
Strategi Peningkatan Legalitas, Pemasaran, Dan Keberlanjutan Usaha Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang U & Z Snack Ria

^{1*}Asep Sugito, ²Wawan kurniawan, ³Elisa Amalia, ⁴Emin Muhaemin
STIE Miftahul Huda, Subang, Jawa Barat, Indonesia
Email: asepsugito33@gmail.com, waone.kurniawan83@gmail.com,
elisaamalia2003@gmail.com

Submit: 1 Mei 2024

Diterima: 12 Mei 2024

Online: 27 Mei 2024

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) keripik pisang U & Z Snack Ria yang berlokasi di Desa Mundusari, Kecamatan Pusakanagara, Kabupaten Subang. UMKM ini menghadapi beberapa permasalahan, termasuk legalitas usaha yang belum lengkap, sistem manajemen dan akuntansi yang masih manual, serta pemasaran yang belum optimal, terutama dalam penjualan online. Melalui kegiatan pengabdian ini, dilakukan berbagai intervensi seperti pendampingan pembuatan perizinan usaha, pelatihan manajemen keuangan dengan sistem akuntansi sederhana, serta strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan dalam sistem pengelolaan keuangan dan perluasan jangkauan pemasaran UMKM melalui platform online. Selain itu, upaya legalisasi juga telah membantu UMKM ini untuk lebih diakui secara resmi oleh pemerintah daerah, yang diharapkan dapat membuka peluang baru dalam mengembangkan usaha di masa mendatang. Dengan pendekatan holistik dalam mengatasi berbagai permasalahan UMKM, diharapkan usaha ini dapat lebih berkembang dan berkelanjutan, serta memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat setempat.

Kata Kunci: Pengembangan UMKM, Keripik Pisang, Legalitas Usaha, Pemasaran Digital, Manajemen Keuangan

Abstract

This community service aims to assist the development of the U & Z Snack Ria banana chip small and medium enterprise (SME) located in Mundusari Village, Pusakanagara Subdistrict, Subang Regency. This SME faces several challenges, including incomplete business legality, manual management and accounting systems, and suboptimal marketing, particularly in online sales. Through this community service, various interventions were conducted, such as assistance in obtaining business licenses, financial management training using a simple accounting system, and digital marketing strategies. The outcomes of this activity show improvements in financial management systems and the expansion of the SME's market reach through online platforms. Additionally, the legalization efforts have helped this SME gain official recognition from the local government, which is expected to open new opportunities for business development in the future. With a holistic approach to addressing various SME challenges, it is hoped that this business can grow and sustain itself while contributing positively to the local economy and empowering the local community.

Keywords: SME Development, Banana Chips, Business Legality, Digital Marketing, Financial Management

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, menjadi tulang punggung bagi banyak keluarga dan komunitas di seluruh negeri. Di tengah persaingan global dan tantangan ekonomi, UMKM memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, meskipun kontribusinya yang signifikan, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi pertumbuhan dan keberlanjutannya. Salah satu contoh nyata adalah

UMKM keripik pisang "U & Z Snack Ria" yang berlokasi di Desa Mundusari, Kecamatan Pusakanagara, Kabupaten Subang.

UMKM keripik pisang U & Z Snack Ria didirikan oleh Ibu Dasiah, seorang pengusaha lokal yang terinspirasi oleh kecintaan masyarakat sekitar terhadap makanan ringan. Pendirian UMKM ini dilatarbelakangi oleh tingginya permintaan akan camilan di daerah tersebut, yang secara alami memudahkan proses pemasaran produk (Solihat, 2023). Sejak awal, bisnis ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, didukung oleh dukungan masyarakat lokal dan reputasi produk yang berkualitas. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, U & Z Snack Ria juga menghadapi berbagai tantangan, mulai dari legalitas usaha hingga pemasaran dan keberlanjutan bisnis.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh U & Z Snack Ria adalah kurangnya legalitas yang lengkap. Meskipun telah memperoleh izin usaha dari pemerintah desa, UMKM ini belum memiliki izin resmi dari pemerintah kabupaten, yang merupakan persyaratan penting untuk mengembangkan bisnis ke skala yang lebih besar dan memasuki pasar yang lebih luas (Solihat, 2023). Legalitas usaha adalah aspek kritis yang sering kali diabaikan oleh banyak pelaku UMKM, padahal hal ini sangat penting untuk memastikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Legalitas yang lengkap tidak hanya memberikan keamanan hukum bagi pemilik usaha, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis, serta membuka akses ke berbagai program bantuan pemerintah yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM.

