



**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA BERBASIS NILAI-NILAI TAUHID DI DESA
KARANG TENGAH DAN DESA CIJAYANTI KECAMATAN
BABAKAN MADANG KABUPATEN BOGOR
(Studi Pada Ukm Snack Polubi dan Bumdes Cipta mandiri)**

Oleh

Ismartaya¹⁾, Ahmad Ripai²⁾, Dicky Muhammad³⁾, Erby Nugraha⁴⁾, Faizal Naufalnadhir⁵⁾, Ilhamy Satriawan⁶⁾, Mohammad Rizky Fadly⁷⁾, Nada Fauziah Salsabillah⁸⁾ & Nurul izzah⁹⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda. Bogor

Email: Ismartaya@unida.ac.id

Article History:

Received: 14-10-2020

Revised: 14-11-2020

Accepted: 25-12-2021

Keywords: *Entrepreneur Characteristics, Personal and Social Ability, Business Success,*

Abstract:

This research has been done at fvillage of central karang tengah and cijayanti village. It aims to: (a) identify industrial profile; (b) identify entrepreneur characteristics; (c) measure the level of business success; (d) test and analyze entrepreneur's characteristic influence (Personal Ability and Social Ability) to the level of business success; and (e) find variable which has dominant effect on business success. Research was done by using survey design. Primary data are obtained through questionnaires methods, observation and interview. Secondary data are obtained by using documentation method. Census method is used as sampling method with consideration of population amount is small. This research conclude that: (a) Level of business success is considerably good as shown on stable sale trend and improvement; (b) Independent variables which consist of Personal ability and Social Ability simultaneously have significant effect on business success; (c) Social ability variable have significant effect on level of business success. While Personal Ability variable doesn't has significant effect on level of business success. Social ability has dominant influence to level of business success.

PENDAHULUAN

Menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian dirinya, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara. Dasar inilah yang digunakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam



perwujudannya. Industri mikro dan kecil telah membuktikan bahwa mereka merupakan industri yang tangguh dan mampu bertahan melewati kondisi-kondisi sulit, yaitu krisis ekonomi. Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001) menyebutkan bahwa keunggulan usaha kecil dibanding usaha besar adalah fleksibilitas, kecerdikan dan ketangkasan yang dimiliki oleh usaha kecil.

(KKN) adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral pada waktu dan daerah tertentu di Indonesia. Pelaksanaan kegiatan KKN biasanya berlangsung antara satu sampai dua bulan dan bertempat di daerah setingkat desa. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi di Indonesia telah mewajibkan setiap perguruan tinggi untuk melaksanakan KKN sebagai kegiatan intrakurikuler yang memadukan tri dharma perguruan tinggi yaitu: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat

Melalui kegiatan KKN, mahasiswa diharapkan mampu untuk mengenal lingkungan masyarakat secara langsung dengan segala permasalahan yang terjadi. Dengan ditemukannya permasalahan, mahasiswa akan berpikir dan berusaha untuk mencari solusi atas permasalahan tersebut. Melalui kegiatan ini pula, diharapkan dapat menjadi jembatan bagi mahasiswa menuju ke dunia kerja yang cakupannya lebih luas daripada dunia perkuliahan. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka kegiatan KKN dianggap penting dan harus diselenggarakan

Karakteristik Usaha Kecil

Berbagai batasan tentang usaha kecil telah disusun oleh banyak pihak, namun belum ada batasan dan kriteria yang baku mengenai usaha kecil dan menengah. Hunger dan Wheelen (2003) berpendapat bahwa usaha kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktek-praktek inovatif. Tapi usaha yang bersifat kewirusahaan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikkan dengan praktek-praktek inovasi strategis.

Kriteria suatu usaha diklasifikasikan sebagai usaha kecil di Indonesia cukup beragam. Sebelum dikeluarkannya UU No. 9 tahun 1995, setidaknya terdapat beberapa instansi pemerintah yang merumuskan usaha kecil dengan cara yang berbeda. Instansi tersebut antara lain adalah Biro Pusat Statistik (BPS), Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Bank Indonesia, serta Kamar Dagang dan Industri (Kadin). Pada instansi-instansi tersebut, kecuali BPS, usaha kecil pada umumnya dirumuskan dengan menggunakan pendekatan finansial. Sedangkan BPS menggunakan indikator jumlah tenaga kerja sebagai ukuran.

