

Upaya Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Pembuatan Donat Kentang Di Lingkungan V Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai

Efforts to Develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) by Making Potato Donuts in Environment V, Tanah Seribu Village, Binjai City

Sri Hari Yanti¹, Septi Ardianti², Reni Purnama Sari³,
Rindi Fatmawati⁴, Ella Andhany⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: srihari0305213040@uinsu.ac.id

Article History:

Received: 31 Januari 2024

Revised: 20 Februari 2024

Accepted: 06 Maret 2024

Keywords: Business Development, MSMEs, Marketing

Abstract: This study aims to analyze efforts to develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) by making potato donuts in Neighborhood V, Tanah Seribu village, Binjai City. This research focuses on developing and increasing sales of Potato Donut products made by local mothers. Efforts to develop and increase sales are an important aspect in the development of the Potato Donut business. An effective marketing strategy will play a role in influencing consumer interest in buying Potato Donut products. Therefore, a good marketing strategy analysis is needed to increase the number of donut product sales. This type of research is qualitative research. It is research that tries to describe and interpret something. The data sources used in this research are primary data, secondary data. The data analysis technique in this study uses an interactive analysis model. With the potato donut business, the community can have an alternative source of income that can help improve the family's economic condition.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Upaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai. Penelitian ini memiliki fokus pada pengembangan dan peningkatan penjualan produk Donat Kentang yang dilakukan ibu-ibu setempat Upaya pengembangan dan peningkatan penjualan menjadi aspek penting dalam perkembangan usaha Donat Kentang. Strategi pemasaran yang efektif akan berperan dalam mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Donat Kentang. Oleh karena itu, analisis strategi pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk donat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data sekunder. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model analisis interaktif. Dengan adanya usaha donat kentang, masyarakat dapat memiliki alternatif sumber pendapatan yang dapat membantu memperbaiki kondisi ekonomi keluarga.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, UMKM, Pemasaran

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara keseluruhan sangat signifikan dalam ekonomi suatu negara atau daerah. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian sebagai penopang utama industri nasional, menciptakan lapangan kerja, berkontribusi terhadap

* Sri Hari Yanti, srihari0305213040@uinsu.ac.id

pendapatan dari ekspor, dan turut membayar pajak.(Rahmana, 2019)¹. UMKM merupakan kelompok usaha terbesar di Indonesia yang cenderung memiliki pendapatan rendah, beroperasi dalam sektor informal, dan sebagian besar tergolong dalam keluarga miskin (Sudaryanto, 2015). Di Indonesia, UMKM telah tetap bertahan dan berkembang di tengah krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2019. Bahkan, UMKM telah menjadi penopang penting dalam pemulihan ekonomi nasional karena kontribusinya yang signifikan terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja (Karsidi, 2017).

Dalam kebanyakan kasus, sebagian besar pelaku usaha mikro masih mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, dan aspek-aspek lainnya. Karakteristik unik yang dimiliki usaha mikro seringkali tidak optimal dalam konteks persaingan pasar. Pemberdayaan usaha mikro perlu diangkat sebagai sebuah strategi terpisah, melalui pengembangan lembaga-lembaga usaha mikro, pembentukan lembaga keuangan mikro, serta memperkuat pengembangan industri di wilayah pedesaan.

Sebagai penggerak utama dalam perekonomian nasional, sektor UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam struktur ekonomi Indonesia. Kontribusi yang signifikan dari UMKM dalam PDB menunjukkan bahwa lebih dari separuh kegiatan ekonomi Indonesia bergantung pada sektor ini. Selain berfungsi sebagai platform untuk menciptakan dan menyerap lapangan kerja, UMKM juga berperan sebagai penopang dan penyedia keamanan ekonomi bagi masyarakat dengan pendapatan rendah. Hal ini dikarenakan sektor UMKM langsung berinteraksi dengan kebutuhan dasar masyarakat (Ayuni, dkk. 2021).

