

## **PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDAMPINGAN DAN PENYULUHAN 5P UNTUK MENINGKATKAN PERFORMA UMKM TASHANDMADE ZHOFI**

**Betri, Maidiana Astuti Handayani, Ida Zuraidah, M. Amien Dwi Putra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang  
*betri.sirajuddin@gmail.com*

### **Abstract**

This community service is aimed at Tashandmade Zhofi MSMEs located at Perumda Jalan Lontar Blok H.1 No.6 RT.55 RW.15 Talang Kelapa Village, Alang-alang Lebar District Palembang South Sumatra. This activity involves partners who are micro productive communities who have problems in several kpi, from marketing techniques, production control, technology utilization, capital, to preparing financial budgets. Based on the existing problems, improvements will be implemented in these areas, followed by monitoring so that the impact can be sustainable. It is expected that after this community service activity, partners have knowledge in the areas of capital, marketing, production, digital techniques, and financial recording so as to improve partner performance. After knowing this knowledge, partners can make good decisions in developing their business.

*Keywords: MSMEs, 5Ps, Extension.*

### **Abstrak**

Pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan pada UMKM Tashandmade Zhofi berlokasi di Perumda Jalan Lontar Blok H.1 No.6 RT.55 RW.15 Kelurahan Talang Kelapa Kecamatan Alang-alang Lebar Palembang Sumatera Selatan. Kegiatan ini melibatkan mitra yang merupakan masyarakat produktif secara Mikro yang memiliki permasalahan di beberapa kpi, dari teknik pemasaran, pengendalian produksi, pemanfaatan teknologi, permodalan, hingga menyusun anggaran keuangan. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada, maka akan dilaksanakan peningkatan di area-area tersebut, yang dilanjutkan dengan monitoring sehingga dampak dapat berkelanjutan. Diharapkan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mitra memiliki pengetahuan di area permodalan, pemasaran, produksi, teknik digital, dan pencatatan keuangan sehingga meningkatkan performa mitra. Setelah mengetahui ilmu tersebut mitra dapat mengambil keputusan yang baik dalam mengembangkan usahanya.

*Keywords: UMKM, 5P, Penyuluhan.*

## **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi

tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian nasional dalam masa kritis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Manajemen dan tata kelola usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia merupakan hal

yang sangat penting untuk mengatur dan memperkuat bisnis. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah., 99% dari jumlah usaha di Indonesia. Namun, pengelolaan bisnis UMKM tidak mudah. Tata kelola dan manajemen keuangan UMKM juga merupakan tujuan utama dalam penguatan usaha di Indonesia. Dapat dilihat juga bahwa terdapat 62% UMKM yang dapat menerapkan tata kelola dengan baik, sementara 24% masih berada pada kategori buruk. Pada indikator transparansi dan independensasi, masih ada pelaku UMKM yang memiliki kinerja lemah.

Penelitian yang dilakukan di kawasan wisata Tiga Ras Sumatera Utara menunjukkan bahwa penguatan tata kelola dan manajemen keuangan usaha pada pelaku UMKM dapat mengurangi keterbatasan kinerja usaha dan membantu mengembangkan usaha. Untuk mengelola bisnis UMKM dengan baik, pengusaha perlu memahami tata kelola, manajemen mutu, dan manajemen risiko. Pendidikan dan pengembangan keterampilan manajemen dan keuangan juga merupakan langkah penting untuk mengembangkan usaha UMKM di Indonesia.

Dalam rangka pengembangan UMKM di Indonesia, pengurusan legalitas usaha sangat penting untuk mengembangkan usaha rakyat. Pemerintah menyediakan program dan pelatihan untuk mendorong pengembangan UMKM, termasuk pendidikan dan pengembangan keterampilan manajemen dan keuangan. Pelaku UMKM yang belum memiliki legalitas usaha dapat mengalami permasalahan, seperti tidak dapat menerima pembiayaan UMKM dari pemerintah karena belum memiliki perizinan usaha yang wajib.

