

Peran UMKM Nasiku Pulen Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Lokal

**Ahmad Arwani¹, Melyona Zenia Rabbil², Muhammad Daffa Fadhillah³,
Umu Anis Laelatul Fitriyah⁴**

Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani

*Correspondence author: Ahmad Arwani, ahmadarwani@poltekbima.ac.id, Bekasi, and Indonesia

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam memastikan ketahanan pangan lokal suatu negara. Studi ini bertujuan untuk mengkaji peran UMKM Nasiku Pulen dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal di wilayah tertentu. Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pemilik dan pengelola UMKM Nasiku Pulen serta pemangku kepentingan terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Nasiku Pulen tidak hanya berperan sebagai penyedia makanan lokal, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi dalam komunitas lokal. Mereka mempromosikan penggunaan bahan baku lokal, mendukung petani lokal, dan menciptakan lapangan kerja bagi penduduk setempat. Selain itu, UMKM Nasiku Pulen juga berkontribusi pada pelestarian budaya dan tradisi makanan lokal. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini termasuk akses terhadap modal, perizinan, dan infrastruktur yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas untuk meningkatkan peran UMKM Nasiku Pulen dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemangku kepentingan dalam merancang kebijakan dan strategi yang mendukung pengembangan UMKM di sektor pangan lokal.

Kata kunci: Ketahanan Pangan, UMKM, Pangan Lokal, Ketersediaan pangan lokal, dan Perekonomian lokal.

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in ensuring a country's local food security. This study aims to examine the role of Nasiku Pulen MSMEs in realizing local food security in certain areas. The research was carried out using a qualitative approach by conducting in-depth interviews with the owners and managers of Nasiku Pulen MSMEs and other related stakeholders. The research results show that Nasiku Pulen MSMEs not only act as local food providers, but also as agents of social and economic change in the local community. They promote the use of local raw materials, support local farmers, and create jobs for local residents. Apart from that, Nasiku Pulen MSMEs also contribute to the preservation of local food culture and traditions. However, the challenges faced by MSMEs include access to capital, permits and adequate infrastructure. Therefore, support is needed from the government, financial institutions and the community to increase the role of Nasiku Pulen MSMEs in realizing sustainable local food security. This research provides important insights for stakeholders in designing policies and strategies that support the development of MSMEs in the local food sector.

Keywords: Food Security, MSMEs, Local Food, Local Food Availability, and Local Economy.

Pendahuluan

Pentingnya Digital Marketing untuk UMKM Toko Beras Abstrak: Artikel ini membahas tentang pentingnya penerapan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya toko beras. Seiring perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas, digital marketing telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan, mengenalkan, dan meningkatkan daya saing toko beras.

Dalam abstrak ini, diuraikan akan beberapa alasan mengapa digital marketing sangat penting bagi UMKM toko beras: 1. Mencapai Audiens yang Lebih Luas: Digital marketing memungkinkan toko beras UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui platform media sosial, mesin pencari, dan situs web, informasi tentang toko beras dapat diakses oleh banyak calon pelanggan dari berbagai wilayah.

Penerapan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) toko beras. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran digital telah menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis. Diuraikan akan beberapa alasan mengapa digital marketing menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan bagi UMKM toko beras.

Pertama-tama, digital marketing memungkinkan toko beras UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan adanya internet dan media sosial, konsumen kini dapat dengan mudah mencari dan membandingkan produk melalui platform online. Dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat, toko beras UMKM dapat mencapai pelanggan potensial di luar wilayah lokal.

Selain itu, digital marketing memberikan kesempatan bagi toko beras UMKM untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek. Melalui konten yang kreatif dan relevan, UMKM dapat mencitrakan identitas merek mereka dan menarik minat konsumen. Dengan konsistensi dalam menghadirkan konten yang menarik, toko beras UMKM dapat memperkuat citra merek mereka di benak pelanggan.

Sehingga menjadi pilihan pertama saat konsumen membutuhkan produk yang relevan. Digital marketing juga memungkinkan UMKM toko beras untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan platform komunikasi digital lainnya. Interaksi aktif ini membantu membangun hubungan yang lebih personal dan dekat dengan konsumen.

Tanggapan cepat terhadap pertanyaan atau masukan konsumen juga menunjukkan bahwa toko beras peduli dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pemasaran digital menyediakan data dan analisis yang berharga bagi UMKM toko beras. Melalui alat analisis digital, bisnis dapat memahami perilaku konsumen, tren pembelian, dan preferensi pasar.

