

# JURNAL DIGITAL MARKETING & BRANDING FIX

*by Aditya Maulana*

---

**Submission date:** 29-Aug-2023 09:14AM (UTC+0900)

**Submission ID:** 2114938322

**File name:** JURNAL\_DIGITAL\_MARKETING\_BRANDING\_FIX.docx (709.7K)

**Word count:** 2610

**Character count:** 16814

## Pemberdayaan UMKM Desa Pajurangan Melalui Penerapan Digital Marketing dan Branding

Junaidi<sup>1</sup>; Lukman Hakim<sup>2</sup>; Mutinda Teguh Widayanto<sup>3</sup>; Husni Mubarak<sup>4</sup>; Wawan Susilo<sup>6</sup>;  
Hapsawati<sup>7</sup>; Tatik Inayati<sup>8</sup>;

Universitas Panca Marga Probolinggo

Jalan Yos Sudarso 107 Pabean, Dringu, Kabupaten Probolinggo 67271

### ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu mata pencaharian warga Desa Pajurangan yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap pendapatan daerah. Pemerintah desa menjadi sangat terbantu dengan adanya UMKM karena dapat membantu program pemerintah daerah dalam mengentaskan kemiskinan dan mengurangi angka pengangguran. UMKM akan lebih berkembang apabila dikelola dengan tepat, salah satunya dengan memberikan label terhadap produk dan memasarkannya melalui digital marketing agar dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Namun tidak semua warga Desa Pajurangan paham akan pentingnya penerapan digital marketing dan branding terhadap produk, sehingga dosen Universitas Panca Marga dan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga berinisiatif melakukan kegiatan Sosialisasi tentang digital marketing dan branding di Balai Desa Pajurangan guna mengenalkan dan memberikan pemahaman mengenai pentingnya kedua hal tersebut.

**Kata Kunci : Sosialisasi, Digital Marketing, Branding**

### ABSTRACT

UMKM is one of the livelihoods of Pajurangan Village residents which has a sizable contribution to regional income. The village government is greatly assisted by the existence of MSMEs because it can assist local government programs in alleviating poverty and reducing unemployment. MSMEs will develop more if managed properly, one of which is by labeling products and marketing them through digital marketing in order to increase people's purchasing power. So that it has an impact on significant economic growth. However, not all residents of Pajurangan Village understand the importance of implementing digital marketing and branding for products, so Panca Marga University Community Service students took the initiative to carry out socialization activities about digital marketing and branding at the Pajurangan Village Hall to introduce and provide an understanding of the importance of these two things.

**Keywords: Socialization, Digital Marketing, Branding**

## I. PENDAHULUAN

Pajurangan merupakan salah satu desa di Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo, Provinsi Jawa Timur yang terdiri dari 9 Dusun dengan keseluruhan jumlah penduduk 45.064 jiwa. Sebagian besar penghasilan penduduk di desa ini berasal dari pertanian. Dan sebagian lainnya adalah UMKM, karyawan swasta, pegawai negeri sipil, dan buruh serabutan.

Keberadaan UMKM tidak terlepas dari masyarakat Indonesia, khususnya Desa Pajurangan. Karena UMKM merupakan salah satu sumber pendapatan yang memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan daerah. Selain itu UMKM juga mampu mengurangi tingginya angka pengangguran di daerah setempat dengan terbukanya lapangan pekerjaan. Sehingga membantu program pemerintah daerah dalam mengentaskan kemiskinan. Hal ini terlihat dari data terakhir Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019 terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia telah mempekerjakan 123,3 juta orang atau sekitar 56% dari tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB negara.

Berdasarkan observasi yang dilakukan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga sebagai bentuk pengabdian masyarakat dilaporkan bahwa ada 3 jenis UMKM yang berkembang di Desa Pajurangan, yaitu :

Tabel 1

No	Nama UMKM	Alamat	Jenis Produk	Pendapatan Bersih Per Bulan	Jumlah Karyawan
1.	Janeeta Bakery	Dusun Mudinan 2	Roti	>Rp. 15.000.000,-	4 orang
2.	Najah Rengginang	Dusun Pasar	Rengginang	>Rp. 3.000.000,-	1 orang
3.	Terasi Udang	Dusun Pesisir	Terasi	>Rp. 2.000.000,-	-

Sumber : Data Primer Desa Pajurangan, 2023

Jenis usaha di atas menjadi produk unggulan Desa Pajurangan. Terutama usaha roti Janeeta Bakery yang memiliki omzet lumayan tinggi berpotensi untuk meningkatkan taraf ekonomi warga Desa Pajurangan. Karena secara tidak langsung Janeeta Bakery telah membantu mengurangi angka pengangguran di desa tersebut.