Legalitas usaha merupakan penting bagi UMKM di Indonesia. Legalitas usaha adalah identitas usaha dan salah satu tingkatan perlindungan yang diberikan oleh pemerintah untuk pelaku UMKM. Memiliki legalitas usaha dapat memperluas akses pembiayaan yang diberikan oleh pemerintah maupun akses pembiayaan dari perbankan. Legalitas usaha juga menunjukkan kegiatan usaha yang akan dijalankan tidak terganggu dengan penerbitan, melindungi pelaku UMKM kedepannya. Pengurusan legalitas usaha dapat dilakukan secara online melalui online *Single Submission* (OSS), yang merupakan sistem perizinan usaha yang terintegrasi secara elektronik dan dikelola serta diselenggarakan oleh Lembaga Pentingnya Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

Poin penting selanjutnya pada bagian produksi di UMKM. Manajemen produksi adalah penting bagi UMKM di Indonesia karena ia mempengaruhi kinerja produksi, kualitas produk, dan efisiensi dalam mengelola usaha. Manajemen produksi UMKM di Indonesia dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti teori produksi, manajemen operasi, dan perencanaan kapasitas. Pendekatan ini dapat membantu UMKM untuk mengurangi biaya produksi, mengelola kualitas produk, dan mengelola persediaan. Kendala produksi, seperti kualitas bahan baku, proses produksi, dan persediaan, dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Pendekatan manajemen produksi dapat membantu UMKM untuk mengatasi kendala-kendala produksi dan mengelola kinerja produksi lebih baik. Manajemen produksi dapat membantu. Inovasi dan pengembangan produk dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kinerja produksi dan mengelola kualitas produk. Pendekatan produk yang lebih

baik dan mengelola kualitas produk lebih baik.

Hal selanjutnya yang mempengaruhi performa UMKM yaitu manajemen pemasaran. Kondisi pemasaran UMKM di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan secara jumlah dan diversifikasi usaha, serta mampu bertahan ditengah krisis ekonomi di era disruptif. Keterampilan manajemen pemasaran adalah penting bagi UMKM di Indonesia karena ia membantu UMKM untuk mengelola kinerja pemasaran lebih baik dan mengelola kualitas produk lebih baik. Pihak manajemen pemasaran tentang komunikasi pemasaran, pengetahuan kebijakan harga, peramalan penjualan, dan perancangan strategi pemasaran.

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi semua aspek kehidupan termasuk pada UMKM. UMKM era digital telah banyak berkembang dengan baik. UMKM dapat dengan mudah menjalankan bisnis mereka secara online dengan membuka toko online, memasarkan produk melalui aplikasi dan media sosial. Bila tidak memanfaatkan pemasaran digital, sulit bagi UMKM untuk bersaing dengan pesaing besar di pasar dalam hal biaya yang terlibat dan keahlian pembuatan strategi pemasaran konvensional, misalnya melalui media cetak. Pada era digital, pemasaran produk UMKM dapat melalui desain situs web yang tepat, pemasar dapat menjangkau target konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan dengan jaminan layanan yang lebih baik, serta dengan biaya yang relatif lebih efisien. Untuk sukses di era digital, UMKM juga perlu mengelola strategi pemasarannya dengan memanfaatkan teknologi digital.

Dapat disimpulkan bahwasannya program ini merupakan bentuk upaya

untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM dan juga menjadi lapangan bagi pengabdian dengan turun langsung dan menghadapi permasalahan yang terjadi pada UMKM sehingga dapat meningkatkan performa UMKM tersebut.

## TARGET, LUARAN, DAN ANALISIS

### 1. Target

Untuk membantu perkembangan usaha kecil dan menengah setempat, 5P Pelatihan dan Penyuluhan (Produksi, Pemasaran, Permodalan, Peningkatan Teknologi, dan Pengelolaan Keuangan) Melalui Kunjungan Tashandmade Zhofi Tingkatkan Kinerja UMKM memiliki tujuan di mana beberapa penyelesaian diberikan di semua aspek usaha kepada pengusaha UMKM. Program ini bertujuan memberikan pemahaman tentang pengelolaan usaha serta keterampilan untuk meningkatkan kegiatan usaha kepada pemilik UMKM, mulai dari bagian produksi, pemasaran, permodalan, pencatatan keuangan, hingga peningkatkan teknologi digital.

