

Pendampingan dan Transformasi UMKM Zhofi Melalui Pendekatan Terpadu Pengembangan Usaha

Community Service Assistance and Transformation of Zhofi MSMEs Through an Integrated Business Development Approach

Betri¹ ^{1*}, Maidiana Astuti Handayani², Ida Zuraidah³, M. Amien Dwi Putra¹

^{1,3,4)} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

*Corresponding author : betri.sirajuddin@gmail.com

Received November 2025, Accepted December 2025, Published December 2026

ABSTRAK. UMKM di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, namun masih dihadapkan pada berbagai tantangan struktural. Hal ini menyebabkan banyak UMKM belum mampu bertransformasi secara optimal di era digital. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan dan mendorong transformasi UMKM Tas *handmade* Zhofi melalui pendekatan terpadu pengembangan usaha, yaitu produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan. Kegiatan dilakukan pada September sampai Desember di UMKM Zhofi, Talang Kelapa Kec. Alang-alang Lebar, Kota Palembang. Kendala yang dihadapi yaitu manajemen produksi, pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan akses permodalan. Kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, observasi lapangan, pelatihan, implementasi, serta evaluasi. Program ini berhasil meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat strategi pemasaran digital, memperbaiki pencatatan keuangan, serta meningkatkan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan mengakses pembiayaan. Hasil menunjukkan bahwa pendekatan terpadu mampu memberikan perubahan signifikan terhadap kinerja UMKM dan menjadi model pengembangan usaha bagi UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa. Transformasi ini mencerminkan pentingnya pendampingan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata kunci UMKM, Pendampingan, Transformasi, Pengembangan Usaha

ABSTRACT. MSMEs in Indonesia play a strategic role in supporting economic growth and job creation, but they still face various structural challenges. This prevents many MSMEs from optimally transforming in the digital era. This programme aims to provide assistance and encourage the transformation of the Zhofi handmade bag MSME through an integrated business development approach, including production, marketing, capitalisation, technology enhancement, and financial management. The programme was conducted from September to December at the Zhofi MSME in Talang Kelapa, Alang-alang Lebar District, Palembang City. Challenges faced included production management, digital marketing, financial record keeping, and access to capital. Activities included needs identification, field observation, training, implementation, and evaluation. This programme successfully increased production efficiency, strengthened digital marketing strategies, improved financial records, and increased MSME readiness to utilise technology and access financing. Results show that the integrated approach significantly improved MSME performance and served as a business development model for other MSMEs facing similar challenges. This transformation reflects the importance of sustainable mentoring in increasing MSME competitiveness in the digital era.

Keywords: MSMEs, Assistance, Transformation, Business Development

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak aktivitas ekonomi lokal, serta penopang ketahanan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi tulang punggung ekonomi rakyat, terutama di tingkat daerah (Rohim, 2017; Pitaloka *et al.*, 2023). Meskipun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha, seperti manajemen produksi yang belum efisien, strategi pemasaran yang terbatas, pemanfaatan teknologi yang minim, serta lemahnya pencatatan dan pengelolaan keuangan (Rianto, 2020; Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Kondisi tersebut menyebabkan banyak UMKM belum mampu berkembang secara optimal dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Permasalahan manajemen produksi menjadi salah satu tantangan utama UMKM. Pengelolaan bahan baku yang tidak terstruktur, perencanaan produksi yang lemah, serta ketidaktepatan dalam perhitungan biaya produksi berdampak pada inefisiensi dan rendahnya kualitas produk (Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2023; Istana UMKM, 2024). Selain itu, lemahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep penetapan harga berbasis biaya sering kali menyebabkan harga jual tidak mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya, sehingga menurunkan profitabilitas usaha (Rohim, 2017).