Pengertian usaha kecil sebagaimana dirumuskan oleh Undang-Undang No. 9 tahun 1995 pasal 1 (1), yaitu Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Dalam pasal 5 (1) disebutkan kriteria usaha kecil sebagai berikut: (a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau (b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah); (c) milik Warga Negara Indonesia; (d) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; dan (e) berbentuk usaha orang



perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Ukuran-ukuran selalu mengalami perubahan dari waktu-waktu disebabkan oleh banyak faktor yang menyebabkan ukuran saat ini telah dianggap tidak relevan lagi, misalnya berubahnya nilai waktu uang.

Kriteria umum UKM antara lain adalah investasi modal yang relatif kecil, dengan keterampilan yang dimiliki bersifat turun temurun serta dengan penggunaan teknologi yang masih sederhana, struktur organisasinya sederhana, tanpa staf yang berlebihan, pembagian kerja yang “kendur”, memiliki hirarki manajerial yang pendek, aktivitas sedikit yang formal dan proses perencanaan yang relatif sedikit, kurang membedakan asset pribadi dan asset perusahaan.

Menurut Sule dan Mulyana (2006) ciri-ciri usaha kecil adalah manajemen berdiri sendiri, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil, daerah operasinya local, ukuran dalam keseluruhan relatif kecil.

Perbedaan usaha kecil dengan perusahaan besar ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Perbedaan Usaha Kecil Dengan Perusahaan Besar

Usaha Kecil	Perusahaan Besar
<ul style="list-style-type: none">- Umumnya dikelola pemilik- Struktur organisasi sederhana- Pemilik mengenal karyawan- Prosentase kegagalan perusahaan tinggi- Kekurangan manajer yang ahli- Modal jangka panjang sulit diperoleh	<ul style="list-style-type: none">- Dikelola bukan oleh pemilik- Struktur organisasi kompleks- Pemilik mengenal sedikit karyawan- Prosentasi kegagalan rendah- Banyak ahli manajemen- Modal jangka panjang relative mudah diperoleh

Sumber: Sule dan Mulyana (2006)

Sule dan Mulyana (2006) juga menyebutkan bahwa kekurangan perusahaan kecil antara lain adalah relatif lemah dalam spesialisasi, modal dalam pengembangan terbatas, dan karyawan relatif sulit untuk mendapat yang cukup. Sedangkan kelebihan adalah kebebasan untuk bertindak, menyesuaikan kepada kebutuhan setempat, dan peran serta dalam melakukan usaha/tindakan.

Karakteristik Wirausahawan

Terdapat 6 karakteristik pokok dari wirausahawan (Swa, 16 Januari 2007), yaitu: (a) kreatif dan inovatif; (b) mampu mengaplikasikan kreativitasnya; (c) memiliki semangat berkarya; (d) fokus untuk menghasilkan nilai; (e) bersedia mengambil risiko; dan (f) berbeda dari persepsi atau stereotip wirausaha sebagai figur pemberani dan hanya bekerja sendiri, mereka sangat kolaboratif.

Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai hasrat untuk selalu bertanggung jawab bisnis dan sosial, komitmen terhadap tugas, memilih risiko yang moderat, merahasiakan kemampuan untuk sukses, cepat melihat peluang, orientasi ke masa depan, selalu melihat kembali prestasi masa lalu, sikap haus terhadap “money”, skill dalam organisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi.

Steinhoff dan Burgess (1993) menyebutkan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki beberapa karakteristik berikut ini agar berhasil, yaitu: (a) memiliki rasa percaya



diri untuk bekerja secara independent, kerja keras, dan memahami risiko sebagai bagian dari upaya meraih sukses; (b) memiliki kemampuan organisasi, dapat menentukan tujuan, berorientasi hasil, dan memiliki tanggung jawab terhadap hasilnya, baik maupun buruk; (c) kreatif dan selalu mencari celah-celah untuk kreatifitasnya; (d) menyukai tantangan dan mendapatkan kepuasan pribadi ketika berhasil mencapai ide-idenya.