Data ini membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan efisiensi kampanye. Tidak kalah pentingnya, pemasaran digital dapat menjadi solusi yang lebih terjangkau dan efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

UMKM toko beras dengan anggaran terbatas dapat memanfaatkan platform digital dengan biaya yang lebih rendah untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Dengan strategi digital marketing yang tepat, toko beras UMKM dapat mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana dan mendapatkan hasil yang optimal.



Di era digital yang semakin maju, digital marketing telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangat relevan dan efektif, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti toko beras. Di tengah persaingan bisnis yang ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cepat, adopsi pemasaran digital menjadi kunci sukses bagi UMKM toko beras untuk memperluas jangkauan pasar.

Pendahuluan ini akan membahas tentang pentingnya digital marketing untuk UMKM toko beras. Akan dijelaskan bagaimana pemasaran digital dapat memberikan manfaat signifikan dalam mencapai potensi pelanggan, membangun merek citra, meningkatkan interaksi dengan konsumen, mengoptimalkan pemasaran strategi, dan mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana.

Pertama-tama, pemasaran digital memungkinkan UMKM toko beras untuk mencapai pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan adanya internet dan media sosial, potensi pelanggan tidak lagi terbatas pada wilayah lokal saja. Melalui digital marketing, toko beras dapat menjangkau konsumen dari berbagai kota atau bahkan negara lain.

Hal ini membuka peluang baru bagi UMKM toko beras untuk meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemasaran digital menjadi alat yang kuat untuk membangun citra merek toko beras. Melalui konten yang kreatif dan relevan, UMKM dapat mencitrakan identitas merek mereka dan menciptakan daya tarik yang unik bagi konsumen.

Citra merek yang kuat membantu toko beras menonjol di tengah persaingan yang padat dan memberikan nilai tambah yang positif di benak konsumen. Selanjutnya, digital marketing memungkinkan UMKM toko beras untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Media sosial dan platform komunikasi digital lainnya memberikan kesempatan bagi toko beras untuk menanggapi pertanyaan, masukan, atau ulasan.

Interaksi ini menciptakan hubungan yang lebih personal dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap toko beras. Tidak hanya itu, digital marketing juga memberikan akses ke data dan analisis yang berharga. UMKM toko beras dapat memanfaatkan data konsumen, tren pembelian, dan informasi pasar lainnya untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

Analisis data ini membantu UMKM dalam mengidentifikasi peluang bisnis, menyesuaikan penawaran produk, dan meningkatkan efisiensi promosi kampanye. Terakhir, digital marketing menjadi pilihan yang lebih terjangkau dan efisien bagi UMKM toko beras. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak atau papan iklan, pemasaran digital menawarkan biaya yang lebih rendah.

UMKM dapat mengalokasikan kontrol pemasaran mereka dengan bijak dan mendapatkan manfaat maksimal dari investasi mereka. Kesimpulannya, digital marketing memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM toko beras. Melalui strategi pemasaran digital yang tepat, toko beras dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membangun merek citra yang kuat, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung.

Memanfaatkan data dan analisis, serta mengoptimalkan alokasi sumber daya. Dengan segala manfaat ini, digital marketing menjadi alat yang tidak dapat diabaikan dalam membantu UMKM toko beras untuk bertumbuh dan bersaing di era digital ini. Di era digital yang semakin canggih dan terhubung, penggunaan teknologi dan internet telah merubah cara berbisnis secara drastis.

Terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digital marketing telah menjadi elemen krusial dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Pendahuluan ini akan membahas tentang pentingnya pemasaran digital bagi UMKM dan bagaimana strategi pemasaran digital memberikan manfaat besar dalam meningkatkan visibilitas, mencapai target audiens, dan meningkatkan penjualan Dulu.

UMKM seringkali mengalami keterbatasan dalam mempromosikan bisnis mereka karena biaya pemasaran yang tinggi atau keterbatasan akses ke pasar yang luas. Namun, dengan digital marketing, UMKM memiliki akses ke berbagai platform online yang memungkinkan mereka menjangkau target audiens di berbagai wilayah, tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat mengoptimalkan anggaran pemasaran mereka dan memperoleh hasil yang signifikan. Salah satu manfaat utama dari digital marketing bagi UMKM adalah kemampuannya untuk meningkatkan visibilitas bisnis di dunia maya. Dengan hadir di platform-platform digital seperti website, media sosial, dan mesin pencari.