Agar UMKM dapat berkembang dan mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak maka UMKM harus mengikuti perkembangan jaman. Di era serba modern, program pengembangan UMKM tak luput dari media maupun teknologi digital, baik dari pengolahan maupun pemasaran. Dari segi pemasaran, penerapan digital marketing dan branding sangatlah penting untuk menaikkan daya beli masyarakat sehingga memberikan dampak maksimal pada pendapatan UMKM. Seperti yang terjadi di masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021 banyak UMKM yang memanfaatkan jaringan marketplace untuk memasarkan produknya sehingga mereka mampu bertahan di tengah pasar yang mulai lesu. Menurut Gumilang, "Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing." Karena digital marketing merupakan platform yang sangat dinamis dapat dilakukan dimanapun dan dalam kondisi apapun. Dengan peningkatan jumlah pengguna media sosial berbasis chat maupun e-commerce setiap hari dapat membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya dalam genggam smartphone. Sehingga akan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM. Berdasarkan berita media online DailySocial, "Kepala Bidang Kemudahan Usaha Mikro Kementerian Koperasi dan UKM, Berry Fauzi mengatakan, "Sebanyak 40% UMKM menggunakan social media, 38% menggunakan instant messaging, 13% menggunakan e-commerce, dan 5% ride hailing". Selain itu, dikutip dari website Kementerian Keuangan Republik Indonesia "Sejalan dengan arah kebijakan nasional, Kementerian Keuangan juga mencanangkan tema Program UMKM Kemenkeu Satu untuk tahun 2023 yaitu "Kemenkeu Satu mendukung UMKM tumbuh melalui digitalisasi dan globalisasi menuju Indonesia Maju". Dimana program tersebut akan menjadi prioritas pemberdayaan UMKM Desa Pajurangan tahun 2023 yang bertujuan :

- mendorong UMKM untuk bergabung dalam ekosistem DigiPay (pengadaan barang/jasa pemerintah) atau ekosistem e-commerce lainnya
- meng optimalisasi media e-commerce guna mendukung digital marketing produk olahan yang dihasilkan para UMKM Desa Pajurangan

Namun demikian ada beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Desa Pajurangan dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang paling mendasar meliputi SDM yang kurang memiliki pengetahuan dan kurangnya akses pemasaran produk. Dari permasalahan tersebut inilah yang menjadi pertimbangan dosen Universitas Panca Marga dan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga untuk melakukan penelitian ini. Khususnya pada akses pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pendampingan bagi pengusaha agar mampu menerapkan digital marketing dan branding pada produk usahanya sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM.

## II. MASALAH

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Pajurangan, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo yang mayoritas penduduknya bergantung pada hasil pertanian. Selain itu, warga Desa Pajurangan juga memiliki sumber pendapatan lain yakni dari UMKM, Karyawan Swasta, Pegawai Negeri Sipil, dan buruh serabutan. UMKM di desa ini merupakan sumber mata pencaharian terbesar kedua setelah hasil pertanian. Sehingga kontribusi UMKM terhadap pendapatan daerah tak kalah besar. Namun terdapat beberapa kendala pada UMKM di Desa Pajurangan dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang paling mendasar meliputi SDM yang kurang memiliki pengetahuan dan kurangnya akses pemasaran produk. Sehingga perlunya pendampingan dan pemberian pemahaman mengenai cara memasarkan produk melalui digital marketing dan branding agar dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk UMKM yang akan berdampak signifikan pada peningkatan ekonomi daerah.

## III. METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Pajurangan, maka Dosen Universitas Panca Marga dan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga Probolinggo melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan melaksanakan sosiali yang bertema "Digital Marketing dan Branding". Kegiatan ini meliputi :

### 1. Penyuluhan

Penyuluhan dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen Universitas Panca Marga dan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga dengan memberikan wawasan mengenai

pentingnya memasarkan produk melalui digital marketing maupun branding dan menjelaskan tata cara pelaksanaannya.

2. Sesi Tanya Jawab

Kegiatan ini dilakukan guna memberikan ruang bagi para pelaku UMKM agar dapat memaksimalkan kegiatan dan menampung berbagai macam pertanyaan maupun persoalan yang akan dijawab oleh Dosen Universitas Panca Marga mahasiswa KKN Universitas Panca Marga.

3. Forum Diskusi Kelompok

Setelah melalui sesi tanya jawab, terbuka ruang diskusi agar para pelaku usaha maupun pengabdian masyarakat dapat berbagi pengalaman dan bimbingan sehingga perkembangan UMKM dapat terpantau.