Keberhasilan Usaha Kecil

Usaha kecil diwarnai oleh karakteristik lemahnya kemampuan para pelaku usaha kecil dalam melakukan *scanning* atas lingkungan internal dan eksternal, kelemahan dalam perumusan strategi dan seringkali keputusan yang diambil berdasarkan intuisi dari pemilik usaha.

Tambunan (dalam Sugidarma, 2004) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha kecil dapat diukur oleh dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan. Ketahanan usaha menunjukkan berapa lama suatu usaha bisa bertahan (*survival*) sebagai salah satu faktor ukuran kesuksesan usaha kecil. Ketahanan usaha diukur dengan indikator usia usaha sejak tahun berdiri hingga tahun saat ini.

Kegagalan dan kesuksesan usaha kecil telah menarik beberapa peneliti untuk melakukan riset dengan mengaitkan kesuksesan usaha kecil dengan tipe strategi yang diterapkan. Penelitian Sugidarma (2004) membuktikan perbedaan kesuksesan pada usaha-usaha kecil yang dikelompokkan berdasarkan tipologi strategi Miles dan Snow yang diterapkan oleh usaha kecil tersebut. Kesuksesan usaha kecil diukur dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan.

Delery dan Doty (dalam Priyono, 2003) menggunakan metode *perceptual* untuk mengukur kinerja usaha dengan indikator tingkat rata-rata *profit margin*, tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan, *market share* perusahaan, dan tingkat rata-rata *ROA (Return On Asset)*.

Hubungan antara Karakteristik Wirausahawan dengan Keberhasilan Usaha Hofer dan Sandberg (dalam Hunger & Wheelen, 2003) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil terutama untuk usaha baru. Sesuai dengan tingkat pengaruhnya, faktor-faktor tersebut adalah struktur industri, strategi bisnis, dan karakteristik wirausaha.

Terdapat empat faktor karakteristik wirausaha yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, yaitu:

- a. mampu mengidentifikasi *kesempatan bisnis potensial*;
- b. memiliki *sense of urgency* yang membuat mereka berorientasi pada tindakan;
- c. mempunyai *pengetahuan terinci atas faktor-faktor kunci* yang diperlukan untuk sukses dalam industri dan stamina fisik yang diperlukan untuk pekerjaannya; dan
- d. mampu *mencari bantuan dari pihak luar*.

Steinhoff & Burgess (1993) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah memiliki visi dan tujuan bisnis, berani mengambil risiko dan uang, mampu menyusun perencanaan usaha, mengorganisir sumber daya, dan implementasinya, sanggup bekerja keras, mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

Sedangkan menurut Harefa (2007) keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik



wirausahawan yaitu kecakapan pribadi dan kecakapan sosial. Kecakapan pribadi menyangkut soal bagaimana wirausahawan mengelola diri sendiri. Tiga unsur yang terpenting untuk menilai kecakapan pribadi seorang wirausahawan, yaitu: kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi. Kecakapan sosial menyangkut soal bagaimana wirausahawan menangani suatu hubungan. Dua unsur kecakapan sosial seseorang adalah empati dan keterampilan sosial.

Dengan kata lain keberhasilan menjadi wirausaha itu berkaitan erat dengan kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Untuk menjadi wirausaha sukses diperlukan kecerdasan intrapersonal (kecakapan pribadi) dan kecerdasan interpersonal (kecakapan sosial).