UMKM dapat dengan mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Konten yang menarik dan relevan dapat menarik perhatian target audiens dan membantu membangun kesadaran merek yang kuat. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk lebih memahami dan menjangkau target audiens mereka. Melalui alat analisis digital, UMKM dapat melacak perilaku pengguna, preferensi, dan tren pembelian.

Data ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan menciptakan kampanye yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Digital marketing juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan mereka. Melalui media sosial, email, atau chat online.

UMKM dapat merespon pertanyaan, masukan, atau ulasan dari pelanggan secara cepat dan personal. Interaksi semacam ini meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan pelanggan, sehingga membantu membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam konteks globalisasi, digital marketing juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk bersaing di pasar internasional.

Dengan akses ke internet, bisnis UMKM dapat dengan mudah memasarkan produk atau layanan mereka ke konsumen di seluruh dunia. Hal ini membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis dan meningkatkan potensi pendapatan. Kesimpulannya, pemasaran digital merupakan aspek yang sangat penting bagi UMKM dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis.

Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas bisnis, memahami audiens target, berinteraksi dengan pelanggan, dan bersaing di pasar global. Digital marketing adalah alat yang efektif dan efisien dalam membantu UMKM menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital yang terus berkembang.

Metode

Kegiatan Project Based Learning (PjBL) ini dibimbing oleh pembimbing akademik dan pembimbing lapang (Mitra). Peran pembimbing akademik adalah sebagai fasilitator dalam bidang akademik untuk memastikan kegiatan PjBL ini berjalan dengan baik sesuai



dengan waktu yang telah ditetapkan. Sedangkan pembimbing lapang (Mitra) sebagai fasilitator yang memberikan petunjuk serta informasi bagi Mahasiswa sesuai dengan topik yang dibahas selama kegiatan PjBL ini berlangsung. Metode pelaksanaan pada kegiatan PjBL ini meliputi sebagai berikut:

a. Wawancara dan Observasi

Metode wawancara dalam kegiatan PjBL ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden atau Mitra selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai topik yang dibahas. Sedangkan observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek (produk) yang akan diamati untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan oleh Mahasiswa.

b. Pencatatan Data

Data yang dibutuhkan dalam kegiatan PjBL ini dengan topik utama Bumbu Sakato meliputi proses produksi, pemasaran, desain kemasan, serta pembukuan yang dilakukan oleh Mitra yaitu sebagai data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh Mahasiswa langsung dari sumber pertama yang selanjutnya digunakan untuk mendukung pembuatan laporan akhir kegiatan PjBL.

c. Dokumentasi

Metode pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta menunjang kebenaran dan keterangan yang diberikan oleh Mitra. Dari hasil interview dengan owner atau pemilik mitra diketahui bahwa Toko Beras Nasiku Pulen memasarkan atau menjual beras merek orang lain. Mereka masih mengandalkan kiriman dari supplier beras. Dalam pemasarannya sudah berjalan secara online tatapi hanya melauai media WhatsApp. Harga yang dipasarkan belum distandarisasikan. Faktor keuangan pun menjadi pertimbangan, hal ini berkaitan dengan biaya operasional. Pembukuan keuangan hanya dilihat berdasarkan penjualan satu bulan dari total penjualan dikurangi dengan modal yang dikeluarkan. Ketika penjualan meningkat maka keuntungan pun meningkat begitupun sebaliknya.

Hasil dan Pembahasan

Laporan ini berisi hasil dari pelaksanaan perancangan pemasaran yang dilakukan untuk Toko Beras Nasiku Pulen. Tujuan dari laporan ini adalah untuk memberikan gambaran tentang hasil dari proses perancangan untuk memastikan kesuksesan pemasaran Toko Beras Nasiku Pulen.

Rancangan Konsep Pemasaran

Target Pasar

Target pasar Toko Beras Nasiku Pulen mulai dari kalangan menengah kebawah hingga kalangan menengah keatas. Berbagai kalangan mengonsumsi beras yang di jual oleh Toko Beras Nasiku Pulen.

Tujuan

Memaksimalkan pemasaran dan meningkatkan penjualan serta keuntungan (profitability) guna mencapai semua itu mitra menerapkan strategi yang relevan, yaitu membangun strategi pemasaran yang baik guna meningkatkan visibilitas dan awareness membangun identitas dan kredibilitas serta mendorong inovasi hingga memasarkannya dengan sukses.