4. Pendampingan

Pendampingan merupakan bentuk implementasi dari hasil penyuluhan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara membimbing pengusaha untuk menciptakan merk dagang dan label guna memberikan identitas pada produk serta membentuk social media sebagai sarana digital marketing.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN Universitas Panca Marga di Desa Pajurangan adalah pemberdayaan UMKM di daerah tersebut. Kegiatan ini dimulai dengan observasi UMKM pada tanggal 29 Juli 2023. Berdasarkan hasil observasi dilaporkan ada 3 jenis UMKM yang sedang berkembang di Desa Pajurangan, yaitu :

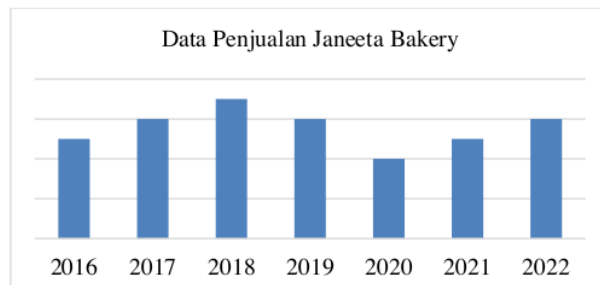


Gambar 1. Observasi UMKM

1. Janeeta Bakery

Usaha ini bergerak di bidang pembuatan roti home made yang didirikan pada tahun 2016 dan nama Janeta merupakan nama putri pemilik usaha tersebut. Pendapatan bersih dari penjualan roti tiap bulan berkisar ± Rp. 15.000.000,- dengan 4 orang jumlah karyawan. Beralamat di Dusun Mudinan 2, Desa Pajurangan, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo.

Usaha ini telah melewati fase naik turunnya penjualan sejak tahun 2016 sampai dengan saat ini. Berikut data yang dilaporkan :



- Pada tahun 2016 penjualan roti mencapai angka ± 30.000 buah. Angka ini sudah termasuk tinggi mengingat di awal pendirian masih proses pengenalan produk.



- Pada tahun 2017 penjualan roti sudah mulai mengalami peningkatan yang mencapai angka  $\pm$  36.000 buah karena produk tersebut sudah mulai dikenal masyarakat.
- Pada tahun 2018 adalah puncak penjualan roti tertinggi mencapai angka  $\pm$  42.000 buah. Janeeta Bakery mulai banyak menerima pesanan acara besar.
- Pada tahun 2019 penjualan roti mengalami penurunan di angka  $\pm$  36.000 buah. Di akhir tahun ini covid-19 sudah mulai memasuki wilayah Indonesia bagian barat sehingga berdampak pada penjualan roti.
- Pada tahun 2020 penjualan roti mengalami penurunan drastis di angka  $\pm$  18.000 buah. Di tahun ini pemerintah mengeluarkan aturan mengenai pembatasan aktivitas di luar ruangan (*lockdown*) akibat pandemi covid-19 sehingga berdampak pada melemahnya sector ekonomi terutama UMKM.
- Pada tahun 2021 penjualan roti mulai mengalami sedikit peningkatan dari tahun 2020 mencapai angka  $\pm$  30.000 buah. Angka ini sudah termasuk kategori sedang karena Janeeta Bakery cukup berhasil survive dibandingkan UMKM lain.
- Pada tahun 2022 penjualan roti mulai mengalami peningkatan yang signifikan di angka  $\pm$  36.000. Karena di tahun ini Janeeta Bakery mulai memasarkan produknya melalui media sosial berbasis chat yaitu grup WhatsApp. Namun pemasaran ini belum optimal mengingat masih banyaknya pesanan yang di batalkan secara mendadak.

## 2. Najah Rengginang

Usaha ini bergerak di bidang pembuatan rengginang home made yang didirikan pada tahun 2018. Usaha ini hanya memiliki 1 orang karyawan dan tak banyak menyerap tenaga kerja karena omzet penjualan hanya berkisar  $\pm$  Rp. 5.000.000,- per bulan, belum dikurangi modal dan tenaga kerja. Selain itu usaha ini hanya menerima pesanan tanpa menjual eceran. Sehingga tidak memungkinkan untuk menambah jumlah karyawan.

Tak banyak data yang didapat dari usaha ini mengingat pemilik usaha sudah lansia. Jadi usaha tersebut tidak terkelola dengan optimal.