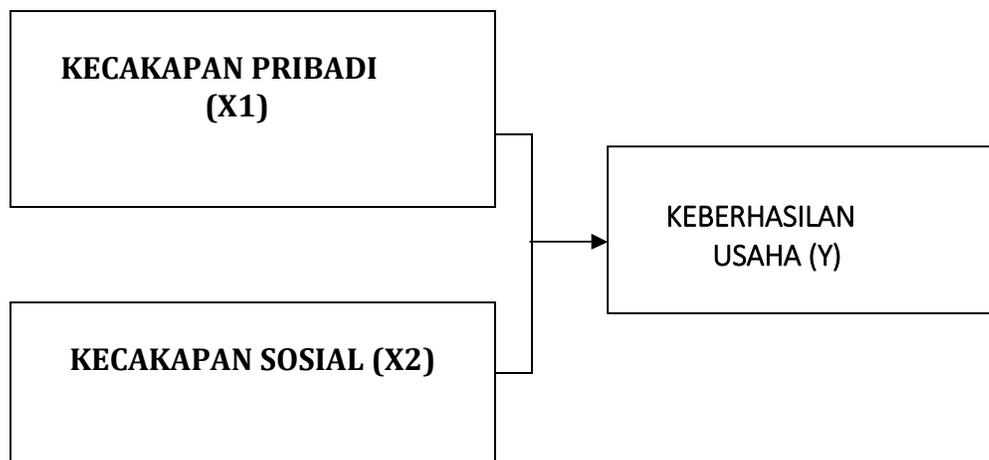
Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : *Karakteristik Wirausahawan (Kecakapan Pribadi dan Kecakapan Sosial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Keberhasilan Usaha.*

H₂ : *Variabel Kecakapan Sosial berpengaruh dominan terhadap Keberhasilan Usaha.*

Model hipotesis hubungan antar variabel penelitian ditunjukkan dalam gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1. Model Hipótesis



METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain survei. Data-data primer diperoleh melalui metode wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi. Populasi terdiri dari 21 wirausahawan pada sentra usaha kecil Ukm Polubi Snack dan Bumdes Cipta mandiri kabupaten Bo

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian. Sedangkan analisis inferensial menggunakan *Multiple linear regression* untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.



HASIL

Ukm Polubi Snack

Hasil yang dapat di hasilkan dari kegiatan yang kami lakukan di Ukm Polubi Snack dapat di gambarkan dalam bentuk (a). pelatihan dan pengoptimala proses pengemasan produk. (b). membantu operasional usaha Polubi Snack (c). Strategy pemasaran sebagai berikut:



Bumdes Cipta Mandiri

Dari kegiatan KKN yang sudah kami lalui di 2 lokasi wisata Bumdes Cipta mandiri maka dapat di hasilkan (a). Desain tiket Bumdes (b). Struktur Organisasi (c). Mantance Laporan Keuangan sebagai berikut:





Sumber: Hasil analisis data, diolah.

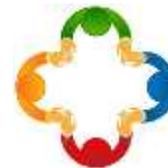
Indikator pandangan terhadap harga diri dan semangat kerja merupakan indikator yang menempati posisi tertinggi dari seluruh indikator sikap para pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan. Rata-rata skor indikator pandangan terhadap harga diri adalah sebesar 4,31. Sedangkan Rata-rata skor indikator semangat kerja adalah 4,00. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki pandangan terhadap harga diri yang positif, tidak malu atau gengsi menjalankan usaha, dan memiliki semangat yang kuat. Indikator lainnya yang memiliki skor yang baik adalah motivasi prestasi, yaitu 3,90.

Beberapa faktor nilai-nilai kewirausahaan yang dinilai kurang dari para pelaku usaha pengasapan ikan adalah kemampuan mereka untuk memberi inspirasi bagi kelompok. Ini menunjukkan bahwa rata-rata mereka kurang memiliki jiwa kepemimpinan. Mereka rata-rata juga tidak mau memulai melakukan perubahan dalam usahanya serta kesulitan mengelola perubahan yang dilakukan. Adanya perbedaan pendapat antara anggota kelompok usaha juga seringkali sulit mereka atasi sehingga berakibat keluarnya beberapa anggota dari kelompok.

Kinerja usaha para pelaku usaha pengasapan ikan di krobokan selama tahun 2008 dapat dikatakan stabil dengan kecenderungan meningkat meski kurang signifikan. Tren penjualan cenderung mengalami peningkatan meskipun pasar yang dilayani adalah tetap. Dalam hal pertumbuhan pasar, belum ada upaya-upaya yang baik dalam memperluas cakupan pasar ke luar wilayah Kota Semarang. Demikian juga Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Keberhasilan Usaha

Faktor pendukung dan penghambat perkembangan usaha masing-masing cukup besar. Selain dari faktor kecakapan pribadi dan kecakapan sosial yang berada pada skala sedang, perubahan-perubahan selera pasar juga mengancam kelangsungan usaha mereka karena minimnya permodalan dan peralatan produksi yang masih tradisional. Inovasi terhadap produk juga tergolong rendah karena produksikripik olahan olahan yang dihasilkan cenderung belum ada peningkatan.