Melalui pendampingan, UMKM Tashandmade Zhofi dapat bersaing lebih baik di pasar, kinerja lebih efisien, jangkauan pasar lebih besar, dan bisnis dapat tumbuh dengan cara berkelanjutan. Adapun beberapa tujuan dari pengabdian sebagai berikut: (1) Untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan UMKM sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis dari perusahaan lainnya. (2) Untuk memasarkan produk dengan lebih efektif dan efisien. (3) Untuk mengelola usaha dengan manajemen keuangan yang baik serta kelengkapan legalitas usaha. (4) Untuk meningkatkan penggunaan teknologi dalam pengelolaan UMKM. (5) Untuk

meningkatkan permodalan dengan pencatatan keuangan yang baik.

## 2. Luaran

Untuk luaran yang dihasilkan dari kegiatan Pendampingan dan Penyuluhan 5P ini, sangat diharapkan dapat menghasilkan dan mencapai tujuan untuk meningkatkan performa UMKM Tashandmade Zhofi. Luaran yang dapat dihasilkan dari kegiatan ini sebagai berikut: (1) Peningkatan Efisiensi Produksi dan Akurasi Harga. UMKM dapat menghemat biaya bahan baku dan menetapkan harga jual produk secara efektif, efisien, dan ekonomis dengan komponen biaya yang lebih rendah yang dapat meningkatkan kesesuaian penawaran dan permintaan sehingga harga dapat tepat sasaran. (2) Strategi Pengembangan Teknologi Pemasaran. Kegiatan pemasaran produk UMKM juga dilakukan melalui social media dan e-commerce platform, dimana terdapat peningkatan area penjualan produk dengan menjangkau area yang lebih luas. (3) Akses dalam permodalan. UMKM diharapkan setelah menyusun laporan keuangan akan mendapatkan akses permodalan untuk mengembangkan usaha yang dimiliki oleh pemilik UMKM dimana dapat gambaran mengajukan kepada bank ataupun beberapa investor yang ingin menginvestasikan sejumlah aset kepada UMKM jika mereka telah melihat performa dan peluang UMKM dari laporan keuangan yang dihasilkan.

## 3. Analisis UMKM Tashandmade Zhofi

UMKM Zhofi atau Tas Handmade Zhofi merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kriya yaitu tas handmade dengan mengangkat kearifan lokal yang menggunakan bahan baku jeans dan kain khas daerah Palembang yaitu kain jumputan dan

kain tenun (tajung, blongsong, blongket, dll). Zhofi juga mengaplikasikan kulit kayu yang berasal dari daerah sumatera selatan sebagai bahan untuk produknya. Zhofi didirikan oleh ibu Masayu Maryani atau akrab dipanggil ibu Noni. Akrab dengan dunia fashion, khususnya menjahit sejak kecil, menjadikan ibu Noni kini menyeriusi bisnis penjahitan kriya.

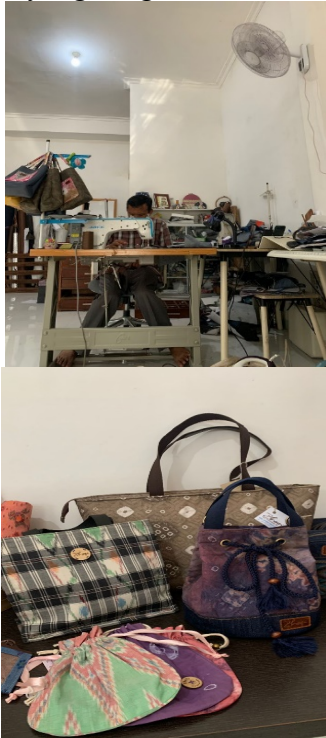


Gambar 1. Gallery UMKM Zhofi

Bermula dari hobi menjahit pernak-pernik, termasuk tas untuk pemakaian pribadi sehari-hari hingga kini karya buaatannya dikenal banyak kalangan melalui UMKM Zhofi. Tepatnya November 2017, ibu Noni mulai memantapkan hati untuk membuat dan menerima pesanan tas dari customer. Jenis tas yang diproduksi pun beragam mulai dari tas selempang, ransel, pouch, kotak tisu, dompet, dan lain-lain dengan perpaduan jeans, kain khas daerah Palembang dan kulit kayu. Masing-masing tas memiliki motif dengan teknik jahit yang juga unik, tak hanya teknik yang umum, Ibu Noni juga mengaplikasikan teknik boro, patchwork dan teknik tambal kain ala negeri sakura.