## 3. Terasi Udang

Usaha ini bergerak di bidang pembuatan terasi home made yang tidak memiliki karyawan. Karena terasi ini merupakan pesanan dari distributor besar yang dipesan melalui perkumpulan pengusaha home made yang belum berbadan hukum. Sehingga pendapatan pun hanya berkisar di angka tertinggi sebesar  $\pm$  Rp. 2.000.000,- per bulan.

Terasi ini juga tidak memiliki merk dagang sendiri mengingat terasi akan dipasok ke distributor yang nantinya di pasang label tersendiri. Usaha ini di dikelola oleh beberapa orang pengusaha terasi rumahan yang kurang memiliki pengetahuan memadai sehingga mereka tidak mampu memasarkan sendiri produk yang mereka hasilkan. Akibatnya usaha ini tidak berkembang dan terjebak pada lingkaran distributor besar.

Dari 3 jenis usaha tersebut di atas dapat dilihat bahwa Janeeta Bakery cukup berkembang, sedangkan 2 usaha lainnya masih terjebak pada zona nyaman. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman SDM dalam mengelola usaha terutama pada akses pemasaran yang merupakan ujung tombak berhasilnya UMKM. Cepatnya laju perubahan jaman juga harus sejalan dengan perkembangan kreasi dan inovasi pengusaha, mengingat di era serba digital masyarakat mulai beralih pada e-commerce daripada harus bersusah payah ke pasar tradisional. Hingga pada akhirnya pengusaha dituntut untuk berinovasi dalam strategi pemasaran.

Dengan adanya berbagai kendala di atas menjadi penggerak bagi Dosen Universitas Panca Marga dan mahasiswa KKN Universitas Panca Marga untuk melakukan pemberdayaan UMKM dalam bentuk kegiatan sosialisasi yang bertemakan “Digital Marketing dan Branding” dengan tujuan menumbuh kembangkan kreasi dan inovasi dalam memasarkan produk olahan UMKM sehingga dapat meningkatkan taraf ekonomi di daerah setempat. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus 2023 di Balai Desa Pajurangan yang dihadiri oleh 30 para pelaku UMKM, Kepala Desa Pajurangan, dosen niversitas Panca Marga, serta mahasiswa KKN Universitas Panca Marga. Adapun rangkaian acara kegiatan sebagai berikut :

Tabel 2  
Rangkaian Acara Kegiatan Sosialisasi

NO	JAM	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	10.00 – 10.30	Check In Peserta	Persiapan menunggu kehadiran peserta yang terdiri dari 30 orang pengusaha mikro, kecil, dan menengah

2.	10.30 – 10.45	Pembukaan	Disampaikan oleh pembawa acara yang merupakan salah satu mahasiswa KKN Universitas Panca Marga berupa salam dan ucapan terimakasih serca pembacaan susunan acara
3.	10.45 – 10.50	Sambutan Pertama	Disampaikan oleh salah satu mahasiswa KKN Universitas Panca Marga berupa ucapan terima kasih beserta pesan dan kesan
4.	10.50 – 11.00	Sambutan Pertama	Disampaikan oleh Kepala Desa Pajurangan berupa ucapan terimakasih dan pesan-pesan
5.	11.00 – 12.00	Materi	Penyampaian materi disampaikan oleh Dosen Universitas Panca Marga berupa pengenalan digital marketing dan branding, pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan UMKM, serta ajakan pembuatan social media sebagai sarana promosi produk UMKM dan pembuatan label agar produk memiliki identitas yang mudah dikenal masyarakat.
6.	12.00 – 12.30	Sesi Tanya Jawab	Sesi Tanya jawab dibuka untuk memberikan kesempatan para pengusaha untuk memahami lebih dalam materi yang disampaikan serta memberikan ruang bagi pengusaha untuk membagikan berbagai pengalamannya
7.	12.30 – 12.40	Do'a	Dibacakan oleh salah satu mahasiswa KKN Universitas Panca Marga berupa ucapan syukur atas terlaksananya kegiatan dengan lancar
8.	12.40 – 12.50	Penutup	Disampaikan oleh pembawa acara yang merupakan salah satu mahasiswa KKN Universitas Panca Marga berupa ucapan syukur dan terimakasih.