Gejala tersebut di atas banyak disebabkan karena para pelaku usaha jarang



melakukan perubahan-perubahan karena rasa takut terhadap risiko gagal yang mungkin dihadapi. Tidak ada perubahan yang berarti dari tahun ke tahun dalam usaha mereka.

Para pelaku usaha ukm dan Bumdes juga memiliki keterbatasan dalam kerjasama kelompok. Belum terdapat sosok *leader* yang dapat memberi inspirasi bagi kelompok. Adanya perbedaan pendapat antar anggota kelompok justru seringkali membuat para pelaku usaha terpecah belah. Apalagi hanya terdapat beberapa orang yang memiliki akses ke pemasok, sehingga persaingan menjadi tidak sehat.

Faktor penghambat keberhasilan usaha lainnya adalah kendala bahan baku (44,4%), kendala permodalan usaha (20%), kendala pemasaran (15,6%), kendala tenaga kerja (2,2%), kendala transportasi (2,2%), kendala peralatan (8,9%) dan kendala bahan bakar minyak yang mahal dan sulit diperoleh (6,7%).

Tidak terdapat pelaku usaha yang mengemukakan adanya kendala dalam hal manajemen. Pentingnya fungsi manajemen menurut pendekatan manajemen modern nampaknya kurang disadari. Pengelolaan usaha kebanyakan dilakukan secara tradisional. Tidak ada pemisahan keuangan usaha dengan keuangan keluarga ataupun administrasi keuangan yang sistematis sehingga menyebabkan rendahnya akses mereka ke lembaga-lembaga keuangan/permodalan, misalnya perbankan.

Para pelaku-pelaku usaha yang mampu berkembang rata-rata menunjukkan kecakapan pribadi dan kecakapan sosial yang baik. Mereka mampu menyadari kemampuannya sendiri, mampu mengelola emosi secara baik, memiliki motivasi dan semangat kerja yang tinggi, menjunjung tinggi kejujuran dan tanggung jawab, mau belajar dari pihak lain yang lebih maju, memiliki sikap yang positif terhadap kebutuhan orang lain, dan mampu bekerjasama dan menjalin hubungan dengan pihak lain.

Diskusi

Pengaruh Variabel Kecakapan Pribadi dan kecakapan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha

Variabel Kecakapan Pribadi dan kecakapan Sosial, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha dengan koefisien determinasi sebesar 0,561. Ini berarti bahwa seluruh variabel bebas tersebut di atas berkontribusi sebesar 56,1% terhadap tingkat keberhasilan usaha. Sedangkan sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, misalnya struktur industri, strategi bisnis maupun variabel-variabel lainnya.

Sedangkan secara sendiri-sendiri (parsial), baik variabel Kecakapan Pribadi maupun kecakapan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha.

Jika dianalisis lebih lanjut, temuan ini dapat dihubungkan dengan pendapat Steinhoff & Burgess (1993) yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya. Para pengusaha ikan di Krobokan jika dilihat dari variabel kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi relatif homogen. Mereka umumnya kurang memiliki jiwa kreatif dan inovatif, pandangan yang positif terhadap harga diri, menjunjung tinggi kejujuran, kemampuan adaptasi cukup rendah, kurang berani ambil risiko, semangat usaha yang tinggi, dan mau belajar dari orang lain. Penelitian ini menemukan bahwa faktor kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya menjadi faktor penentu bagi keberhasilan usaha.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan menjadi wirausaha sangat