Adapun kejadian, manajemen bahan baku pada UMKM zhofi masih kurang baik dikarenakan belum tercatat secara rapi bahan yang tersedia, lalu belum ada riset pemasok bahan baku yang efisien, masih mengambil dari pemasok toko online sehingga menyebabkan kelemahan memakan waktu yang cukup lama dan tidak bisa menjamin secara objektif kualitas dari

bahan baku tersebut. Untuk pencatatan bahan baku yang tersedia masih secara manual dan belum menggunakan digital sehingga dapat beresiko terjadinya salah saji yang menyebabkan terjadinya biaya produksi yang sangat besar.



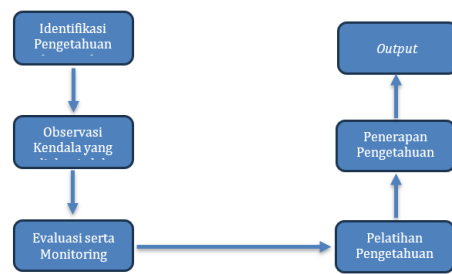
Gambar 2 Proses Pembuatan Produk Zhofi dan Produk UMKM Zhofi

## METODE

Metode yang digunakan di dalam pengabdian ini secara garis besar dengan metode *online/daring* dan *offline/luring* yang akan dilaksanakan oleh ketua pengabdian serta anggota pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dari program studi akuntansi. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pendampingan dan penyuluhan 5P (Produksi, Pemasaran, Permodalan, Peningkatan Teknologi, dan Pengelolaan Keuangan) untuk meningkatkan performa UMKM ini diantaranya: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Palembang

(dosen dan mahasiswa/i), UMKM Tashandmade Zhofi.

Metode dan tahapan dalam pencapaian Pengabdian kepada masyarakat dimulai dari identifikasi kebutuhan UMKM, observasi, pelatihan, penerapan, evaluasi, lalu tercapainya objektif dalam memperbaiki kendala yang ada serta menilai keberhasilan kegiatan pengabdian.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan

Rencana kegiatan Pengabdian dijabarkan sebagai berikut: (1) Identifikasi Pengetahuan dan Kondisi. Tahapan mengidentifikasi pengetahuan ini bermaksud untuk mengetahui sejauh mana owner UMKM mengetahui beberapa fungsi penting dalam sebuah bisnis yakni, produksi, pemasaran, permodalan, peningkatan teknologi, dan pengelolaan keuangan sebagai acuan dalam menentukan performa suatu bisnis. (2) Observasi kendala yang dialami oleh UMKM. Melakukan observasi terkait kendala yang dialami oleh UMKM secara langsung dilakukan oleh tim pengabdian bertujuan untuk mengetahui apa saja kendala secara mendetail yang dialami oleh UMKM agar dapat mengkaji lebih dalam terkait cara terbaik dalam mengatasi kendala yang terdapat di dalam UMKM tersebut. (3) Pelatihan Pengetahuan 5P. Tahapan pelatihan dilaksanakan secara rutin yang dilaksanakan oleh anggota tim pengabdian dengan tiap-tiap pokok poin dari 5P. Sistem pelatihan yang diberikan, peserta diberikan penyuluhan oleh tim pengabdian dengan

mengaplikasikan kendala yang telah diketahui melalui tahapan observasi. (4) Penerapan pengetahuan 5P. Tahapan penerapan dilaksanakan setelah mitra telah diberikan penyuluhan terkait cara menangani kendala yang dialami dan mengaplikasikan ilmu mengenai 5P. Mitra akan diberikan modul untuk menjadi pedoman tambahan terkait ilmu 5P. (5) Evaluasi serta monitoring. Tahapan akhir merupakan tahapan evaluasi dan monitoring, tim pelaksana melakukan monitoring setiap minggu secara luring dan monitoring secara daring secara 24/7 terkait kendala lapangan yang tidak terduga. Adapun evaluasi yang dilaksanakan di akhir periode dengan memperhatikan kekurangan yang diukur melalui tabel indikator kpi pada setiap poin dari 5P.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan dan Penyuluhan 5P (Produksi, Pemasaran, Permodalan, Peningkatan Teknologi, dan Pengelolaan Keuangan) untuk Meningkatkan Performa UMKM Tashandmade Zhofi telah dilaksanakan dengan berbagai hasil yang menunjukkan perkembangan positif dalam pengelolaan UMKM. Fokus pendampingan ini adalah membantu UMKM mengatasi berbagai kendala dalam aspek efisiensi penggunaan bahan baku, penentuan harga jual, strategi pemasaran digital, akses permodalan, adopsi teknologi sederhana, dan pengelolaan keuangan. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari setiap aspek yang didampingi.

