

## UPAYA MEMBANGKITKAN KEMBALI UMKM DESA CIKAMPEK UTARA MELALUI INOVASI PRODUK YANG EDUKATIF

Diah Widiawati<sup>1\*</sup>, Cuciaturun<sup>2</sup>, Ahmad Hoerrudin<sup>3</sup>, Eneng Kurniasih<sup>4</sup>, Euis Kartini<sup>5</sup>,  
Nursita Delia Putri<sup>6</sup>, Nabilla Nida Nurjihan<sup>7</sup>

PIAUD, STIT Rakeyan Santang, Indonesia  
[diahwidiawati51@gmail.com](mailto:diahwidiawati51@gmail.com)

---

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** Sektor UMKM, termasuk pengrajin boneka di Desa Cikampek Utara, telah sangat terpengaruh oleh pandemi COVID-19. Pada pengabdian ini, inovasi desain digunakan untuk membuat boneka "Reading Doll", yang dimaksudkan untuk meningkatkan minat baca anak-anak. Inovasi ini tidak hanya memasukkan desain yang menarik dan interaktif, tetapi juga memasukkan komponen edukatif yang dapat membantu anak belajar. Pengrajin lokal dididik untuk mengikuti tren pasar dan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran melalui pelatihan dan bimbingan. Metode pengabdian yang dilakukan yakni dengan melakukan tahapan awal, tahapan pelaksanaan dan tahapan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan desain kreatif dapat mendorong kreativitas pengrajin, meningkatkan penjualan, dan memperkuat identitas budaya lokal. Akibatnya, proyek ini membantu pemulihan ekonomi UMKM setelah pandemi dan meningkatkan keterampilan pengrajin di desa.

**Kata Kunci:** UMKM, Inovasi Produk, Edukatif.

***Abstract:** The MSME sector, including doll craftsmen in North Cikampek Village, has been greatly affected by the COVID-19 pandemic. In this service, design innovation was used to create a "Reading Doll" doll, which was intended to increase children's interest in reading. This innovation not only includes an attractive and interactive design, but also includes an educational component that can help children learn. Local craftsmen are educated to follow market trends and utilize digital technology in marketing through training and guidance. The service method used is by carrying out the initial stages, implementation stages and evaluation stages. The results of this activity show that the use of creative design can encourage craftsmen's creativity, increase sales, and strengthen local cultural identity. As a result, this project helps the economic recovery of MSMEs after the pandemic and improves the skills of craftsmen in the village.*

**Keywords:** MSMEs, Product Innovation, Educational.

---

#### Article History:

Received: 01-10-2024

Revised : 05-11-2024

Accepted: 30-12-2024

Online : 30-01-2025

---

### A. LATAR BELAKANG

Keberadaan UMKM ditengah Masyarakat tidak akan pernah dapat di hindarkan atau dihapuskan dalam masyarakat saat ini, melalui UMKM pendistribusian pendapatan masyarakat dapat terus mengalir, mawadahi kreatifitas masyarakat yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur- unsur tradisi dan budaya masyarakat setempat serta tentunya dapat menciptakan peluang kerja bagi masyarakat tersebut sehingga perekonomian menjadi stabil, semakin baik dan dinamis.

Menurut Lusty dalam (Arifudin, 2020) menjelaskan bahwa UMKM merupakan unit usaha yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat atau keluarga yang mayoritas pelaku bisnis di Indonesia. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam membantu perekonomian nasional, sekaligus dapat membantu menyerap tenaga ekspor. Peran

UMKM yaitu dalam membangun ekonomi kerakyatan dan pengentasan kemiskinan dan pengangguran. UMKM yang pada dasarnya memiliki potensi yang tinggi dalam membantu penyerapan tenaga kerja ternyata masih memiliki kelemahan yang belum bisa dihadapi dengan maksimal sampai sekarang. Menurut Saputro dalam (Zaelani, 2025) menjelaskan UMKM merupakan stimulus perekonomian pada negara berkembang. Tidak heran apabila pernah terjadi krisis yang melanda dunia bahkan negara Amerika Serikat, tetapi krisis tersebut hampir tidak dirasakan oleh negara Indonesia yang kegiatan perekonomiannya dijalankan oleh UMKM.

Dalam mengembangkan UMKM Langkah-langkah yang perlu di tempuh tidak hanya mengandalkan uluran bantuan pemerintah semata, namun perlu juga diiringi oleh kemampuan kreatifitas masyarakat itu sendiri yang terus dikembangkan. Dengan demikian bantuan pemerintah yang diberikan akan mengayun sejalan dengan kreatifitas yang di hasilkan oleh Masyarakat sehingga menghasilkan sinergi yang kuat dalam pencapaian kesuksesan UMKM tersebut.

Menurut Donalt L. Kirkpatrick dalam (Iskandar, 2025), yang dimaksud dengan Perkembangan usaha adalah “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”.