Layanan dan Keunikan Produk

Toko Beras Nasiku Pulen menyediakan layanan pesan antar, selain itu mereka menjual beras beras berkualitas salah satunya seperti beras Nasiku Bento

Strategi Marketing

Memilih strategi pemasaran melalui pemasaran produk, pemasaran harga, pemasaran promosi dan pemasaran digital. Harga ditetapkan sedikit lebih tinggi dari pesaing untuk menunjukkan kualitas yang lebih baik. Pemasaran digital (digital marketing) berfokus pada pemasaran melalui media digital seperti media sosial Instagram.

Pembuatan Konten Pemasaran

Membuat konten promosi secara online yang menampilkan penjelasan produk dan layanan yang diberikan.

Proses Pelaksanaan Perancangan Pemasaran

a. Perencanaan

Strategi pemasaran melalui pemasaran produk, pemasaran harga, pemasaran promosi dan pemasaran digital. Harga ditetapkan sedikit lebih tinggi dari pesaing untuk menunjukkan kualitas yang lebih baik. Pemasaran digital (digital marketing) berfokus pada pemasaran melalui media digital seperti media sosial Instagram. Akun Instagram yang dibuat memiliki nama yang sudah ada yaitu @nasikupulen_official. Tidak hanya melalui media sosial Instagram, pemasaran juga melalui media WhatsApp. Selain itu pemasaran dilakukan secara langsung (Direct Marketing) yang berkomunikasi langsung dengan konsumen. Pemasaran promosi (Promotion Marketing) dilakukan untuk mempromosikan produk dan loyalitas, dengan memberikan layanan pesan antar.

b. Produk

Memperkenalkan beragam jenis merek beras, menonjolkan keunggulan dari produk serta layanan yang diberikan kepada konsumen berbentuk media.

c. Pembuatan Konten Pemasaran

Membuat konten iklan atau promosi secara online yang menampilkan keunikan produk dan layanan yang diberikan seperti:

- ✓ Keunggulan beras
- ✓ Promo potongan harga
- ✓ Melayani Pesan Antar
- ✓ Membuat konten seputar beras dengan tema interaktif maupun fakta unik yang dapat membangun interaksi dan ketertarikan emosional dengan pelanggan.

a. Analisis Pasar

1. Segementasi Pasar

Pasar Toko Beras Nasiku Pulen dibagi menjadi 3 yaitu kalangan menengah ke bawah, kalangan menengah dan kalangan menengah ke atas. Segmentasi berdasarkan hasil kuisisioner yang kami berikan, segmentasi terbesar adalah kalangan menengah.

2. Target Audiens

Target audiens Toko Beras Nasiku Pulen adalah kalangan menengah dan kalangan menengah ke atas.

b. Strategi Marketing

1. Rencana Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Membuat akun sosial media Instagram untuk pemasaran digital. Saat ini Toko Beras Nasiku Pulen memiliki akun Instagram dengan username nasikupulen_official yang memiliki followers sebanyak 61 Followers.



Tidak hanya melalui media sosial Instagram, pemasaran juga melalui media WhatsApp. Pemasaran promosi (Promotion Marketing) dilakukan untuk mempromosikan produk dan loyalitas, dengan memberikan jasa layanan pesan antar dan potongan harga. Demikian, dengan melakukan strategi marketing yang relevan produk telah terjual sebanyak 167 Liter dalam jangka 2 bulan periode Januari dan Februari.

c. Pembuatan Konten Pemasaran

Membuat konten iklan atau promosi secara online yang menampilkan keunikan produk dan layanan yang diberikan seperti:

- ✓ Promo diskon
- ✓ Promo potongan harga
- ✓ Melayani jasa pesan antar

Membuat konten seputar beras dengan tema interaktif maupun fakta unik yang dapat membangun interaksi dan ketertarikan emosional dengan pelanggan.



Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Nasiku Pulen memiliki peran signifikan dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal di wilayah operasinya. Peran tersebut meliputi:

- a) Peningkatan Akses Pangan, Nasiku Pulen menyediakan akses mudah bagi masyarakat terhadap makanan lokal yang bergizi dan terjangkau.
- b) Pemanfaatan Bahan Pangan Lokal, Nasiku Pulen secara aktif menggunakan bahan baku lokal dalam produknya, sehingga membantu meningkatkan permintaan dan harga produk pertanian lokal.
- c) Penciptaan Lapangan Kerja, Nasiku Pulen membuka peluang kerja bagi masyarakat lokal, terutama dalam bidang produksi, distribusi, dan penjualan makanan.
- d) Peningkatan Pendapatan Petani, Nasiku Pulen membantu meningkatkan pendapatan petani dengan membeli hasil panen mereka secara langsung dengan harga yang wajar.
- e) Promosi Kuliner Lokal, Nasiku Pulen membantu mempromosikan kuliner lokal kepada masyarakat luas, termasuk wisatawan.