### Produksi

Pendampingan dalam efisiensi penggunaan bahan baku dan penentuan harga jual produk telah memberikan dampak positif bagi UMKM Tashandmade Zhofi. Sebelum

pelaksanaan pendampingan, UMKM sering mengalami pemborosan bahan baku karena kurangnya pemahaman terkait pengelolaan stok yang efisien. Selain itu, penetapan harga jual belum memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi secara rinci, sehingga margin keuntungan tidak maksimal. Setelah pendampingan, UMKM mampu mengelola bahan baku dengan lebih efisien dan menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan biaya yang lebih akurat, memastikan keuntungan yang lebih layak dan daya saing yang lebih baik di pasar.



Gambar 4. Produksi

### Pemasaran

Pada aspek pemasaran, pendampingan ini membantu UMKM memperluas jangkauan pasar melalui penerapan strategi pemasaran digital. Sebelum pendampingan, pemasaran produk Tashandmade Zhofi masih bersifat konvensional, mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan jaringan lokal. Melalui pelatihan pemasaran digital, UMKM kini lebih aktif menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Konten pemasaran juga dibuat lebih menarik dengan foto produk berkualitas dan deskripsi yang lebih jelas. Dampak dari penerapan pemasaran digital ini telah memperkuat interaksi dengan konsumen serta meningkatkan visibilitas produk secara signifikan.



Gambar 5. Pemasaran

### Permodalan

Sebelum pendampingan, UMKM Tashandmade Zhofi mengalami keterbatasan akses permodalan yang menjadi hambatan untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Salah satu faktor utamanya adalah belum tersusunnya laporan keuangan yang matang, yang menjadi syarat penting dalam pengajuan permodalan. Selama pendampingan, UMKM dibimbing untuk menyusun laporan keuangan yang teratur dan akurat. Walaupun UMKM belum memperoleh modal secara langsung, laporan keuangan yang matang kini memungkinkan UMKM untuk mengakses berbagai peluang permodalan dari pemerintah dan lembaga keuangan lainnya. Dengan adanya laporan yang rapi, UMKM Tashandmade Zhofi lebih siap untuk mengajukan permohonan permodalan di masa depan.



Gambar 6. Permodalan

### Peningkatan Teknologi

Dalam aspek peningkatan teknologi, UMKM Tashandmade Zhofi telah mulai mengadopsi teknologi sederhana untuk mendukung proses produksi dan pemasaran. Sebelum kegiatan pendampingan, proses produksi masih dilakukan secara

manual, yang menyebabkan waktu produksi yang lebih lama dan efisiensi yang rendah. Melalui pendampingan ini, UMKM diperkenalkan dengan teknologi sederhana yang dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi waktu proses produksi. Selain itu, UMKM juga mulai memanfaatkan aplikasi digital untuk mengelola penjualan dan stok barang, yang membantu dalam pengelolaan usaha secara keseluruhan.



Gambar 7. Peningkatan Teknologi digital

### Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang kurang terstruktur merupakan salah satu kendala yang dihadapi UMKM Tashandmade Zhofi sebelum kegiatan ini. Sebelumnya, UMKM tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur, sehingga sulit untuk memantau arus kas dan keuntungan. Setelah mendapatkan pendampingan, UMKM mulai menerapkan sistem pembukuan sederhana yang mencakup pencatatan pengeluaran, pemasukan, dan laporan laba rugi. Sistem ini membantu UMKM untuk memantau kondisi keuangan mereka dengan lebih baik dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data yang tersedia. Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, UMKM kini dapat merencanakan pengembangan usaha ke depan dengan lebih matang.