Dikenal sebagai pusat pengrajin boneka tradisional, Desa Cikampek Utara memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk-produk inovatif yang dapat bersaing di pasar global. Komoditi yang di hasilkan disini tidak main-main, beraneka jenis boneka telah mampu diproduksi dari desa ini. Pengrajin di desa ini pun telah lama membuat aneka produk boneka dengan sentuhan yang khas dan kualitas tinggi. Berbicara soal harga produk, kisaran harga yang di bandrol disini sangat terjangkau oleh masyarakat namun tetap dengan kualitas yang tak kalah dengan hasil produk internasional. Akan tetapi Ketika covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020, wabah itu berimbas pada keberlangsungan UMKM boneka di desa ini. Banyak pelaku usaha boneka yang mengalami kemerosotan penghasilan, bahkan tidak sedikit yang gulung tikar usahanya. Pasangan suami istri Bapak Wawan Gunawan dan Ibu Enok Rokayah yang tinggal di Kp. Sukasenang Gang Kaliber Rt 02 Rw 01 Desa Cikampek Utara sebagai salah satu pelaku UMKM menuturkan “Usahanya kini sulit berjalan, orderan makin berkurang meskipun masih ada pemesan akan tetapi terhitung jarang bahkan sering juga benar-benar tidak ada pesanan sama sekali “ucapnya Bahkan salah satu kerabatnya yang bernama Teh Lea, saat ini sudah benar-benar tidak berproduksi lagi usahanya. Hal ini tentu saja membuat mahasiswa KKN merasa harus melakukan sesuatu untuk menghadapi situasi tersebut.

Di Indonesia, hampir semua sector mengalami dampak terutama ekosistem ekonomi yang selama ini telah mejadi tumpuan masyarakat. Pandemi Covid-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan bak, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional (Arianto, 2020).

Dalam perjalanannya UMKM di desa ini terlihat mengalami kelesuan, selain terdampak oleh wabah covid-19 yang melanda negara ini tahun 2000an juga produk yang dihasilkan dari desa ini bersifat musiman yang daya belinya mudah surut seiring trend yang berubah, sehingga kami rasa perlu adanya inovasi produk yang tidak lekang oleh waktu dan dapat diterima semua kalangan serta menjadi produk yang dicari dan dibutuhkan oleh masyarakat luas agar eksistensi produk yang di hasilkan akan terus stabil, untuk itu terciptalah sebuah boneka edukatif yang bernama “*READING DOLL RAKESA*” sebuah boneka dengan bentuk dadu berukuran 20cm x 20 cm dengan warna warni yang cerah serta memuat huruf disetiap sisinya yang dapat digunakan sebagai alat peraga edukatif (APE) dalam proses pembelajaran anak, khususnya dalam aspek kognitif.

Alat permainan edukatif terdiri dari dua kata yang mempunyai makna, yaitu alat permainan dan edukatif. Alat permainan yaitu sebuah alat yang dipergunakan anak untuk bermain. Sedangkan edukatif berarti nilai-nilai pendidikan. Alat permainan edukatif didefinisikan sebagai sesuatu yang bisa dipakai sebagai alat bermain dan belajar anak, sehingga akan memicu perkembangan anak. Sederhananya, alat permainan edukatif ialah sesuatu yang dipergunakan anak untuk belajar melalui aktivitas bermain (Kartika, 2020).

Menurut Mayke yang dikutip (Ulimaz, 2024), alat permainan edukatif yaitu alat permainan yang dibuat sedemikian rupa untuk menunjang pendidikan anak. Sedangkan Adang Ismail dalam (Kartika, 2021) mendefinisikan bahwa alat permainan edukatif ialah alat bermain anak yang dirancang untuk membantu pertumbuhan anak. Permainan edukatif ini merupakan jenis permainan yang mengandung nilai-nilai pendidikan bagi anak. Guslinda dan Kurnia dalam (Kartika, 2022) juga berpendapat bahwa, alat permainan edukatif adalah macam-macam peralatan atau sesuatu benda yang dapat digunakan untuk bermain. Dimana peralatan atau benda tersebut dapat menstimulasi dan mengembangkan seluruh kemampuan anak. Alat permainan edukatif adalah alat permainan yang dirancang secara khusus untuk kepentingan pendidikan. Menurut Friska Nur Fatimah dalam penelitiannya alat untuk permainan edukatif adalah alat yang dibuat khusus berupa media untuk membantu melatih dan dapat memaksimalkan tumbuh kembang anak, diubah sesuai dengan usia dan Tingkat tumbuh kembangnya. Alat permainan adalah semua media yang digunakan untuk memuaskan naluri bermain anak (Fatimah et al., 2023).

Dari berbagai definisi diatas alat permainan edukatif, bisa disimpulkan bahwa alat permainan edukatif ialah alat permainan yang dibuat sebagai media pembelajaran yang dirancang secara khusus untuk membantu kegiatan pembelajaran. untuk membantu anak untuk tumbuh dan berkembang melalui kegiatan belajar sekaligus bermain.

Tujuan dari penggunaan inovasi dalam desain boneka baca adalah untuk mengubah boneka tradisional menjadi alat pendidikan yang tidak hanya menghibur tetapi juga mengajarkan. Dengan suara yang dapat dibaca, materi pembelajaran yang terintegrasi, dan desain yang menarik, boneka ini dirancang untuk membantu anak-anak membaca dan belajar bahasa. Reading doll dapat menjadi solusi yang inovatif dan bermanfaat dalam dunia pendidikan anak jika pengrajin lokal menggunakan keterampilan dan kreativitas mereka.

