatan atau karena sudah merasa lelah mengurus produksi dan pemasaran. Berikut gambar ketua dan tim pengabdian dalam melakukan observasi ke lapangan dengan bertanya langsung kepada bu Yusna tentang laporan pencatatan keuangan usaha.

Mengenai Kinerja pegawai, mitra mengatakan bahwa kinerja pegawai tidak baik. Mitra yang memperkerjakan pegawai untuk usahanya menemukan bahwa pegawai mereka memiliki kinerja yang kurang baik. Ada pegawai yang hanya berpura-pura bekerja saat mitra berada di dekatnya, suka bermalas-malasan, hingga memanipulasi hasil kerjanya, kuantitas kerja perorangan bila tidak diawasi masih rendah. Kesadaran pekerja masih kurang. Ini alasan mengapa mitra mengagap pentingnya memberikan pelatihan kepada karyawan akan kesadaran bekerja secara inisiatif bukan karena pengawasan yang ketat. Dan menurut pantauan kami sebagai tim pengabdian mitra tidak memiliki SOP (Standard Operation Prosedur) ketika melakukan produksi. Dapat dilihat melalui gambar.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Solusi yang Ditawarkan

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang diajukan dalam proposal ini adalah pemberdayaan masyarakat melalui pengoptimalan potensi yang dimiliki mitra serta membangun semangat Pancasila untuk saling menolong antar masyarakat. Permasalahan mitra terbagi atas beberapa bagian masalah yaitu masalah produksi, kemasan, merek, masalah pemasaran, dan tidak ada laporan keuangan dan terlihat bahwa mitra kurang percaya diri dalam menjalankan bisnisnya.

4.2.2. Solusi yang Ditawarkan Untuk Masalah Produksi

Solusi kegiatan pengabdian dibidang produksi difokuskan pada bagaimana meningkatkan produksi dari mitra. Pelatihan yang diberikan diharapkan mampu membuka wawasan mitra tentang bagaimana produksi yang baik dengan mempertimbangkan berapa banyak produksi yang sebaiknya dilakukan dengan seberapa banyak stok barang yang harus dimiliki mitra pada saat mendekati saat-saat hari besar keagamaan. Dengan adanya solusi dibidang produksi maka target luaran yang ingin dicapai adalah peningkatan jumlah produksi harian. Dimana jika pada mulanya mitra hanya mampu memproduksi sebanyak 3kg tepung untuk kerupuk, 20 kg ubi untuk keripik dan 40 sisir pisang untuk kripik pisang saja maka diharapkan dengan diberikannya solusi permasalahan ini mitra mampu meningkatkan produksi menjadi 3 kali lipat perhari dari produksi awal. Selain itu mitra juga diberikan bantuan alat untuk kegiatan produksi sejalan dengan penelitian [1], [2], [3]. Adapun alat-alat yang diberikan adalah alat-alat yang menjadi kebutuhan utama mitra untuk penambahan produksi antara lain :

1. Dandang pengukus yang terbuat dari *stainless steel*
2. Kompor gas
3. Tabung gas
4. Blender
5. Wajan untuk menggoreng
6. Wadah penyimpan kerupuk
7. Wadah penjemur kerupuk
8. Saringan minyak



Gambar 2. Tim Pengabdian dan Mitra Usaha

4.2.3. Solusi yang Ditawarkan Masalah Kemasan, Merek dan Promosi (*Brand Awareness*)

Adapun solusi yang ditawarkan oleh tim adalah dengan memberikan pelatihan bagaimana pengemasan produk yang baik dan juga pelatihan untuk menggunakan media social dalam rangka pemasaran produk sejalan dengan penelitian [4], [5], [6]. Adapun alat-alat yang diberikan terkait dengan masalah pemasaran adalah :

1. Membuat merek
2. Membuat Plastik kemas yang tebal
3. Pembuatan kartu nama
4. Hand sealer

4.2.4. Solusi Masalah Pemasaran

Kegiatan pengabdian dibidang pemasaran difokuskan pada bagaimana memasarkan produk mitra dengan lebih luas. Pelatihan packaging yang diharapkan dengan dapat memperbaiki kualitas packaging yang sudah ada sehingga meningkatkan keinginan masyarakat dalam membeli produk tersebut dan produk tersebut diharapkan sudah dapat memasuki pasar baru yang lebih baik. Target dari pelatihan ini adalah produk mitra dapat diterima oleh toko-toko yang lebih besar daripada saat ini. Pelatihan media social diharapkan dapat membuka wawasan mitra untuk dapat menggunakan media social dalam pemasaran produknya secara luas. Adapun yang menjadi target dalam pelatihan ini adalah mitra memiliki akun media sosial

dalam memasarkan produknya. Peralatan yang diberikan diharapkan dapat menunjang tercapainya target ini sejalan dengan penelitian [7], [8].