Gambar 8. Pengelolaan Keuangan

Berdasarkan hasil pendampingan, penerapan strategi 5P terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan performa UMKM Tashandmade Zhofi. Pendekatan ini membantu UMKM untuk lebih efisien dalam menggunakan bahan baku dan menetapkan harga jual yang lebih akurat. Selain itu, strategi pemasaran digital yang diterapkan memperluas jangkauan pasar, meskipun UMKM belum memperoleh modal langsung, mereka kini memiliki akses yang lebih baik ke permodalan dengan persiapan laporan keuangan yang matang. Adopsi teknologi sederhana juga telah meningkatkan efisiensi produksi, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, pendampingan ini menunjukkan bahwa pendekatan 5P dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Strategi ini dapat menjadi model yang dapat digunakan oleh UMKM lainnya dalam meningkatkan performa bisnis mereka.

## KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan 5P untuk UMKM Tashandmade Zhofi berhasil meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, akurasi penentuan harga, memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital, serta mempersiapkan akses

permodalan dengan laporan keuangan yang lebih matang. Penerapan teknologi sederhana juga membantu meningkatkan produktivitas, sementara pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur memperkuat fondasi bisnis. Program ini efektif dalam mendorong UMKM untuk lebih kompetitif dan siap menghadapi tantangan bisnis di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rohim, I. K. (2017). Manajemen Usaha Dan Produksi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Carang Wulung Wonosalam. *Comvice: Journal Of Community Service Vol 1 No 1 Issn 2615-8507*, Halaman 23- 28.
- Cnbc Indoensia. (2023, Maret 27). *Pentingnya Legalitas Usaha Untuk Pengembangan Ukm*. Diambil Kembali Dari Cnbcindonesia.Com: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20230327144009-25-424845/pentingnya-legalitas-usaha-untuk-pengembangan-ukm>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023, Juni 16). *Pentingnya Manajemen Produksi Untuk Ukm*. Diambil Kembali Dari Dinkop-Ukm.Jatengpro: <https://dinkop-ukm.jatengprov.go.id/berita/view/2772>
- Ernanda, D. (2024, Maret 17). *Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Pelaku Ukm*. Diambil Kembali Dari Majoo.Id: <https://majoo.id/solusi/detail/p>



- [entingnya-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.
- Harris, H. & Fadli, M. (2014). 'Penentuan Umur Simpan (*Shelf Life*) Pundang Seluang (*Rasbora Sp*) Yang Dikemas Menggunakan Kemasan Vakum Dan Tanpa Vakum', *Jurnal Saintek Perikanan*, 9(2), 53-62.
- Hartato Rianto, H. O. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri) Vol. 4, No. 2*, 291-299.
- 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*. Diambil Kembali Dari Istanaumkm.Pom.Go.Id: <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.
- Nurus Soimah, D. Q. (2023). Urgensi Legalitas Usaha Bagi Umkm. *Jurnal Benuanta Volume 2 No 1 E-Issn: 2962-7834, P-Issn: 2962-7818*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Pengusaha Umkm Juga Perlu Pengelolaan Keuangan Loh*. Diambil Kembali Dari Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id: <https://Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id/Frontend/Cms/Article/20620>
- Pitaloka, V., Efrita, E., Mutmainnah, E., Kurniati, N. & Feriady, A. (2023). 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi 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.
- Sabrina, K. P. (2021). Analisis

- Penerapan Tata Kelola Pada Kelompok Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing Vol.2 (No.1)*, 65 - 78
- Sari, E. K. & Ria, B. (2022). 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengolahan Minuman Tradisional Berkhasiat Di Dusun Pelem Sewu, Panggunharjo, Sewon, Bantul', *Epmas: Edukasi Dan Pengabdian Masyarakat*. 2(1), 019-029.
- Sari, N. & Andjasmara, T.C. (2023). 'Penanaman Tanaman Obat Keluarga (Toga) Untuk Mewujudkan Masyarakat Sehat', *Jurnal Bina Desa*, 5(1), 124-128.
- 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.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberti.
- Wulandari, A., Cahyani, W. K. D., Widodo, R. & Widyasmono, R. P. (2022). 'Desain Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu (*Morinda Citrifolia*) Untuk Meningkatkan Pemasaran Di Ud Manjur Makmur', *Jurnal Agroteknologi*, 16(2), 135-147.