Diharapkan bahwa pelaksanaan inovasi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menghasilkan boneka edukatif yang

tak lekang oleh waktu, selalu diminati dan dicari oleh Masyarakat dalam menunjang pendidikan putra putrinya. Pengrajin pun dapat meningkatkan Kembali pendapatan mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan membantu pertumbuhan ekonomi lokal dengan membuat reading doll yang berkualitas tinggi dan berfungsi ganda.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana penerapan inovasi dalam desain boneka bacaan dapat meningkatkan peran UMKM pengrajin boneka di Desa Cikampek Utara dalam sektor pendidikan, serta untuk mengevaluasi dampak sosial dan ekonomi dari tindakan tersebut. Penelitian ini akan membantu menemukan peluang, masalah, dan pendekatan yang diperlukan untuk keberhasilan inovasi desain lokal dan global.

Tentunya dalam usaha pengembangan UMKM ini terdapat kendala juga, seperti sulitnya pemasaran dalam pendistribusian produk kepada Masyarakat luas, sehingga perlu juga kita pikirkan solusi untuk mengatasinya, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Internet pada era digital saat ini dapat dikatakan begitu praktis, mudah dan efisien di tengah padatnya rutinitas sehari-hari. Dalam sebuah pemasaran produk baik melalui *screen to face* maupun pemasaran secara *face to face* diperlukan adanya strategi komunikasi pemasaran. Adanya strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian promosi yang tidak efektif dan efisien (Jasri et al., 2022).

Ketatnya persaingan dunia bisnis sekarang ini didapati gejala perkembangan yang lebih pesat dalam penguasaan pangsa pasar dengan skala makro. Perusahaan makro maupun mikro saling berbondong-bondong guna mendapatkan tempat pemasaran sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. (Akbar et al., 2023).

Persaingan bisnis merupakan sebuah kompetisi antara para penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan bisnis ini sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam berbisnis pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis sistem tradisional maupun online (Suryadi et al., 2020).

Persaingan bisnis yang semakin tinggi menuntut setiap pelaku usaha melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Saat ini, internet sudah menjadi kebutuhan manusia dalam melakukan aktivitas termasuk dalam aktivitas bisnis. Sehingga pelaku usaha harus menguasai digital marketing sebagai salah satu pemasaran produk dan jasa yang paling efektif saat ini (Nurpratama & Anwar, 2020).

Target pasar yang berbasis komunitas menjadikan pemasaran menggunakan media sosial akan lebih efisien dibandingkan menggunakan saluran pemasaran lainnya (Komariah et al., 2022).

Digital marketing adalah penelitian pasar dan periklanan yang dilakukan melalui media digital online, seperti media sosial. Menurut Muskika dalam (Marantika, 2020), dunia media sosial melibatkan banyak orang di seluruh dunia, bukan hanya individu dan perangkat yang dapat terhubung. Purwana dalam (Suryana, 2024) menjelaskan bahwa pemasaran digital termasuk pemasaran yang terintegrasi dan interaktif yang memungkinkan pembeli, produsen, dan perantara pasar berinteraksi satu sama lain. Digital marketing melalui media online tidak hanya memudahkan dan memperluas peluang pemasaran, tetapi juga sangat membantu pengusaha karena memudahkan pelanggan dan pengusaha untuk memilih dan menerima informasi tentang produk pemasaran yang mereka butuhkan, sehingga lebih mudah bagi pelanggan untuk

memesan dan membeli produk tersebut. Internet memiliki banyak keuntungan bagi bisnis dan konsumen (Sifwah et al., 2024).

Penerapan Digital Marketing sebagai strategi marketing dan branding merupakan salah satu solusi pada proses marketing dan branding agar lebih optimal sehingga dapat mengembangkan potensi usaha dari UMKM tersebut (Rizaldi & Putranto, 2018).

Seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan berinovasi untuk kemajuan bisnisnya, menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan. Pelanggan akan mencari produk yang dapat memuaskan mereka, maka dari itu di butuhkan inovasi untuk menciptakan produk baru atau mengikuti tren zaman. Dengan begitu usahanya akan bertahan cukup lama.

Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi (Naimah et al, 2020).

Dalam konteks ini, perubahan paradigma pemasaran dari yang bersifat konvensional menjadi digital menjadi hal yang tak terhindarkan. Penerapan digital marketing tidak lagi hanya menjadi opsi, tetapi suatu kebutuhan bagi UMKM yang ingin tetap relevan dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami, menganalisis, dan mengeksplorasi bagaimana penerapan strategi digital marketing telah memengaruhi kinerja dan daya saing UMKM di pasar yang semakin terhubung secara digital. Berbagai teknik dan platform digital telah menjadi instrumen utama dalam menjangkau pasar, membangun merek, serta meningkatkan penjualan bagi UMKM. Penggunaan media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), iklan digital, dan strategi konten merupakan Sebagian kecil dari alat yang tersedia untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan. Namun demikian, tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital tidak dapat diabaikan. Keterbatasan sumber daya, pemahaman teknologi yang terbatas, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat merupakan beberapa hambatan yang perlu diatasi untuk memaksimalkan manfaat dari digital marketing (Sifwah et al., 2024).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pengrajin boneka yang bertempat di kampung Baru, Cikampek Kota yang di juluki dengan sebutan kampung boneka. UKM pengrajin boneka ini memproduksi boneka tidak menggunakan mesin melainkan masih menggunakan tenaga kerja manusia yang mengutamakan ketelitian dan kerapihan. Menghadapi perkembangan zaman ini, seharusnya UKM bisa semakin berkembang namun tidak semua UKM bisa bertahan. Untuk menyikapi hal tersebut di butuhkan mindset pengusaha, dimana mindset ini akan mempengaruhi perilaku dan sikap dalam mengelola usaha (Naibaho et al., 2021).