berkaitan erat dengan kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Untuk menjadi wirausaha sukses diperlukan kecerdasan interpersonal (kecakapan sosial). Beberapa pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan yang tidak memiliki kecakapan sosial kebanyakan gagal dalam menjalin hubungan dengan pemasok, pengecer dan konsumen. Hal ini berakibat pada pasokan bahan baku ikan yang menggantungkan diri pada pesaing yang memiliki jaringan dengan pemasok. Selain itu pasar yang dilayani tidak dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Meskipun jika dilihat dari faktor kesadaran diri, pengaturan diri dan motivasinya tergolong baik, namun kurangnya ketrampilan sosial membuat mereka kurang berhasil dalam mengatasi kendala bahan baku dan pengembangan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Para pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan memiliki tingkat kesadaran diri dan pengaturan diri yang baik, motivasi yang cukup tinggi untuk mengembangkan usahanya, rasa empati yang cukup baik, dan ketrampilan sosial yang cukup baik.
- b. Tingkat keberhasilan usaha tergolong cukup baik yang ditunjukkan dengan tren penjualan yang stabil dan sedikit mengalami peningkatan.
- c. Variabel Kecakapan Pribadi dan Kecakapan sosial secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.
- d. Variabel kecakapan sosial berpengaruh signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha.
- e. variabel ketrampilan sosial berpengaruh dominan terhadap keberhasilan usaha.

Saran yang dapat diajukan berdasarkan kesimpulan adalah:

- a. Mendesain tipe baru untuk Pemandian air panas kawah merah sinergi melalui kerjasama antar kelompok usaha agar usaha berjalan lancar.
- b. Membuat struktur organisasi Wisata KRL.
- c. Peningkatan laporan keuangan Bumdes Cipta Mandiri, Inovasi Produk dan Pemasaran.
- d. Pelatihan Manajerial.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kami dalam melaksanakan program KKN dan dalam penyusunan Jurnal terutama kepada :

- a. Dr. Dede Kardaya, Ir.,M.Si. Sebagai Rektor Universitas Djuanda
- b. Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE. M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi
- c. Endang Silaningsih, SE.,MM. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen
- d. Ade Budi Setiawan, SE.,MM. Sebagai Ketua Program Studi Akuntansi
- e. Dr. Ismartaya, MM. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan dan sekaligus membantu dalam mengarahkan penelitian pengabdian masyarakat.
- f. H. Suhandi Sebagai Kepala Desa Karang Tengah Kecamatan Babakan Madang



- g. H Abdul Rojak sebagai Kepala Desa Cijayanti Kecamatan Babakan Madang
- h. Djudin sukarna sbg coordinator Sebagai koordinator bumdes
- i. Dwi Sulistia Ningsih Sebagai ketua UKM Polubi Snack
- j. Acim solahudin sbg ketua unit usaha
- k. Seluruh Warga Masyarakat Desa Karang Tengah dan Desa Cijayanti

DAFTAR REFERENSI

- [1] Blankson, Charles and David Stokes. (2020). "Marketing Practices in the UK Small Business Sector". *Marketing Intelligence & Planning*, 20(1), pp. 49-61. (Diakses 16 September 2020_)
- [2] Harefa, Andrias. (2007, Diakses tanggal 15 Agustus 2020). "Inovasi-Kewirausahaan: Kecerdasan Emosi Wirausaha". (www.pembelajar.com.)
- [3] Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. (2019). *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi. Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Ismartaya. Pengaruh Kepemimpinan Islami, Kompensasi Finansial dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Dosen Universitas Djuanda Bogor Provinsi Jawa Barat . Jurnal
- [5] Tabarru: Islamic Banking And Finance pada Edisi Mei 2020 volume 4 Nomor 1
- [6] Maslow, Abraham. (2003), *Motivasi dan Kepribadian*. Jakarta. Midas Surya Grafindo
- [7] Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma*. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- [8] Safuan, Ismartaya. (2019), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- [9] <http://ariframadhansetu.blogspot.com/2015/10/contoh-laporan-kuliah-kerja-nyata-kkn.html>.diakses pada 18 Agustus 2020
- [10] https://id.wikipedia.org/wiki/Kuliah_Kerja_Nyata.diakses pada 22 agustus 2020
- [11] <https://www.kompasiana.com/baguswdb/5dc97462d541df5b36360132/bumdes-dan-landasan-pendiriannya>. Diakses pada 22 agustus 2020
- [12] <http://ariframadhansetu.blogspot.com/2015/10/contoh-laporan-kuliah-kerja-nyata-kkn.html>. Diakses pada 2 september 2020
- [13] https://id.wikipedia.org/wiki/Kuliah_Kerja_Nyata Diakses pada 24 agustus 2020