Gambar 2. Solusi Pemasaran dalam Pembuatan Packing

4.2.5. Solusi Masalah Laporan Keuangan

Melakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan karena kurangnya pengetahuan mitra terhadap laporan keuangan yang selama ini keuangan rumah tangga digabung dengan keuangan usaha, jika masalah ini terus berlanjut, keuangan usaha menjadi tidak sehat karena modal yang dimiliki terus menerus digunakan untuk kebutuhan rumah tangga, untuk itu perlu dilakukan pembenahan keuangan yang baik, dimulai dengan pencatatan-pencatatan sederhana seperti mencatat jumlah pembelian bahan baku, biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan jumlah penjualan sejalan dengan penelitian [9], [10].

5. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pengabdian yang dilakukan, diperoleh hasil:

1. Dari sisi produksi mitra usaha UMKM bisa meningkatkan jumlah produksi sebesar 10% hal ini didorong karena pemasaran yang dilakukan mitra semakin luas dengan pemanfaatan media sosial seperti FB, instagram dan mendaftarkan mitra dengan *go food*
2. Hal ini juga dipengaruhi oleh kemasan dan merek yang telah dimiliki mitra sebagai identitas usaha sehingga pembeli mengetahui keberadaan usaha mitra.
3. Saat ini mitra telah memiliki laporan keuangan sederhana ini juga mempengaruhi pengembangan usaha karena antara uang pribadi dan uang usaha tampak secara jelas terpisah.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih untuk penelitian ini yang dibiayai oleh Non PNBPU Universitas Sumatera Utara sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Skim Mono Tahun Reguler Sumber Dana Non PNBPU USU T.A. 2019 Nomor : 327/UN5.2.3.2.1/PPM/2019

Referensi

- [1] Ami, Dilham and Putra, M. Umar Maya., “Socio economic community mapping around Dumai Timur (case study: Tanjung Palas Village),” in *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 126 (2018) 012085*, 2017, pp. 1–10.
- [2] Bati, Putra, M. Umar Maya and H. Sahla., “Focus Group Discussion For Young Entrepreneurs Training in University Of Asahan, in *2nd Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership (AISTEEL 2018)*” vol. 200, pp. 1–4, 2018.
- [3] M. S. Malawat and Putra, M. Umar Maya., “Review Of Implementation In Bunut Shoes Assistance Program In Order Of Micro, Small And Medium Enterprises Economic In Asahan Regency,” in *Journal of Physics: Conference Series*, 2018, vol. 970, no. 1, pp. 1–6.
- [4] S. Malawat and Putra, M. Umar Maya., “Socio Economic Kisaran Barat Community Mapping In Asahan Regency,” pp. 706–713, 2018.
- [5] Saleh, Malawat and Putra, M. Umar Maya., “Business start-up empowerment in asahan district 1,” in *The 1st Multi-Disciplinary International conference University Of Asahan2019 Thema: The Role of Science in Development in the Era of Industrial Revolution 4.0 based on Local Wisdom.*” in *Sabty Garden Hotel-Kisaran North Sumatra, March 23rd, 2019 Business*, 2019, pp. 299–304.
- [6] Putra, M. Umar Maya and Ami, Dilham., “An Effectiveness Analysis of Corporate Social Responsibility of Empowerment Program in Terminal BBM Pertamina Siantar,” 2017, no. 1987, pp. 457–463.
- [7] Syarifah, Tengku and Putra, M. Umar Maya., “Motivation And Entrepreneurs Training For Tinggi Raja Society Of Asahan Regency,” in *2nd Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership (AISTEEL 2017) Motivation*, 2017, vol. 104, no. Aisteel, pp. 1–5.
- [8] Putra, M. Umar Maya and Ami, Dilham., “Pemetaan Sosial Ekonomi Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan Kota Medan,” in *Seminar Nasional Teknologi Informatika, “The Future of Computer Vision”, 2017, ISBN : 978-602-50006-0-7*, 2017, pp. 8–15.
- [9] A. Dilham and Putra, M. Umar Maya., “Social Economic Community Mapping Around Binjai Utara (Case Study : The People In Tandem Hilir),” in *Proceedings of the 1st Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership (AISTEEL 2016) e-ISSN: 2548-4613*, 2016, no. Ii, pp. 600–607.
- [10] Delvi and Putra, M. Umar Maya., “Kajian Studi Kelayakan,” *Hum. FALAH*, vol. 4, no. 1, pp. 87–104, 2017.
- [11] Putra, M. Umar Maya and A. Dilham., “Pemetaan Sosial Ekonomi Kecamatan Dumai Timur (Studi Kasus : Kelurahan Bukit Timah),” vol. 7, no. April, pp. 1–8, 2017.