Dalam kegiatan KKN ini kami mencoba untuk mengamati dan mencari tahu apa yang menjadi penyebab lain dari kemerosotan usaha boneka ini. Dan hasilnya kami menemukan fakta bahwa produksi boneka yang ada mayoritas bersifat musiman dan memiliki kesamaan antara satu pelaku usaha dengan pengusaha lainnya. Oleh karena itu kami mencoba memberikan gambaran maupun gagasan baru untuk menjadi inovasi dalam membuat produk-produk yang mereka hasilkan agar tidak lekang oleh waktu dan trend yang ada agar keberlangsungan UMKM boneka ini dapat terus berjalan dan tentunya dapat berkembang pesat.

Seiring dengan apa yang kami lakukan saat ini yaitu bergelut dengan dunia pendidikan, kami memberikan gagasan agar membuat boneka yang dapat digunakan juga sebagai Alat Peraga Edukatif. Produk yang mengandung nilai pendidikan dan dapat membantu proses pembelajaran yaitu *“READING DOLL RAKESA”*, RAKESA sendiri diambil dari nama kampus Rakeyan Santang. Produk ini tidak mengikuti trend, bahkan bersifat edukatif dan sangat dibutuhkan oleh orang tua dan lembaga pendidikan untuk menunjang proses pembelajaran yang mereka lakukan pada anak. Produk ini sangat cocok digunakan sebagai media dalam proses pembelajaran, baik dari aspek Kognitif maupun Fisik Motoriknya. Harganya pun sangat terjangkau yakni setiap satu boneka hanya seharga 23.000 rupiah, dibuat dari bahan baku yang aman serta menggunakan aneka warna yang menarik bagi anak. Diharapkan dengan adanya *“READING DOLL RAKESA”* ini para pelaku usaha boneka di Desa Cikampek Utara dapat menggeliat dan mampu bangkit kembali dari keterpurukan yang terjadi. Terbukti pada hari pertama launching *“READING DOLL RAKESA”* langsung mendapat pesanan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

Tahapan awal

Pada tahapan ini menurut (Arifudin, 2020) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat. Tim PkM melakukan semua persiapan untuk pelaksanaan kegiatan, dimulai dari mencatat jumlah dan kesiapan peserta atau mitra yang akan mengikuti pelatihan. Selain itu pada tahap ini tim PkM mempersiapkan materi powerpoint tentang pelatihan upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif yang akan disampaikan mulai dari pengenalan, manfaat, cara membuat hingga cara menggunakannya. Secara rinci kegiatan-kegiatan yang dilakukan diantaranya:

1. Mengidentifikasi dan menyiapkan segala kebutuhan untuk pelaksanaan kegiatan, seperti menyiapkan alat dan bahan yang akan digunakan.
2. Partisipasi mitra dan menyediakan tempat pelatihan serta menginformasikan peserta agar hadir dalam pelaksanaan pengabdian ini.
3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian bertujuan untuk memberikan program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif.

Persiapan Kegiatan:

1. Mengajak peserta untuk mengikuti program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif.
2. Pengenalan mengenai manfaat keterampilan, teknik dasar, dan sarana prasarana yang digunakan.
3. Instruktur menunjukkan langkah-langkah program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif.
4. Peserta mempraktikkan sendiri program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif dengan bimbingan langsung dari instruktur.

5. Memberikan program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif.

#### Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini menurut (Paturochman, 2024) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Tahapan ini dilakukan penyampaian Materi baik itu cara membuat hingga cara menggunakannya. Tahapan penyampaian materi dilakukan dengan cara presentasi menggunakan powerpoint, setelah itu Tim PkM menjelaskan dan menunjukkan langkah-langkah program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif. Setelah itu dilakukan bimbingan latihan/praktek, dimana sebelum dimulainya kegiatan peserta (mitra) telah diberikan informasi terlebih dulu terkait rencana kegiatan dengan menjelaskan secara perlahan dan bertahap setiap langkahnya agar peserta kegiatan dapat memahami dan mengikuti dengan mudah. Kegiatan dilaksanakan pada hari Kamis 12, Desember 2024 di lapangan mitra PKM. Adapun proses program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif.