Kesuksesan proses produksi sangat bergantung pada sistem produksi yang telah direncanakan sebelum perusahaan melaksanakan produksi. Selain itu, pengendalian proses produksi yang efektif sangat penting untuk mengawasi semua elemen kunci dalam perusahaan. Melalui proses produksi, dapat dihasilkan barang sesuai dengan keinginan kita atau konsumen. Dalam proses produksi, prinsip kesejahteraan ekonomi harus senantiasa diperhatikan, dan dalam sistem kapitalis, serius untuk memproduksi barang dan jasa yang berlandaskan pada prinsip kesejahteraan ekonomi.

Kegiatan produksi memiliki peran yang penting dalam menciptakan dan meningkatkan kualitas suatu barang dan jasa. Kualitas produk menjadi fokus utama bagi perusahaan dalam proses penciptaan produk. Keberadaan produk berkualitas menjadi faktor utama bagi konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan perusahaan. Perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi kebutuhan

1

konsumen. Dengan memiliki produk berkualitas, perusahaan dapat bersaing dengan pesaingnya dalam merebut pangsa pasar.

Menurut penelitian oleh Titik Wijayanti (2017), bauran pemasaran merupakan serangkaian faktor-faktor pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan pasar yang dituju. Salah satu strategi yang populer adalah menggunakan bauran pemasaran 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat). Pendekatan ini dirancang untuk memberikan keuntungan maksimal bagi penjual sekaligus menciptakan nilai kepuasan bagi konsumen. Dengan menggunakan bauran pemasaran, perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan berhasil memasarkan produk serta jasa yang memberikan kepuasan kepada konsumen.

Makanan yang sering dijumpai dan mudah dikenali dengan bentuknya yang bulat berlubang di tengah, menyerupai cincin. Donat umumnya terbuat dari campuran tepung terigu, gula, garam, mentega, telur, air, dan baking soda. Adonan donat dapat mengembang karena aktivitas baking soda dan sifat elastis-ekstensibel dari gluten yang terbentuk dari protein gliadin dan glutenin dalam tepung terigu. Kandungan protein tinggi dalam tepung terigu berperan dalam pembentukan gluten, memberikan sifat elastis dan ekstensibel pada produk pangan yang dihasilkan. Bahan-bahan untuk membuat donat meliputi campuran tepung terigu, gula, garam, mentega, telur, air, dan baking soda. Adonan ini akan mengembang karena aktivitas baking soda dan sifat elastis-ekstensibel dari gluten yang terbentuk. Gluten ini terbentuk dari protein gliadin dan glutenin yang terkandung dalam tepung terigu. Tepung terigu sendiri adalah hasil penggilingan endosperm gandum yang mengandung cukup tinggi protein. Protein dalam tepung terigu seperti gliadin dan glutenin berperan dalam pembentukan gluten yang memberikan sifat elastis-ekstensibel pada produk pangan seperti donat.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang sedang berkembang adalah usaha pembuatan donat kentang. Donat kentang merupakan produk olahan yang memiliki potensi pasar yang cukup besar karena memiliki cita rasa yang unik dan inovatif.

Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai, merupakan salah satu lingkungan yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha donat kentang. Dengan berbagai keunggulan dan potensi sumber daya lokal, seperti ketersediaan kentang dan kebutuhan akan produk makanan yang inovatif, pengembangan usaha donat kentang di Lingkungan V dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan perekonomian lokal.