Dari sisi pemasaran, banyak UMKM masih mengandalkan promosi tradisional dan pemasaran dari mulut ke mulut, tanpa strategi pemasaran yang terstruktur dan berbasis digital. Padahal, penerapan strategi pemasaran modern, termasuk pemanfaatan media sosial, pengemasan produk yang menarik, serta penguatan brand positioning, terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan jangkauan pasar UMKM (Irrubai, 2016; Putri *et al.*, 2021; Swastha, 2014). Desain kemasan, pelabelan, dan identitas produk juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk UMKM (Septian dan Rahayu, 2014; Wulandari *et al.*, 2022).

Aspek pengelolaan keuangan dan legalitas usaha juga menjadi hambatan signifikan bagi perkembangan UMKM. Banyak pelaku UMKM belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang tertata, sehingga kesulitan dalam memantau arus kas, menyusun laporan keuangan, dan memenuhi persyaratan administratif untuk mengakses pembiayaan (Rianto, 2020; Sabrina, 2021). Otoritas Jasa Keuangan (2020) menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik merupakan prasyarat utama bagi UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan usaha dan memperoleh akses permodalan. Selain itu, legalitas usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan pasar dan lembaga keuangan, serta membuka peluang UMKM untuk memperoleh berbagai program pembinaan dan pembiayaan dari pemerintah (CNBC Indonesia, 2023; Soimah, 2023; Ernanda, 2024).

UMKM Zhofi merupakan salah satu pelaku usaha kreatif berbasis kerajinan tas yang memanfaatkan kain lokal dan material khas Palembang. Produk yang dihasilkan memiliki nilai estetika dan keunikan budaya yang tinggi, sejalan dengan potensi pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal (Faris & Muyasaroh, 2015). Namun demikian, UMKM ini masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan bahan baku, diversifikasi pemasaran, penetapan harga, pencatatan keuangan, serta akses permodalan. Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran juga menjadi hambatan dalam meningkatkan kapasitas dan skala usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pendekatan pendampingan yang terintegrasi agar UMKM dapat mengalami transformasi usaha secara menyeluruh. Pendekatan Terpadu Pengembangan Usaha yang mencakup aspek produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan merupakan strategi yang relevan untuk menjawab permasalahan UMKM secara komprehensif (Herlinda, 2018; Jati *et al.*, 2023). Pendampingan yang sistematis tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual pelaku UMKM, tetapi juga mendorong penerapan praktik manajemen yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam kegiatan operasional sehari-hari (Pramono *et al.*, 2022; Sari dan Ria, 2022).

Luaran kegiatan pengabdian ini difokuskan pada tercapainya transformasi UMKM Zhofi Melalui Pendekatan Terpadu Pengembangan Usaha (Produksi, Pemasaran, Permodalan, Peningkatan Teknologi, dan Pengelolaan Keuangan). Setiap luaran dirancang untuk memberikan dampak yang terukur, berkelanjutan, serta mampu meningkatkan

profesionalisme UMKM dalam menjalankan operasional usaha. Luaran yang dihasilkan meliputi :

1. Peningkatan efisiensi dan akurasi produksi, ditunjukkan melalui pengelolaan bahan baku yang lebih terstruktur, pengurangan pemborosan produksi, serta kemampuan menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan biaya yang tepat. Transformasi ini berdampak langsung pada efektivitas operasional dan daya saing produk.
2. Penguatan strategi pemasaran digital, yaitu perluasan jangkauan pasar melalui penggunaan media sosial dan marketplace. Melalui pendampingan, UMKM Zhofi mampu memproduksi konten pemasaran yang lebih menarik dan meningkatkan visibilitas produk secara signifikan.
3. Peningkatan kesiapan akses permodalan, yang diperoleh melalui penyusunan laporan keuangan sederhana namun akurat. Walaupun belum memperoleh modal secara langsung, UMKM kini memiliki kelayakan administrasi untuk mengajukan pembiayaan dari pemerintah maupun lembaga perbankan.
4. Adopsi teknologi dalam proses produksi dan pemasaran, seperti penggunaan aplikasi pencatatan, pengelolaan stok, dan manajemen penjualan digital. Teknologi sederhana ini membantu UMKM bekerja lebih efektif dan efisien.
5. Implementasi sistem pengelolaan keuangan yang lebih tertata, mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan laporan laba rugi sehingga UMKM mampu memantau kondisi keuangan secara lebih akurat dan mengambil keputusan berbasis data.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan terintegrasi kepada mitra UMKM Tas *handmade* Zhofi. Pendampingan dipilih sebagai metode utama karena efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui proses pembelajaran langsung, praktik lapangan, serta evaluasi berkelanjutan. Pendekatan pendampingan memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan sekaligus penerapan langsung strategi manajerial dan teknis sesuai kebutuhan nyata UMKM (Herlinda, 2018; Rianto, 2020; Jati *et al.*, 2023).