Sumber: Data Primer, 2023



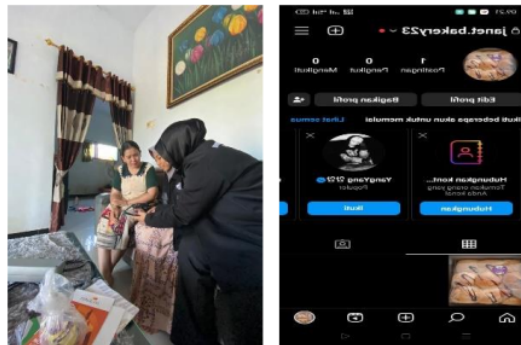
Gambar 2. Kegiatan sosialisasi

Sepanjang acara berlangsung, para peserta cukup antusias dalam kegiatan ini. Terbukti dengan adanya beberapa pertanyaan yang diajukan kepada pemateri yaitu dosen Universitas Panca Marga serta permohonan pendampingan setelah acara penyuluhan selesai dilaksanakan. Melalui kegiatan penyuluhan para pengusaha termotivasi untuk melakukan inovasi pada strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan UMKM. Dimulai dengan pendampingan oleh mahasiswa KKN Universitas Panca Marga dalam pembuatan merk sebagai identitas produk yang akan dipasarkan sehingga memiliki ciri khas dan mudah dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 3. Produk yang telah diberikan merk dan label

Setelah itu, dilakukan pendampingan oleh mahasiswa KKN Universitas Panca Marga dalam pembuatan akun social media sebagai sarana digital marketing agar dapat memperluas jaringan pasar. Sehingga strategi pemasaran tidak hanya terbatas pada pasar tradisional melainkan pasar digital yang dapat menjangkau pasar global. Dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM secara signifikan.



Gambar 4. Pembuatan akun social media

## V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Panca Marga tahun 2023 di Desa Pajurangan yaitu dengan melakukan pemberdayaan UMKM agar semakin berkembang melalui kegiatan penyuluhan, diskusi kelompok, serta pendampingan. Mengingat UMKM Desa Pajurangan tergolong sumber mata pencaharian yang berpotensi untuk menjadi primadona dalam peningkatan taraf ekonomi daerah tersebut. Hanya saja perlu dilakukan pendampingan agar para pengusaha semakin termotivasi untuk mengembangkan usahanya baik dari segi manajemen bisnis maupun pemasaran. Di era serba digital, para pengusaha harus mulai berinovasi agar tak tertinggal oleh perkembangan jaman. Seperti halnya beralih dari pemasaran tradisional ke digital marketing yang mampu menjangkau daya beli masyarakat lebih luas. Selain itu tak kalah pentingnya pemberian merk dagang pada produk agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Dengan dilaksanakannya kegiatan pemberdayaan UMKM dari program pengabdian masyarakat ini, harapan kami adalah :

1. Pelaku UMKM memahami pentingnya menerapkan digital marketing dan branding bagi usaha yang dijalankan
2. Pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan pemberian identitas pada produk agar mudah dikenal masyarakat luas
3. Pelaku UMKM dapat berinovasi dengan menerapkan promosi maupun penjualan melalui platform digital marketing agar menjangkau pasar global sehingga konsumen tidak hanya berasal dari daerah setempat melainkan dari berbagai daerah maupun penjuru dunia.
4. Pelaku UMKM dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak sebagai dampak meningkatnya permintaan konsumen dari platform digital marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- KemenKopUKM (2019). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 – 2019. <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>.
- Risa Ratna Gumilang (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen (E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620) Vol 10 No 1, Maret 2019*.
- Margareth Anjani Mawarsari (2023). Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>.
- Agung Prasetya (2023). Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.html>
- Lukman Hakim, dkk (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Peningkatan Kinerja UMKM Dan Pendampingan Pembuatan NIB. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) e-ISSN : 2745 4053 Vol.3 No.1, September 2022, pp 394-400*



# JURNAL DIGITAL MARKETING & BRANDING FIX

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ejournal.sisfokomtek.org">ejournal.sisfokomtek.org</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://ejournal.upm.ac.id">ejournal.upm.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://www.djkn.kemenkeu.go.id">www.djkn.kemenkeu.go.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://dailysocial.id">dailysocial.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.rsisinternational.org">www.rsisinternational.org</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://journal.formosapublisher.org">journal.formosapublisher.org</a> Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
8	<a href="http://academicjournal.yarsi.ac.id">academicjournal.yarsi.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://journal.ikopin.ac.id">journal.ikopin.ac.id</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://etd.repository.ugm.ac.id">etd.repository.ugm.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://infobanknews.com">infobanknews.com</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://id.unionpedia.org">id.unionpedia.org</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://id.berita.yahoo.com">id.berita.yahoo.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://journal.unigres.ac.id">journal.unigres.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://kkn.undip.ac.id">kkn.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://ekbis.sindonews.com">ekbis.sindonews.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
19	Linda Umasugi. "Pemetaan Kawasan Sentra Produksi bagi UMKM di Kota Ternate", Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2018 Publication	<1 %
20	<a href="http://humas.acehprov.go.id">humas.acehprov.go.id</a> Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off