Melalui pengembangan usaha donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu,

diharapkan dapat memberikan peluang usaha baru bagi masyarakat setempat, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Selain itu, dengan memanfaatkan potensi lokal, seperti kentang sebagai bahan baku utama, diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi produk lokal dan mendukung pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pengembangan usaha donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai, serta merancang strategi pengembangan usaha donat kentang sebagai upaya untuk mendukung pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan UMKM dan perekonomian lokal di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengkaji produk dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah Usaha Donat Kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai yang mana untuk proses pembuatan donat ini dilakukan oleh para ibu-ibu yang berda di lingkungan tersebut. Berdasarkan pemaparan di atas penelitian tertarik mengangkat judul Upaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai.

perubahan sosial yang diharapkan atau tujuan pengabdian masyarakat yang didukung dengan data-data kualitatif maupun kuantitatif, serta didukung dengan *literature review* yang relevan. Referensi menggunakan *Turabian Style*.² (Times New Roman, size 12, Spacing: before 0 pt; after 0 pt, Line spacing: 1)

METODE

Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan situasi tertentu. Sugiyono menyatakan bahwa penelitian ini menggunakan metode Studi Kasus. Dalam proses penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan pencatatan mengenai manajemen bisnis donat kentang di Lingkungan V Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari empat langkah, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan

verifikasi/penyimpulan data (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN DISKUSI

1. Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Lingkungan V Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada donat kentang di Lingkungan V, Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai. Penelitian ini memiliki fokus pada pengembangan dan peningkatan penjualan produk Donat Kentang yang dilakukan ibu-ibu setempat. Upaya pengembangan dan peningkatan penjualan menjadi aspek penting dalam perkembangan usaha Donat Kentang. Strategi pemasaran yang efektif akan berperan dalam mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Donat Kentang. Oleh karena itu, analisis strategi pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk donat. Faktor-faktor seperti segmentasi pasar, *targeting* konsumen, *positioning*, promosi produk, dan distribusi produk akan dieksplorasi secara mendalam. Pembuat donat dan pelanggan yang telah mengalami produk Donat Kentang diwawancarai untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Melalui upaya pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai telah berhasil menciptakan peluang baru bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan ekonomi lokal. Usaha ini dikembangkan untuk memanfaatkan potensi kentang yang melimpah di daerah tersebut dan menciptakan produk yang unik dan menarik bagi konsumen.

Pelaku UMKM juga melakukan kerja sama dengan petani kentang lokal untuk memastikan pasokan kentang yang berkualitas dan berkelanjutan. Proses produksi donat kentang dilakukan dengan memperhatikan standar kebersihan dan kualitas, serta menciptakan inovasi dalam rasa dan tampilan produk agar memiliki daya tarik yang tinggi. Hasil dari upaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai dapat berupa peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan adanya usaha donat kentang, masyarakat dapat memiliki alternatif sumber pendapatan yang dapat membantu memperbaiki kondisi ekonomi keluarga.

Strategi pemasaran yang efektif juga sangat penting untuk mempromosikan produk donat kentang kepada masyarakat. Hal ini bisa meliputi promosi melalui media sosial, kerjasama

dengan warung atau toko lokal, atau mengadakan acara promosi di lingkungan sekitar. Perhitungan biaya produksi akan membantu dalam menentukan harga jual yang sesuai agar usaha donat kentang tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang memadai. Rencana pengembangan usaha juga penting untuk memastikan kelangsungan usaha dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan dari upaya mengembangkan UMKM dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai dapat mencakup aspek ekonomi, pemasaran, dan rencana pengembangan usaha yang komprehensif. Pengembangan UMKM dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dalam proses pengembangannya, beberapa faktor penting perlu diperhatikan adalah:

- a. Analisis dan studi kelayakan sangat penting untuk memahami pasar potensial, daya saing, dan peluang yang ada. Dengan melakukan analisis ini, pelaku UMKM dapat merencanakan bisnis dengan lebih baik dan menghindari resiko yang tidak perlu.
- b. Perencanaan operasional dan strategi pemasaran yang efektif merupakan langkah penting dalam mempromosikan dan memasarkan produk donat kentang. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu menjangkau target konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.
- c. Kerja sama dengan petani kentang lokal dapat menciptakan rantai pasok yang berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan UMKM. Dengan bekerja sama dengan petani lokal, pelaku usaha dapat menjaga kualitas dan ketersediaan pasokan kentang yang berkualitas.
- d. Inovasi dalam rasa dan tampilan produk donat kentang penting untuk meningkatkan daya tarik produk dan membedakan dari pesaing. Dengan menciptakan variasi rasa dan inovasi dalam tampilan produk, pelaku UMKM dapat menarik perhatian konsumen dan membangun loyalitas merek.