#### Tahap Evaluasi

Pada tahap ini menurut (Rusmana, 2020) bahwa merupakan tahapan dalam rangka menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan indikator ketercapaian kegiatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tahapan ini tim PkM melakukan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan dengan menyebarkan angket menggunakan kertas biasa yang terdiri dari beberapa pertanyaan berkaitan dengan perkembangan kemampuan dan respon peserta atau mitra sebagai peserta dalam program upaya membangkitkan kembali UMKM Desa Cikampek Utara melalui inovasi produk yang edukatif. Hasil evaluasi juga diperkuat dengan dilakukannya wawancara oleh Tim PkM kepada masing-masing peserta. Saat kegiatan pelatihan peserta tampak antusias dan bersemangat mengikuti kegiatan pelatihan ini. Evaluasi ini memberikan tentang efektifitas pelatihan dalam aspek pengetahuan, keterampilan dan dampak praktis bagi peserta.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan**

Dengan memadukan elemen edukatif dengan estetika yang menarik, desain reading doll secara signifikan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Sebagai hasil dari pengujian pasar, konsumen yang tertarik pada boneka multifungsi yang mendukung pembelajaran anak menunjukkan respons yang positif. Produk ini dianggap lebih berharga daripada boneka konvensional, menurut tanggapan dari survei konsumen dan diskusi fokus grup.

Data yang dikumpulkan dari penerapan boneka baca dalam lingkungan pendidikan menunjukkan peningkatan keterampilan literasi anak-anak. Evaluasi yang dilakukan melalui observasi langsung dan kuesioner kepada guru dan orang tua menunjukkan bahwa anak-anak yang menggunakan boneka baca lebih tertarik untuk membaca, memahami teks, dan memperoleh kosakata yang lebih banyak dibandingkan anak-anak yang tidak menggunakan alat tersebut.

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) di Desa Cikampek Utara melihat peningkatan volume penjualan dan ekspansi pasar sebagai hasil dari penerapan desain kreatif ini. Laporan penjualan menunjukkan peningkatan permintaan di pasar lokal dan internasional, dan pengrajin memiliki kesempatan untuk bekerja sama dengan distributor dan pengecer baru, yang secara langsung berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Anoraga dalam (Noviana, 2020) menjelaskan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut: a) Sistem cenderung lebih relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak memiliki kaidah administrasi pembukuan standar, b) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi, c) Modal terbatas, d) Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas, e) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka Panjang, f) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar yang sangat terbatas, serta g) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

Lebih lanjut Anoraga dalam (Sofyan, 2020) bahwa karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

Penggunaan *reading doll* menghadapi beberapa masalah, seperti kebutuhan akan pelatihan terus menerus untuk memastikan kualitas produksi yang konsisten dan masalah dalam mendapatkan bahan baku yang memenuhi standar. Beberapa pengrajin kesulitan memahami metode pembuatan yang baru dan mendapatkan bahan baku yang diperlukan untuk produksi.

Dalam kasus pengrajin boneka UMKM di Desa Cikampek Utara, desain boneka bacaan menunjukkan bagaimana inovasi desain dapat berdampak positif yang luas, baik dari sisi produk maupun ekonomi. Dengan memadukan elemen edukatif ke dalam desain boneka, produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar akan alat bantu belajar yang menarik, tetapi juga memperkuat posisi UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

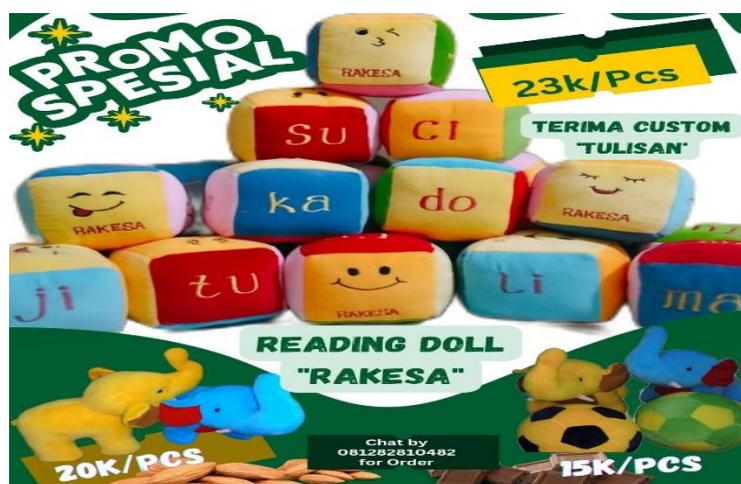
Komponen pendidikan dari boneka baca menunjukkan bahwa alat bantu interaktif dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan keterampilan literasi anak-anak. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan yang menggabungkan hiburan dengan pendidikan dapat memperbaiki cara anak-anak belajar membaca dan mengembangkan minat baca mereka. Teori pendidikan ini sejalan dengan gagasan bahwa pembelajaran yang melibatkan elemen interaktif dan menarik dapat meningkatkan keterampilan membaca anak-anak.

Di sisi ekonomi, inovasi desain ini telah mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Cikampek Utara. Peningkatan penjualan dan peluang kerja baru muncul sebagai hasil dari peningkatan nilai ekonomi ini. Ini juga menunjukkan potensi besar bagi UMKM untuk bersaing di pasar internasional, memperluas jangkauan produk mereka, dan meningkatkan daya saing mereka.

Namun, masalah yang muncul selama implementasi, seperti kebutuhan akan pelatihan dan pengadaan bahan baku, harus ditangani dengan strategi yang efektif.

Untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas produk, pelatihan teknis yang berkelanjutan bagi pengrajin dan pengembangan rantai pasokan bahan baku yang lebih efisien akan sangat penting. Dengan mengatasi masalah ini, inovasi dalam desain reading doll dapat mencapai puncaknya, memberikan keuntungan bagi pengrajin dan konsumen dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penggunaan desain boneka baca tidak hanya membantu UMKM dan anak-anak tetapi juga membantu pertumbuhan ekonomi dan sektor pendidikan. Studi ini menunjukkan bahwa inovasi yang tepat dapat berfungsi sebagai katalisator utama untuk kemajuan dan perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Ini memungkinkan masa depan yang lebih cerah dan produktif.



**Gambar 1.** Brosur Iklan Reading Doll Rakesa.



**Gambar 2:** Proses Pembuatan Reading Doll.



**Gambar 3:** Dokumentasi Kelompok KKN Bersama Pengrajin.

### **Monitoring dan Evaluasi**

Proses sistematis yang dimaksudkan untuk memantau implementasi desain reading doll untuk memastikan bahwa semua tahapan proyek dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tujuan dari pemantauan ini adalah untuk menemukan masalah segera, memastikan kualitas, dan memberikan umpan balik yang bermanfaat untuk perbaikan berkelanjutan. Berikut adalah langkah-langkah monitoring yang penting:

**Pengawasan Proses Produksi:** Pengawasan terus menerus setiap langkah proses pembuatan reading doll termasuk memantau penggunaan bahan baku, penerapan metode pembuatan, dan kontrol kualitas sepanjang proses. Semua produk diperiksa secara teratur untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas, dan setiap kesalahan dapat segera ditangani

**Pemantauan Kualitas dan Kepatuhan:** Serangkaian pemeriksaan dan pengujian sistematis digunakan untuk memastikan bahwa produk reading doll memenuhi spesifikasi desain, fungsi, dan keselamatan. Untuk memastikan bahwa boneka tidak hanya menarik, tetapi juga aman dan efektif sebagai alat bantu pendidikan, mereka diuji untuk ketahanan, keamanan bahan, dan fitur interaktifnya.

**Pengumpulan Data Penjualan dan Umum:** Data penjualan dikumpulkan secara sistematis untuk melacak tren pasar, volume penjualan, dan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan reading doll. Analisis data penjualan membantu memahami pola permintaan, mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran, dan mengetahui seberapa baik saluran distribusi berfungsi. Merencanakan stok barang dan memprediksi kebutuhan produksi juga didasarkan pada data ini.

**Umpan Balik Pengguna dan Konsumen:** Umpan balik dari orang tua, guru, dan anak-anak dikumpulkan melalui wawancara, survei kepuasan, dan diskusi kelompok fokus. Mekanisme ini dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi langsung tentang kepuasan pengguna, tingkat efektivitas produk, dan potensi area perbaikan. Respon ini memberikan informasi berharga yang dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran dan produk.

**Evaluasi Dampak Pendidikan:** Dalam pendidikan, monitoring dilakukan dengan memantau penerapan boneka baca di lingkungan belajar. Ini dilakukan melalui observasi kelas, wawancara dengan guru, dan penilaian keterampilan membaca anak-

anak. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif boneka baca meningkatkan keterampilan literasi anak-anak dan minat mereka dalam membaca. Hasil pengamatan ini membantu menilai kontribusi produk terhadap tujuan pendidikan.

### **Kendala yang Dihadapi**

Keterampilan teknik dan ketersediaan pelatihan yang memadai adalah masalah yang sering dihadapi oleh pengrajin di Desa Cikampek Utara. Mereka biasanya hanya dapat membuat boneka dengan teknik tradisional, yang mungkin tidak memasukkan inovasi terbaru dalam desain atau penggunaan bahan baku kontemporer.

Pengrajin sering menghadapi kesulitan untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi yang diperlukan untuk membuat boneka, seperti kain khusus, bahan pengisi, atau komponen elektronik untuk fitur interaktif. Keterbatasan dalam rantai pasokan lokal dapat menyebabkan biaya bahan baku yang tinggi dan ketidakstabilan pasokan.

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) di desa ini menghadapi tantangan besar dalam memasarkan dan menyebarkan produk boneka, termasuk boneka baca. Jika Anda ingin meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis Anda, ada kemungkinan bahwa Anda akan menghadapi kendala dalam promosi, branding, dan akses ke pasar yang lebih luas.

Kemampuan pengrajin untuk mengelola produksi dan distribusi produk secara efektif dapat dipengaruhi oleh keterbatasan infrastruktur, seperti fasilitas penyimpanan dan transportasi. Keterlambatan pengiriman dan masalah kualitas produk dapat disebabkan oleh masalah ini.

Pengrajin mungkin menghadapi kesulitan dalam memenuhi regulasi dan standar kualitas yang diperlukan untuk produk boneka, terutama yang berkaitan dengan kualitas dan keselamatan produk. Mematuhi standar ini memerlukan pemahaman yang mendalam dan seringkali biaya tambahan.