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama empat bulan dengan intensitas pendampingan satu hingga dua kali dalam satu minggu. Pendampingan dilakukan secara luring dan daring. Pendampingan luring dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk mendampingi proses produksi, pencatatan keuangan, dan observasi operasional usaha. Pendampingan daring dilakukan melalui media komunikasi digital untuk monitoring perkembangan, diskusi permasalahan, serta pendampingan pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi. Pola pendampingan ini dirancang agar tetap berkelanjutan tanpa mengganggu aktivitas operasional harian UMKM.

Pendampingan dilaksanakan menggunakan pendekatan terpadu pengembangan usaha yang mencakup aspek produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan. Pendekatan ini digunakan karena mampu menjawab permasalahan UMKM secara komprehensif dan terintegrasi, sebagaimana direkomendasikan dalam berbagai studi pengembangan dan pemberdayaan UMKM (Rohim, 2017; Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Tahapan metode pelaksanaan dimulai dari identifikasi kebutuhan dan pemetaan kondisi UMKM. Pada tahap ini dilakukan wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha untuk memperoleh gambaran mengenai kapasitas produksi, sistem pemasaran, pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi, serta kesiapan akses permodalan. Tahap ini bertujuan memastikan bahwa program pendampingan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM (Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2023).

Tahap selanjutnya adalah observasi lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap proses produksi, pengelolaan bahan baku, sistem pencatatan keuangan, dan praktik pemasaran yang telah berjalan. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kendala nyata yang dihadapi UMKM dalam kegiatan operasional sehari-hari (Istana UMKM, 2024).

Setelah kebutuhan dan permasalahan terpetakan, dilakukan tahap pelatihan dan penyuluhan terarah. Pelatihan diberikan secara bertahap dan bersifat praktis, dengan materi meliputi manajemen produksi dan penetapan biaya produksi, strategi pemasaran digital dan penguatan identitas produk, penyusunan laporan keuangan sederhana, pemanfaatan

teknologi pendukung usaha, serta pemahaman legalitas usaha dan kesiapan akses permodalan (Irrubai, 2016; Rohim, 2017; Otoritas Jasa Keuangan, 2020; Putri *et al.*, 2021; CNBC Indonesia, 2023).

Tahap berikutnya adalah pendampingan implementasi, yaitu mendampingi UMKM Zhofi dalam menerapkan materi pelatihan ke dalam praktik usaha. Mitra diberikan modul panduan, template pencatatan keuangan, format laporan laba rugi sederhana, serta pendampingan langsung dalam penggunaan media sosial dan aplikasi pendukung usaha. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar perubahan dapat diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan (Rianto, 2020).

Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan secara rutin setiap minggu melalui kunjungan luring serta komunikasi daring sesuai kebutuhan. Evaluasi dilakukan untuk menilai perubahan kinerja UMKM pada aspek produksi, pemasaran, permodalan, teknologi, dan pengelolaan keuangan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan penguatan pendampingan pada tahap selanjutnya (Jati *et al.*, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pendampingan dan transformasi UMKM Zhofi melalui pendekatan terpadu pengembangan usaha menghasilkan sejumlah capaian yang menunjukkan perubahan nyata pada aspek operasional, manajerial, dan pola pikir pelaku usaha. Pendekatan terpadu yang mencakup aspek produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan terbukti mampu meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan hasil berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang menegaskan bahwa pendampingan UMKM yang bersifat komprehensif lebih efektif dibandingkan intervensi parsial atau sektoral (Herlinda, 2018; Jati *et al.*, 2023).