Melalui upaya pengembangan UMKM dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan komunitas setempat. Selain itu, program ini juga dapat menjadi contoh inspiratif bagi pengembangan UMKM di daerah lain dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada.

2. Proses Pembuatan Donat Kentang Di Lingkungan V Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai

Proses produksi donat kentang dan bahan bakunya dapat menjadi poin penting dalam mengembangkan UMKM di Lingkungan V, Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai. Dalam mengembangkan proses produksi, penting untuk memastikan terciptanya standar yang konsisten dan juga kualitas produk yang baik. Untuk produksi donat kentang, ada beberapa tahapan utama yang perlu diperhatikan:

- a. Persiapan bahan baku: Pengadaan tepung terigu, kentang, gula, mentega, telur, air, dan bahan lain yang diperlukan.
- b. Pengolahan kentang: Kentang perlu diolah sedemikian rupa sehingga dapat diintegrasikan ke dalam adonan donat dengan baik. Proses ini termasuk perebusan, penghalusan, dan pencampuran dalam adonan.
- c. Pembuatan adonan: Campuran bahan-bahan utama seperti tepung terigu, gula, mentega, telur, air, dan kentang kemudian diolah hingga menjadi adonan yang siap diolah lebih lanjut.
- d. Pembentukan dan fermentasi: Adonan donat dibentuk dalam bentuk bulat lalu diolah sesuai prosedur fermentasi yang tepat.
- e. Penggorengan: Donat kemudian digoreng hingga matang.
- f. Penyajian dan penyimpanan: Setelah proses penggorengan, donat disajikan dan disiapkan untuk distribusi atau penjualan. Selain itu, perlu juga memikirkan tentang penyimpanan yang tepat agar produk tetap segar.

Dalam konteks bahan baku, pengadaan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan sangat penting. Hal ini melibatkan kerjasama dengan para petani lokal untuk memastikan pasokan yang konsisten dan mendukung perekonomian lokal. Dalam mengelola UMKM, memahami proses produksi secara holistik, mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyebaran produk, adalah kunci penting dalam memastikan kesuksesan usaha. Ayo kita jelajahi lebih lanjut bagaimana proses ini dapat dikelola dan dioptimalkan untuk mendukung perkembangan UMKM di Lingkungan V, Kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai

KESIMPULAN

Hasil dari upaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai dapat berupa peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan adanya usaha donat

kentang, masyarakat dapat memiliki alternatif sumber pendapatan yang dapat membantu memperbaiki kondisi ekonomi keluarga. Dengan demikian, hasil dan pembahasan dari upaya mengembangkan UMKM dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai dapat mencakup aspek ekonomi, pemasaran, dan rencana pengembangan usaha yang komprehensif. Pengembangan UMKM dengan pembuatan donat kentang di Lingkungan V kelurahan Tanah Seribu, Kota Binjai memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS (Times New Roman, size 12)

Terima kasih kepada Lingkungan V kota Binjai yang sudah menerima dan menyambut baik kami mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medal dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat, ucapan terima kasih kepada bapak kepala Kapling V dan ibu-ibu setempat, serta kami ucapkan juga kepada Dosen Pembimbing yaitu Ibu Ella Andhany, M.Pd dan kepada teman sekelompok Yanti, Reni, Septi, dan Rindi yang ikut serta dalam membantu proses kegiatan Pengabdian Masyarakat selama 7 Hari berlangsung di Lingkungan V kota Binjai.