Selain masalah legalitas, tantangan lain yang dihadapi oleh U & Z Snack Ria adalah dalam hal pemasaran dan distribusi produk. Sebagai usaha kecil yang berbasis di pedesaan, U & Z Snack Ria masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung ke konsumen lokal dan pemasaran dari mulut ke mulut (Solihat, 2023). Meskipun metode ini efektif dalam skala kecil, namun terbatas dalam mencapai pasar yang lebih luas, terutama di era digital saat ini di mana penjualan online dan pemasaran digital menjadi kunci untuk mencapai konsumen yang lebih luas dan lebih beragam. Oleh karena itu, penting bagi UMKM seperti U & Z Snack Ria untuk mengadopsi strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain tantangan pemasaran, aspek keberlanjutan bisnis juga menjadi perhatian penting. Keberlanjutan bisnis UMKM tidak hanya tergantung pada kemampuan untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada kemampuan untuk mengelola sumber daya dengan efisien, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan menjaga kualitas produk. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan pola konsumsi, UMKM perlu terus berinovasi dan beradaptasi untuk tetap relevan dan kompetitif. Inovasi dalam produk, proses produksi, dan strategi pemasaran menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Solihat, 2023).

Lebih lanjut, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat, sangat diperlukan untuk membantu UMKM seperti U & Z Snack Ria mengatasi tantangan yang dihadapi. Pemerintah dapat berperan dengan menyediakan program pelatihan dan pendampingan, serta memperluas akses ke modal dan pasar. Lembaga keuangan juga perlu meningkatkan aksesibilitas pinjaman dan layanan keuangan lainnya bagi UMKM, terutama yang berada di daerah terpencil. Sementara itu, masyarakat dapat mendukung dengan memilih produk lokal dan mempromosikan UMKM di komunitas mereka.

Di sisi lain, tantangan internal seperti manajemen keuangan dan sumber daya manusia juga perlu diperhatikan. Banyak UMKM yang masih mengelola keuangan secara manual dan sederhana, tanpa menggunakan sistem akuntansi yang memadai. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan dalam penghitungan keuntungan dan kerugian, serta menghambat pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan data keuangan yang akurat (Solihat, 2023). Oleh karena itu,

penting bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan kapasitas manajemen keuangan mereka, baik melalui pelatihan maupun penggunaan teknologi yang dapat membantu dalam pencatatan dan analisis keuangan.

Selain itu, pengembangan sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Karyawan yang terampil dan berkomitmen dapat menjadi aset berharga bagi bisnis, terutama dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan. Namun, banyak UMKM yang kesulitan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan yang berkualitas, terutama di daerah pedesaan di mana akses ke pendidikan dan pelatihan seringkali terbatas. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas karyawan, baik melalui pelatihan internal maupun eksternal (Solihat, 2023).

UMKM juga perlu memperhatikan aspek lingkungan dalam operasional bisnis mereka. Pengelolaan limbah dan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan menjadi semakin penting di tengah meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan. Dengan mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan, UMKM tidak hanya dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra dan reputasi bisnis di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Secara keseluruhan, pendirian dan pengembangan UMKM seperti U & Z Snack Ria mencerminkan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh banyak UMKM di Indonesia. Meskipun menghadapi berbagai hambatan, dengan dukungan yang tepat dan strategi yang efektif, UMKM memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional. Pendekatan yang holistik, yang mencakup peningkatan legalitas, pemasaran, manajemen keuangan, pengembangan sumber daya manusia, dan keberlanjutan lingkungan, diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang bagi UMKM seperti U & Z Snack Ria.

Melalui contoh konkret ini, dapat dilihat bahwa pengembangan UMKM bukan hanya tentang bagaimana menghasilkan keuntungan, tetapi juga tentang bagaimana membangun bisnis yang kuat, berkelanjutan, dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Ini menuntut pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek bisnis, serta komitmen untuk terus belajar dan berinovasi. Dengan demikian, UMKM tidak hanya akan menjadi penopang perekonomian lokal, tetapi juga pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

METODE

Metode dalam penelitian ini dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria di Desa Mundusari, Kecamatan Pusakanagara, Kabupaten Subang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan pendekatan yang efektif dalam memahami fenomena yang kompleks dalam konteks kehidupan nyata. Oleh karena itu, metode ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut, serta untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

Langkah pertama dalam metode penelitian ini adalah melakukan observasi langsung terhadap kegiatan operasional UMKM. Observasi ini bertujuan untuk memahami alur produksi, manajemen, serta pemasaran produk kripik pisang yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Menurut Creswell (2014), observasi lapangan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang lebih valid karena peneliti dapat melihat langsung proses yang terjadi tanpa ada intervensi dari pihak luar. Observasi dilakukan selama beberapa minggu untuk memastikan data yang diperoleh adalah representasi yang akurat dari situasi yang ada.

Selain observasi, wawancara mendalam dengan pemilik UMKM juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif internal mengenai masalah yang dihadapi dan harapan ke depan.