Pengrajin seringkali memiliki keterbatasan modal yang menghalangi mereka untuk berinvestasi dalam pengembangan produk baru, peralatan, atau teknologi. Keterbatasan modal ini dapat membatasi potensi pertumbuhan dan inovasi. Karena keterbatasan sumber daya dan waktu, penelitian dan pengembangan (R&D) mungkin kurang diperhatikan. Ini dapat menghambat pengrajin untuk berinovasi dan mengikuti tren pasar terbaru. Mempertahankan konsistensi dan kualitas produk dalam skala besar dapat menjadi tantangan. Variasi dalam kualitas produk dapat berdampak pada reputasi dan kepuasan pelanggan.

### **Solusi**

**Pelatihan dan Workshop:** Untuk meningkatkan keterampilan pembuatan boneka dan memperkenalkan teknik baru, lakukan pelatihan dan workshop teknis yang difasilitasi oleh ahli industri atau lembaga pelatihan. **Keterlibatan Konsultan:** Mengundang konsultan desain produk untuk memberikan instruksi dan pelatihan dalam pembuatan boneka baca yang memiliki fitur edukatif.

**Membangun Jaringan Pemasok:** Cari dan berkolaborasi dengan pemasok bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang wajar, baik lokal maupun luar daerah. **Pengadaan Bahan Alternatif:** Menemukan dan menggunakan bahan baku alternatif yang mungkin lebih murah atau mudah diakses.

**Strategi Pemasaran Digital:** Mempromosikan produk dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, website, dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. **Kemitraan dengan Pengecer:** Membangun hubungan dengan pengecer lokal dan regional akan membantu Anda memasarkan barang Anda ke pasar yang lebih luas.

**Perbaikan Infrastruktur Lokal:** Menemukan dan memperbaiki kekurangan infrastruktur untuk meningkatkan fasilitas penyimpanan dan transportasi dengan dukungan dari lembaga swasta atau pemerintah lokal. **Solusi Logistik:** Membangun

rencana logistik yang efektif yang bekerja sama dengan penyedia layanan logistik untuk memastikan distribusi barang yang aman dan tepat waktu.

Edukasi tentang Regulasi: Memberikan informasi dan pelatihan tentang regulasi dan standar produk untuk membantu pengrajin mematuhi persyaratan yang berlaku. Konsultasi dengan Ahli: Bekerja sama dengan ahli industri untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar kualitas dan keselamatan yang diperlukan.

Program Pendanaan dan Hibah: Mencari pendanaan tambahan melalui hibah, pinjaman mikro, atau investasi dari lembaga keuangan dan investor yang tertarik dengan pengembangan UMKM. Perencanaan Keuangan: Membuat rencana keuangan yang matang untuk mengelola sumber daya dengan lebih baik dan mengatur dana untuk prioritas utama.

Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan: Bekerja sama dengan sekolah atau lembaga penelitian untuk melakukan penelitian dan pengembangan (R&D), termasuk pengujian produk dan pengembangan desain. Inisiatif Inovasi: Menciptakan inisiatif di dalam organisasi untuk meneliti konsep baru dan meningkatkan produk yang sudah ada.

Standar Operasional: Menciptakan dan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) untuk memastikan bahwa produk memiliki kualitas yang baik dan konsisten di setiap tahap produksi. Kontrol Kualitas: Menetapkan prosedur kontrol kualitas yang ketat dan melakukan inspeksi rutin untuk memastikan standar produk.

UMKM pengrajin boneka dapat mengatasi berbagai macam tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada dalam penerapan digital marketing dan inovasi untuk pemulihan dan pertumbuhan setelah pandemi dengan menerapkan solusi ini secara sistematis.

Fokuskan anggaran pada strategi pemasaran digital yang hemat biaya, seperti pemasaran melalui media sosial, konten blog, dan email marketing. Pilih platform yang menawarkan fitur gratis atau murah, dan kemudian gunakan alat pemasaran digital murah seperti *Google My Business* untuk meningkatkan visibilitas lokal, desain grafis Canva, dll.

Ikuti kelas online, seminar, atau webinar yang tersedia dari berbagai lembaga pendidikan atau platform e-learning, dan bekerja sama dengan mahasiswa yang berpengalaman dalam bidang tersebut. Bekerja sama ini dapat membantu mendapatkan bimbingan langsung tanpa mengeluarkan banyak biaya.

Cari program atau subsidi dari pemerintah, lembaga non profit, atau organisasi bisnis lokal yang membantu UMKM dengan teknologi. Prioritaskan investasi dalam pembaruan teknologi seperti perangkat yang lebih baik atau konektivitas internet yang lebih baik.

Lakukan reset pasar secara berkala untuk mengetahui bagaimana preferensi dan kebutuhan pelanggan berubah. Analisis tren terbaru dan sesuaikan strategi produk atau layanan dengan pasar saat ini.

Relawan atau anggota tim yang tertarik dengan pemasaran digital harus dilibatkan untuk membantu mengelola akun media sosial dan berinteraksi dengan pelanggan. Untuk memudahkan adaptasi, mulai menggunakan teknologi secara bertahap. Mulailah dengan hal-hal kecil dan beri waktu untuk dilatih dan disesuaikan.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Setelah pandemi, inovasi desain "Reading Doll RAKESA" telah terbukti menjadi pendekatan yang efektif untuk mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM) pembuatan boneka di Desa Cikampek Utara. Selain meningkatkan minat baca anak-anak, desain yang menarik dan mendidik ini juga membantu pertumbuhan ekonomi pengrajin lokal. Selama periode implementasi, penjualan meningkat pesat, menunjukkan bahwa produk ini mampu menarik perhatian pasar. Identitas budaya lokal

juga diperkuat oleh keterlibatan komunitas yang aktif dalam proses produksi dan pemasaran, yang menghasilkan rasa memiliki yang lebih dalam terhadap produk yang dibuat.