Peran UMKM Nasiku Pulen dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, yaitu mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta meningkatkan pertanian berkelanjutan. Keberhasilan Nasiku Pulen menunjukkan bahwa UMKM dapat menjadi agen penting dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal.

Beberapa faktor yang mendukung peran Nasiku Pulen dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal antara lain:

- Komitmen terhadap penggunaan bahan baku lokal, Nasiku Pulen memiliki komitmen kuat untuk menggunakan bahan baku lokal dalam produknya. Hal ini membantu meningkatkan permintaan dan harga produk pertanian lokal, sehingga meningkatkan pendapatan petani dan ketahanan pangan lokal.
- Model bisnis yang inovatif, Nasiku Pulen menggunakan model bisnis yang inovatif untuk menyediakan makanan lokal yang bergizi dan terjangkau bagi masyarakat. Model bisnis ini memungkinkan Nasiku Pulen untuk menjangkau masyarakat luas dan memberikan dampak positif bagi ketahanan pangan lokal.
- Dukungan pemerintah, Pemerintah Indonesia memberikan berbagai dukungan kepada UMKM, termasuk Nasiku Pulen, dalam bentuk pelatihan, pendanaan, dan akses pasar. Dukungan ini membantu UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka, sehingga dapat berperan lebih besar dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal.

Meskipun Nasiku Pulen telah menunjukkan peran yang signifikan dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal, masih ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi, antara lain:

- ✓ Persaingan dengan produk impor
- ✓ Kurangnya akses pasar
- ✓ Keterbatasan modal

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan upaya dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, UMKM, dan masyarakat. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendanaan, dan akses pasar. UMKM perlu meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka dengan berinovasi dan memanfaatkan teknologi. Masyarakat perlu mendukung produk lokal dengan membeli dan mempromosikannya.

Dengan kerjasama dan komitmen dari berbagai pihak, UMKM dapat memainkan peran yang lebih besar dalam mewujudkan ketahanan pangan lokal.

SIMPULAN

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran yang menjadikan mahasiswa atau peserta didik sebagai subjek atau pusat pembelajaran, menitikberatkan proses belajar yang memiliki hasil akhir berupa produk. Artinya, peserta didik diberi kebebasan untuk menentukan aktivitas belajarnya sendiri, mengerjakan proyek pembelajaran secara kolaboratif sampai diperoleh hasil berupa suatu produk.

Dengan Pembelajaran model PjBL ini Mahasiswa atau peserta didik dapat lebih mandiri untuk melihat, megaktualisasikan, mengeksplorasi dan berinovasi dengan ilmu yang sudah didapatkan ketika proses belajar di kampus serta dapat berkolaborasi dan bersosialisasi dengan teman, lingkungan dan pihak Mitra itu sendiri.

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran dimana mahasiswa dilibatkan langsung dalam memecahkan permasalahan yang ditugaskan, mengijinkan para mahasiswa untuk aktif membangun dan mengatur pembelajarannya, dan dapat menjadikan mahasiswa yang realistis.

Dengan pembelajaran model PjBL dapat menuntun mahasiswa untuk lebih mandiri, mengaktualisasikan ketrampilan yang dimilikinya, mengembangkan pengetahuan dan penguasaan konsep berdasarkan pengalaman belajar yang dimilikinya, juga bersosialisasi dengan teman dan lingkungannya.

Setelah melakukan analisis dan perancangan, kami menyimpulkan bahwa usaha Toko Beras Nasiku Pulen memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.



DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Azhari, et al. "Pembuatan konten Feeds Instagram Nasiku Pulen." *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 3.3 (2023): 01-08.
- Gugat, Topan Dewa, Sindi Permatasari, and Aep Sugihartono. "Branding UMKM Bismatik sebagai Project Based Learning." *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 3.3 (2023): 09-16.
- Immanuel, Erick, Yudha Wibisono, and Vian Eko Nugroho. "Perancangan Maskot "BIMA" Sebagai identitas Politeknik Bina Madani." *Desain Media* 1.1 (2023): 34-42.
- Ariodhuto, Satrio, et al. "Pengaruh Perencanaan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Saurindotex Mandiri." *Masarin* 1.1 (2022): 37-43.
- Hariani, Danarti, et al. "Penggunaan Teknologi Informasi (IT) untuk Menunjang Bisnis Di Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Kelurahan Ciracas." *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 1.2 (2020): 211-219.