Wawancara ini dilakukan secara semi-terstruktur, sehingga memungkinkan pemilik untuk memberikan informasi yang lebih kaya dan detail tentang pengalaman mereka dalam menjalankan usaha. Seperti yang dikemukakan oleh Kvale (2007), wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik lebih dalam sambil tetap fokus pada tujuan penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kendala utama dalam pengembangan usaha, seperti masalah legalitas, manajemen keuangan, dan pemasaran.

Setelah data dari observasi dan wawancara dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah analisis data dengan pendekatan tematik. Analisis tematik adalah proses pengidentifikasian, analisis, dan pelaporan pola (tema) dalam data yang dapat memberikan wawasan tentang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Braun dan Clarke (2006) menyatakan bahwa analisis tematik merupakan metode yang fleksibel dan dapat diterapkan dalam berbagai penelitian kualitatif. Dalam konteks penelitian ini, analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data observasi dan wawancara, seperti tantangan legalitas, kendala produksi, dan strategi pemasaran.

HASIL KEGIATAN

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek penting yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria. Aspek-aspek tersebut mencakup legalitas usaha, pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif. Pengaruh dari intervensi yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini tidak hanya terlihat pada perubahan internal dalam manajemen UMKM, tetapi juga pada peningkatan daya saing di pasar yang lebih luas. Untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam, berikut adalah penjelasan dan pengembangan dari hasil-hasil tersebut.

Legalitas Usaha sebagai Landasan Pengembangan

Salah satu hasil utama dari kegiatan pengabdian ini adalah perolehan legalitas resmi untuk UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria. Legalitas usaha adalah elemen krusial yang sering kali diabaikan oleh banyak pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan. Sebelum adanya intervensi dari tim pengabdian masyarakat, UMKM ini hanya memiliki izin usaha dari pemerintah desa, namun belum mendapatkan pengakuan resmi dari pemerintah kabupaten. Ketidakhadiran legalitas resmi ini menjadi hambatan besar bagi UMKM dalam upaya ekspansi dan pemasaran ke wilayah yang lebih luas. Dengan adanya bantuan dari tim pengabdian untuk mengurus perizinan usaha secara online, UMKM ini sekarang telah memiliki surat izin usaha mikro kecil yang diakui oleh pemerintah kabupaten. Legalitas ini memberikan banyak keuntungan bagi UMKM, termasuk akses ke berbagai program bantuan pemerintah, perlindungan hukum, serta peningkatan kepercayaan konsumen.

Keberadaan legalitas resmi ini juga membuka peluang bagi UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria untuk terlibat dalam tender atau proyek pemerintah yang memerlukan legalitas usaha sebagai salah satu persyaratan. Selain itu, legalitas juga memungkinkan UMKM ini untuk bekerja sama dengan pihak ketiga seperti distributor atau pengecer besar yang memerlukan jaminan legalitas dari produk yang mereka jual. Dengan demikian, legalitas resmi ini bukan hanya sebagai formalitas administratif, tetapi juga sebagai fondasi kuat bagi pengembangan usaha yang lebih besar dan lebih profesional di masa depan.

Pengelolaan Keuangan yang Lebih Terstruktur

Aspek kedua yang mengalami peningkatan signifikan adalah pengelolaan keuangan UMKM. Sebelum adanya pelatihan dan bimbingan dari tim pengabdian masyarakat, sistem keuangan yang diterapkan di UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria masih sangat sederhana dan manual. Pencatatan keuangan hanya dilakukan secara kasar dan tidak terstruktur, yang sering kali menyebabkan kebingungan dalam menentukan laba bersih, menghitung beban produksi, atau memprediksi arus kas di masa depan. Sistem keuangan yang tidak teratur ini

bisa menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan usaha, karena ketidakjelasan dalam manajemen keuangan dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang tidak tepat, terutama terkait dengan pengeluaran dan investasi.

Dengan adanya pelatihan yang diberikan, Ibu Dasiah kini telah memahami pentingnya pembukuan yang rapi dan terstruktur. Tim pengabdian membantu memperkenalkan sistem akuntansi sederhana yang mudah dipahami dan diterapkan, meskipun UMKM ini masih dalam skala kecil. Pembukuan yang baik memungkinkan UMKM ini untuk memantau setiap transaksi keuangan, mulai dari pembelian bahan baku hingga penjualan produk. Selain itu, sistem ini juga membantu dalam perhitungan keuntungan secara lebih akurat, serta memberikan gambaran yang jelas mengenai arus kas masuk dan keluar. Dengan demikian, Ibu Dasiah kini dapat membuat laporan keuangan yang lebih transparan dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Pengelolaan keuangan yang baik juga berdampak pada kemampuan UMKM untuk mendapatkan pinjaman atau kredit dari lembaga keuangan. Dengan adanya catatan keuangan yang jelas dan terstruktur, UMKM ini memiliki kredibilitas yang lebih baik di mata bank atau investor. Ini membuka peluang bagi UMKM untuk mendapatkan modal tambahan yang dapat digunakan untuk ekspansi usaha, seperti pembelian mesin baru, peningkatan kapasitas produksi, atau bahkan pengembangan produk baru. Dengan demikian, peningkatan dalam aspek pengelolaan keuangan ini tidak hanya berdampak pada kelancaran operasional sehari-hari, tetapi juga pada pertumbuhan jangka panjang UMKM.

Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Online

Aspek ketiga yang mengalami perkembangan signifikan adalah strategi pemasaran. Sebelum intervensi, UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, di mana penjualan produk sebagian besar dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke tempat produksi atau melalui jaringan pertemanan Ibu Dasiah. Meskipun metode ini cukup efektif untuk pasar lokal, namun sangat terbatas dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama di era digital seperti sekarang ini.

Tim pengabdian masyarakat melihat peluang besar dalam pemasaran online yang dapat membantu UMKM ini menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya di Subang, tetapi juga di luar wilayah tersebut. Oleh karena itu, pelatihan intensif mengenai penggunaan platform digital untuk pemasaran dilakukan. Ibu Dasiah diajarkan cara membuat dan mengelola akun di berbagai platform marketplace, seperti Tokopedia dan Shopee, serta cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi produk. Tidak hanya itu, tim juga membantu dalam pembuatan website sederhana yang berfungsi sebagai etalase online bagi produk-produk yang dijual oleh UMKM ini.

Hasilnya, dengan mulai diterapkannya pemasaran online, penjualan produk mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Beberapa pesanan bahkan mulai datang dari luar wilayah Subang, yang sebelumnya tidak terjangkau oleh UMKM ini. Pemasaran online memungkinkan UMKM untuk tetap beroperasi dan menjual produk, bahkan di tengah pembatasan sosial yang mungkin terjadi akibat pandemi atau kondisi lainnya. Selain itu, pemasaran online juga memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memesan produk kapan saja dan di mana saja, yang secara tidak langsung meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap produk UMKM ini.

Strategi pemasaran online juga memberikan UMKM ini keunggulan kompetitif dibandingkan dengan usaha serupa di daerah yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional. Dengan pemasaran online, UMKM ini tidak hanya dapat mempromosikan produk secara lebih luas, tetapi juga dapat mengumpulkan data pelanggan, menganalisis tren penjualan, dan melakukan penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini sangat penting dalam era digital, di mana data menjadi salah satu aset paling berharga bagi bisnis.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria telah berhasil membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek penting, termasuk legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Dengan adanya legalitas resmi, UMKM ini kini memiliki landasan hukum yang kuat untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur memungkinkan UMKM untuk beroperasi dengan lebih efisien dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Sementara itu, strategi pemasaran online yang diterapkan telah membuka peluang baru bagi UMKM ini untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal dan meningkatkan penjualan produk secara signifikan.

Dengan hasil-hasil ini, UMKM Kripik Pisang U & Z Snack Ria tidak hanya siap untuk menghadapi tantangan-tantangan di masa depan, tetapi juga memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi usaha yang lebih besar dan lebih berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi lokal. Diharapkan, intervensi yang telah dilakukan ini dapat terus dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut oleh Ibu Dasiah dan timnya, sehingga UMKM ini dapat menjadi contoh sukses bagi usaha-usaha mikro lainnya di Desa Mundusari dan sekitarnya. Kesuksesan UMKM ini juga diharapkan dapat menginspirasi masyarakat lain untuk berani memulai usaha dan terus berinovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Suardika, I. B., & Soemanto, S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pada Umkm Azza Sablon Di Desa Wadeng Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik Jawa Timur. *Jurnal Valtech*, 5(2), 1-9.
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68-75.
- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional bagi UMKM: Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 34-38.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Kumala, D., Was' an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Produk Pakan Ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61-66.
- Romdoni, I. A., Purwanti, N., Hermawan, A., Haryadi, R. N., Pusvisasari, L., & Irawati, I. (2023). Pelatihan Keuangan dan Literasi Bisnis untuk UMKM: Pengabdian yang Berdampak pada Stabilitas Usaha Mikro di Sumedang. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39-43.
- Tulhusnah, L., Taufiqurrahman, E., & Ivanny, L. D. D. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Sablon dalam Upaya Peningkatan UMKM bagi Masyarakat Desa Kalibagor Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 7(2), 654-661.
- Wahyuni, I. I., Rochmatulloh, F., Romadhon, M., Jinan, M. T., Dewi, D. U., Sandi, R. A., ... & Puspita, A. D. (2023). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan UMKM Sono Sablon. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 93-97.
- Zukrina, D. J., Suryani, S., & Ismaulina, I. (2020). Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 115-123.