Disarankan agar pengrajin mampu inovatif, meningkatkan kreatifitas pada produk yang dihasilkan serta mengikuti pelatihan berkelanjutan dalam pemasaran digital dan inovasi produk untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut dari proyek ini. Untuk menjangkau audiens yang lebih besar, platform media sosial dapat digunakan dengan lebih baik. Selain itu, kolaborasi dengan sekolah dan lembaga pendidikan di sekitar desa dapat diperluas untuk memaksimalkan penggunaan "*Reading Doll*" sebagai alat bantu dalam pembelajaran. Untuk mempertahankan daya saing dan menarik minat pelanggan yang lebih beragam, sangat penting untuk mengembangkan variasi produk yang sesuai dengan tren pasar dan memenuhi kebutuhan pasar. Diharapkan UMKM pengrajin boneka di Desa Cikampek Utara dapat terus berkembang dan beradaptasi untuk menghadapi tantangan di masa depan melalui tindakan ini.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada pengabdian sehingga mampu menyelesaikan Jurnal ini. Akan tetapi sesungguhnya peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan Jurnal ini tidak dapat berjalan dengan baik. Hingga selesainya penulisan ini telah banyak menerima bantuan waktu, tenaga dan pikiran dari banyak pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini perkenankanlah pengabdian menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hendar SE.,S.AP.,MH.,MM Ketua STIT Rakeyan Santang yang telah mendanai kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik.
2. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) STIT Rakeyan Santang yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik.
3. Ibu Diah Widiawati S.s, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Lapangan Desa Cikampek Utara yang telah memandu kami dalam proses pelaksanaan KKN.
4. Bapak Didin Samsudin selaku Kepala Desa beserta jajarannya dan seluruh Masyarakat Desa Cikampek Utara yang telah memberikan ijin serta support sehingga kami dapat melaksanakan pengabdian ini dengan maksimal.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Akbar, A., Ramadanti, A., Hidayaty, D. E., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2023). *Motivasi Kinerja Karyawan dan Pelanggan di Toko Boneka Zachryan Toys*. 1(5), 622–629.
- Arfan et al. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM: Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Arianto. (2020). Pengembangan UMKM Digital di masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322.

- Fatimah, F. N., Afifah, H. U. N., Auliani, R., & Larasati, S. A. (2023). Alat Permainan Edukatif Sebagai Sumber Dan Media Pembelajaran Anak Usia Dini. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 7(1), 44–56. <https://doi.org/10.19109/ra.v7i1.15436>
- Iskandar, I. (2025). Improving Village Entrepreneurship Through The Role Of The Mudharabah Agreement. *International Journal Of Science Education and Technology Management (IJSETM)*, 4(1), 23–39.
- Kartika, I. (2020). Peran Guru Dalam Proses Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Al-Amar*, 1(1), 31–39.
- Kartika, I. (2021). Upaya Mewujudkan Karakter Peserta Didik Pada Pembudayaan Kehidupan Beragama (Religious Culture) Di Sekolah. *Jurnal Al-Amar*, 2(2), 221–232.
- Kartika, I. (2022). Manajemen Kurikulum Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pembelajaran Pada Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Al-Amar*, 3(1), 81–94.
- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Marantika, N. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Naibaho, A. B., Anggraini, D., & Wardijono, B. A. (2021). Pendahuluan Metode Penelitian Metode. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 21(4), 319–330.
- Naimah et al. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Noviana, A. (2020). Effect of accountability, transparency of management amil zakat institutions and poverty alleviation of Muzakki trust. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 199–208. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201022>
- Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*, 6(2), 87–102.
- Paturochman, I. R. (2024). Pluralism And Multiculturalizm Education. *International Journal Of Society Reviews*, 2(3), 564–573.
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding*.
- Rusmana, F. D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Dengan Kinerja Karyawan BRI Syariah Subang. *Jurnal Makro Manajemen*, 5(2), 157–163.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Suryadi, L., Informasi, F. T., & Luhur, U. B. (2020). Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Umkm Dengan Otomatisasi Proses Bisnis Penjualan Berbasis E-

Commerce Efforts To Improve Msme Sales Omset By Automating the E-Commerce-Based Sales Business Process. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(2), 35–45.

Suryana, A. (2024). Dampak Penyaluran Zakat Produktif Dalam Bentuk Beasiswa Terhadap Mustahik Pada Lembaga Rumah Zakat. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6), 6813–6822.

Ulimaz, A. (2024). Analisis Dampak Kolaborasi Pemanfaatan Artificial Intelligences (AI) Dan Kecerdasan Manusia Terhadap Dunia Pendidikan Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9312–9319.

Zaelani, I. (2025). The Role And Implementation Of Zakat In The Development Of The Real Sector. *International Journal Of Science Education and Technology Management (IJSETM)*, 4(1), 15–22.