Transformasi pada Aspek Produksi

Pendampingan pada aspek produksi berfokus pada efisiensi penggunaan bahan baku, pengendalian persediaan, serta ketepatan penetapan harga pokok produksi. Sebelum pendampingan, UMKM Zhofi belum memiliki sistem pencatatan stok yang terstruktur, sehingga sering terjadi pemborosan bahan baku dan ketidaktepatan perencanaan produksi. Setelah diperkenalkan metode pencatatan sederhana dan perencanaan kebutuhan bahan baku, UMKM mampu mengurangi pemborosan dan menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan biaya yang lebih akurat. Adapun produk tas handmade produksi Zhofi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Gallery UMKM Zhofi

Hasil ini sejalan dengan temuan Rohim (2017) yang menyatakan bahwa penerapan manajemen produksi sederhana pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha. Demikian pula, Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah (2023) menegaskan bahwa pengendalian bahan baku dan perencanaan produksi merupakan kunci peningkatan daya saing UMKM. Dengan demikian, transformasi produksi pada UMKM Zhofi menunjukkan bahwa pendampingan yang tepat dapat menghasilkan perubahan sistem kerja yang lebih efisien dan berkelanjutan. Salah satu aktifitas pendampingan yaitu pengendalian bahan baku dan perencanaan produksi seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Diskusi Langsung dan Pendampingan Pengendalian Bahan Baku dan Perencanaan Produksi dengan Pegawai dan Owner Zhofi

Transformasi pada Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran, pendampingan difokuskan pada optimalisasi pemasaran digital. Sebelum program dilaksanakan, pemasaran UMKM Zhofi masih bersifat konvensional dan terbatas pada pelanggan tetap. Setelah pelatihan dan pendampingan, UMKM mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace dengan konten visual yang lebih menarik dan terencana. Perubahan ini meningkatkan visibilitas produk serta interaksi dengan konsumen.

Hasil ini mendukung temuan Irrubai (2016) dan Putri *et al.* (2021) yang menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital dan penguatan brand positioning mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan. Selain itu, Swastha (2014) menekankan bahwa pemasaran modern menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan perilaku konsumen digital. Dengan demikian, transformasi pemasaran UMKM Zhofi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan perubahan orientasi usaha menuju pemasaran yang lebih strategis dan kompetitif. Contoh pemasaran menggunakan aplikasi pada beberapa media sosial disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Contoh Pemasaran Menggunakan Aplikasi Pada Beberapa Media Sosial

Transformasi pada Aspek Permodalan

Sebelum pendampingan, UMKM Zhofi belum memiliki laporan keuangan yang memadai, sehingga mengalami kesulitan dalam mengakses pembiayaan formal. Melalui pendampingan, UMKM dilatih menyusun laporan keuangan sederhana yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, laporan laba rugi, dan arus kas. Walaupun UMKM belum memperoleh pembiayaan secara langsung, ketersediaan laporan keuangan meningkatkan kesiapan administratif untuk mengajukan pembiayaan ke lembaga keuangan atau program pemerintah. Aktivitas pendampingan peningkatan pengetahuan permodalan melalui aplikasi Microsoft Excel dapat dilihat pada

Temuan ini konsisten dengan penelitian Rianto (2020) dan Otoritas Jasa Keuangan (2020) yang menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan prasyarat utama bagi UMKM dalam mengakses permodalan. Oleh karena itu, transformasi pada aspek permodalan UMKM Zhofi dapat dipandang sebagai fondasi awal menuju pengembangan usaha yang lebih besar dan berkelanjutan.