DAFTAR REFERENSI

- Ahyari, Agus. 2017. Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi, Edisi Keempat. BPFE UGM: Yogyakarta.
- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital Di Kota Medan. *VISA: Journal Of Visions And Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/DOI: 47467/visa.v1i2.834>
- Badudu J.S dan Zain, Sutan Mohammad. 2017. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Pustaka Sinar Harapan: Jakarta.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Cakici, A. C., & Tekeli, S. (2022). The mediating effect of consumers ' price level perception and emotions towards supermarkets. *European Journal of Management and Business Economics*, 31(1), 57–76. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2020-0344>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*, IX(1), 104–112.
- Daulay, N., Ramadhani, S., & Aslami, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk

Meningkatkan Volume Penjualan Bumbu UD. Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara Dalam Kajian Ekonomi Islam. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(1), 576–583.

Efendi, Suryono. 2019. *Manajemen Operasional*. LPU-UNAS: Jakarta.

Fahmi, Irham. 2016. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Alfabeta: Bandung.

Gaspersz, Vincent. 2015. *Production Planning And Inventory Control*. PT Gramedia Pustaka Umum: Jakarta.

Hamdani. 2020. *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. Uwais Inspirasi Indonesia: Sidoarjo.

Harahap, R. D., Harahap, M. I., & Syari, M. E. (2019). Analisis Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dengan Belanja Daerah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2).

Hartono. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 177.

Rahmani., N. A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Rahmadi Percetakan.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alvabeta CV.

di Desa Sukamanah dan Desa Cihaurkuning, Kecamatan Malangbong Kabupaten Garut.” *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* 2, no. 2 (November 2013): 78–84.

Hanafi, Mohammad, Nabiela Naili, Nadhir Salahudin, and A. Kemal Riza. *Community-Based Research Sebuah Pengantar*. 1st ed. Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.

Mardela, Aira Putri, Khomapak Maneewat, and Hathairat Sangchan. “Breast cancer awareness among Indonesian women at moderate-to-high risk.” *Nursing and Health Sciences* 19 (2017): 301–306.

Muhid, A., Sumarkan, Rakhmawati, Fahmi, L. "Perubahan Perilaku Open Defecation Free (ODF) melalui Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) di Desa Babad Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro". *Engagement : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 1 (Maret 2018), 99–119.

Scarinci, Isabel C., Francisco A.R. Garcia, Erin Kobetz, Edward E. Partridge, Heather M. Brandt, Maria C. Bell, Mark Dignan, Grace X. Ma, Jane L. Daye, and Philip E. Castle. “Cervical Cancer Prevention: New Tools and Old Barriers.” *Cancer* (2010): NA-NA.

Schiffman, Mark, Philip E. Castle, Jose Jeronimo, Ana C. Rodriguez, and Sholom Wacholder. “Human Papillomavirus and Cervical Cancer.” *The Lancet* 370, no. 9590 (2007): 890–907.

Sulistiowati, Eva, and Anna Maria Sirait. “Pengetahuan Tentang Faktor Risiko, Perilaku Dan Deteksi Dini Kanker Serviks Dengan Inspeksi Visual Asam Asetat (Iva) Pada Wanita Di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor.” *Buletin Penelitian Kesehatan* 42, no. 3 (September 2014): 10.

Tim Riset Penyakit Tidak Menular. *Laporan Riset Penyakit Tidak Menular Tumor Payudara dan Lesi Prakanker Serviks*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, December 2016.

Wantini, Nonik Ayu. “Efek Promosi Kesehatan Terhadap Pengetahuan Kanker Payudara Pada Wanita Di Dusun Terongan, Desa Kebonrejo, Kalibaru, Banyuwangi, Jawa Timur.” *Jurnal Medika Respati* 13 (2018): 8.

Yunitasari, Esti, Retnayu Pradanie, and Ayu Susilawati. "Pernikahan Dini Berbasis Transtuktural Nursing Di Desa Kara Kecamatan Torjun Sampang Madura." *Jurnal Ners* 11, no. 2 (2016): 6.