Gambar 4. Aktivitas Pendampingan Peningkatan Pengetahuan Permodalan melalui Aplikasi Microsoft Excel

Transformasi pada Aspek Peningkatan Teknologi

Pendampingan pada aspek teknologi difokuskan pada pemanfaatan teknologi sederhana untuk mendukung proses produksi dan pemasaran. Sebelum program, UMKM Zhofi masih mengandalkan proses manual dan belum memanfaatkan aplikasi digital. Setelah pendampingan, UMKM mulai menggunakan aplikasi pencatatan stok, media penjualan daring, serta alat bantu sederhana dalam proses produksi. Proses Pendampingan Peningkatan Pengetahuan Teknologi Digital kepada UMKM Mitra seperti pada Gambar 5.

Hasil ini sejalan dengan temuan Jati *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi sederhana dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM. Pemanfaatan teknologi pada UMKM Zhofi tidak hanya meningkatkan kecepatan kerja, tetapi juga mempermudah pemilik usaha dalam memantau aktivitas usaha secara real time, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.



Gambar 5. Proses Pendampingan Peningkatan Pengetahuan Teknologi Digital kepada UMKM Mitra

Transformasi pada Aspek Pengelolaan Keuangan

Sebelum pendampingan, UMKM Zhofi tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur, sehingga sulit memantau kondisi keuangan secara objektif. Setelah pendampingan, UMKM mampu menerapkan sistem pembukuan sederhana dan rutin menggunakan format laporan keuangan yang telah disediakan. Proses Pendampingan Pengelolaan Keuangan seperti pada Gambar 6. Perubahan ini memungkinkan UMKM menilai profitabilitas usaha, mengendalikan biaya, serta menyusun perencanaan usaha berbasis data.

Hasil ini memperkuat temuan Sabrina (2021) dan Otoritas Jasa Keuangan (2020) yang menyatakan bahwa tata kelola keuangan yang baik meningkatkan kredibilitas dan keberlanjutan UMKM. Dengan demikian, transformasi pengelolaan keuangan pada UMKM Zhofi tidak hanya berdampak pada aspek administratif, tetapi juga pada peningkatan kualitas pengambilan keputusan usaha.



Gambar 6. Proses Pendampingan Pengelolaan Keuangan

Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan bahwa pendekatan terpadu pengembangan usaha memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas UMKM Zhofi. Transformasi yang terjadi mencakup aspek teknis, manajerial, dan pola pikir pelaku usaha. Temuan ini konsisten dengan berbagai program pengabdian sebelumnya yang menekankan pentingnya pendampingan langsung, monitoring berkala, dan penerapan model pengembangan usaha yang terintegrasi (Herlinda, 2018; Pramono *et al.*, 2022).

Pelaksanaan program pendampingan dan transformasi UMKM Zhofi melalui pendekatan terpadu pengembangan usaha berbasis Melalui Pendekatan Terpadu Pengembangan Usaha telah menghasilkan sejumlah capaian signifikan. Setiap aspek dari pendekatan Terpadu memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas usaha, efisiensi operasional, serta kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Transformasi yang terjadi tidak hanya berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga perubahan sistem kerja yang lebih terstruktur dan profesional.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan dan transformasi UMKM Zhofi melalui pendekatan terpadu pengembangan usaha menunjukkan keberhasilan yang dapat diukur melalui indikator kinerja pada masing-masing aspek pendampingan, yaitu produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan. Keberhasilan pendekatan ini terlihat dari perubahan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, baik secara operasional maupun manajerial.

Setelah program pendampingan, UMKM Zhofi memiliki sistem pencatatan bahan baku dan perencanaan kebutuhan produksi yang lebih terstruktur, meningkatnya aktivitas pemasaran digital dan kemampuan membuat konten promosi berkualitas, memiliki laporan keuangan sederhana dan terdokumentasikan dengan baik, memiliki aplikasi aplikasi pencatatan stok dan penjualan, serta alat bantu produksi serta mampu memantau kondisi keuangan usaha secara periodik. Sehingga saat ini UMKM Zhofi mampu mengambil keputusan usaha berdasarkan data keuangan yang tersedia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LLDIKTI Wilayah II atas dukungan, arahan, dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Mitra UMKM Zhofi, yang telah bekerja sama dengan sangat baik, memberikan informasi, waktu, serta keterlibatan aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan dan partisipasi seluruh pihak sangat berarti dalam terselesaikannya kegiatan dan penulisan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- CNBC Indonesia. (2023). Pentingnya Legalitas Usaha untuk Pengembangan UMKM. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20230327144009-25-424845/pentingnya-legalitas-usaha-untuk-pengembangan-umkm>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023). Pentingnya Manajemen Produksi untuk UMKM. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2772>

- Ernanda, D. (2024). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Pelaku UMKM. <https://majoo.id/solusi/detail/pentingnya-legalitas-usaha-bagi-pelaku-umkm>
- Faris, & Muyasaroh, S. (2015). Peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai sumber informasi potensi lokal dan kearifan budaya Kabupaten Pasuruan. *Jurnal HERITAGE*, 3(1), 1–12.
- Herlinda, H. (2018). Evaluasi implementasi program pengabdian masyarakat tematik POSDAYA berbasis masjid Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal El-Riyasah*, 8(2), 47–56.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labelling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26.
- Istana UMKM. (2024). Manajemen produksi. <https://istanaumkm.pom.go.id/sputar-umkm/manajemen-produksi>
- Jati, I. R. A., Srianta, I., Sutedja, A. M., Trisnawati, C. Y., Yoshari, R. M., & Ristiarini, S. (2023). Implementasi Kerjasama Industri Untuk Peningkatan Kemampuan UMKM Produk Bakery di Kota Surabaya. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 224–232.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Pengusaha UMKM juga perlu pengelolaan keuangan loh. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20620>
- Pitaloka, V., Efrita, E., Mutmainnah, E., Kurniati, N., & Feriady, A. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Omzet Penjualan Sayuran di Pasar Rakyat Kecamatan Amen Kabupaten Lebong. *Jurnal AGRIBIS*, 16(1), 2101–2109.
- Pramono, R., Hulu, M., Larosa, D. B., Agungputranto, A., & Kusumo, H. K. E. (2022). Pengolahan Minuman Tradisional Berbahan Daun Kelor di Kampung Wisata Kranggan Kota Tangerang Selatan. *Prosiding PKM-CSR*, 5, 2655–3570.
- Putri, K. A., Wijayanti, R., Hardini, Y. T., & Pradipta, R. (2021). Pendampingan *Brand Positioning* UMKM Cireng Bu Sukarni Desa Pasir Lor Kecamatan Karanglewas Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(1), 34–46.
- Rianto, H. O. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291–299.
- Rohim, I. K. (2017). Manajemen Usaha dan Produksi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Carang Wulung Wonosalam. *Comvice: Journal of Community Service*, 1(1), 23–28.
- Sabrina, K. P. (2021). Analisis Penerapan Tata Kelola Pada Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Auditing*, 2(1), 65–78.
- Sari, E. K., & Ria, B. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengolahan Minuman Tradisional Berkhasiat di Dusun Pelem Sewu, Panggungharjo, Sewon, Bantul. *Epmas: Edukasi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 19–29.
- Septian, J., & Rahayu, W. P. (2014). Pengetahuan Pelabelan Produsen Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 1(2), 145–150.
- Soimah, D. Q. (2023). Urgensi Legalitas Usaha bagi UMKM. *Jurnal Benuanta*, 2(1).
- Swastha, B. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta
- Wulandari, A., Cahyani, W. K. D., Widodo, R., & Widyalasmono, R. P. (2022). Desain Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu (*Morinda Citrifolia*) untuk Meningkatkan Pemasaran di UD Manjur Makmur. *Jurnal Agroteknologi*, 16(2), 135–147.