

PENINGKATAN PENDAPATAN DAN KAPASITAS PRODUKSI MELALUI HAK PATEN MERK, SERTIFIKASI HALAL DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KUE "RECHA BUTTERY"

Dinda Vebrina¹⁾, Edysyah Putra²⁾, Hotmaida Lestari Siregar³⁾

¹⁾ Fakultas Pendidikan IPS dan Bahasa, Institut Pendidikan Tapanuli Selatan

²⁾ Fakultas Pendidikan Matematika dan IPA Institut Pendidikan Tapanuli Selatan

³⁾ Fakultas Pendidikan Matematika dan IPA Institut Pendidikan Tapanuli Selatan

dindavebrina1997@gmail.com

Abstract

This community service program aims to increase the income and production capacity of the Recha Buttery MSME through strengthening business legality, halal certification, production technology innovation, and digital marketing strategies. An analysis of the existing conditions shows that the partner faces several problems, including limited production capacity, inconsistent product quality, the absence of trademark protection and halal certification, simple business management, and traditional marketing strategies. The implementation methods included socialization, technical and non-technical training, assistance in using modern production equipment (mixer, convection oven, digital scale), preparation of production Standard Operating Procedures (SOP), implementation of digital bookkeeping applications, facilitation of halal certification, trademark registration, and application of digital marketing strategies through marketplaces and social media. The results indicate a nearly twofold increase in production capacity, more consistent product quality, stronger business legality with halal certification and Business Identification Number (NIB), and improved business management through digital bookkeeping. In terms of marketing, the new branding with professional packaging and digital promotion successfully expanded the market reach beyond the local area. In addition, the program created local resellers and absorbed new workers, providing positive socio-economic impacts for the surrounding community. In conclusion, this program successfully empowered Recha Buttery MSME to become more competitive, independent, and sustainable. The empowerment model based on legality, technological innovation, and digital marketing can be replicated for other MSMEs as a strategy to strengthen the local economy.

Keywords: *MSME, halal certification, trademark, technology innovation, digital marketing, community empowerment.*

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kapasitas produksi UMKM Recha Buttery melalui penguatan aspek legalitas usaha, sertifikasi halal, inovasi teknologi produksi, serta strategi pemasaran digital. Analisis kondisi eksisting menunjukkan bahwa mitra menghadapi berbagai permasalahan, antara lain kapasitas produksi terbatas, kualitas produk belum konsisten, belum adanya perlindungan merek dan sertifikat halal, manajemen usaha sederhana, serta strategi pemasaran yang masih tradisional. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis dan non-teknis, pendampingan penggunaan peralatan produksi modern (mixer, oven convection, timbangan digital), penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi, implementasi aplikasi pencatatan keuangan digital, fasilitasi pengurusan sertifikat halal, pengajuan hak merek, serta penerapan strategi pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi hampir dua kali lipat, kualitas produk lebih konsisten, legalitas usaha lebih kuat dengan sertifikat halal dan NIB, serta peningkatan manajemen usaha melalui pencatatan digital. Dari sisi pemasaran, branding baru dengan kemasan profesional dan promosi digital berhasil memperluas jangkauan pasar hingga di luar daerah. Selain itu, terbentuk reseller lokal dan penyerapan tenaga kerja baru yang memberi dampak sosial-ekonomi positif bagi masyarakat sekitar.

Dengan demikian, program ini berhasil memberdayakan UMKM Recha Buttery menjadi usaha yang lebih kompetitif, mandiri, dan berkelanjutan. Model pemberdayaan berbasis legalitas, inovasi teknologi, dan pemasaran digital ini dapat direplikasi untuk UMKM lain sebagai strategi penguatan ekonomi lokal.

Keywords: UMKM, sertifikasi halal, hak merek, inovasi teknologi, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia.

Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia disumbang oleh sektor UMKM. Tidak hanya itu, UMKM juga menyerap lebih dari 97 persen tenaga kerja nasional dan berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama di daerah. Namun, meskipun memberikan kontribusi yang besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan mendasar seperti keterbatasan modal, teknologi, legalitas, akses pasar, serta rendahnya literasi digital.

UMKM *Recha Buttery* di Tapanuli Selatan merupakan salah satu contoh nyata potret permasalahan tersebut. Usaha yang bergerak di bidang produksi kue kering dan basah ini cukup dikenal di lingkungan sekitar karena cita rasanya yang khas, tetapi perkembangannya masih terhambat. Dari sisi produksi, kapasitas masih sangat terbatas karena hanya mengandalkan peralatan sederhana sehingga sulit memenuhi permintaan dalam jumlah besar, terutama pada periode permintaan tinggi seperti bulan Ramadhan dan Idul Fitri. Dari sisi legalitas, usaha ini belum sepenuhnya terlindungi secara hukum, khususnya dalam aspek hak merek dagang dan

sertifikasi halal, padahal kedua hal tersebut sangat penting untuk memperkuat kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, manajemen usaha masih dikelola secara sederhana. Pencatatan keuangan dilakukan secara manual dengan buku tulis, sehingga rawan ketidakakuratan dan sulit digunakan untuk memantau perkembangan usaha atau mengambil keputusan bisnis. Kondisi ini semakin diperparah dengan keterbatasan strategi pemasaran. Promosi masih mengandalkan cara tradisional melalui mulut ke mulut, tanpa dukungan digital marketing yang memadai. Produk juga belum memiliki kemasan yang menarik maupun identitas merek yang kuat, sehingga sulit bersaing dengan produk serupa yang sudah lebih modern dan profesional.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan intervensi melalui pendampingan, penguatan kapasitas, dan penerapan inovasi teknologi. Peningkatan kapasitas produksi sangat penting agar usaha dapat memenuhi permintaan tanpa mengorbankan kualitas. Legalitas melalui sertifikasi halal dan perlindungan merek harus segera diurus untuk memberikan legitimasi hukum sekaligus meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Penerapan manajemen usaha berbasis teknologi digital perlu dilakukan agar tata kelola menjadi lebih akuntabel. Tidak kalah

penting, strategi pemasaran berbasis digital harus dioptimalkan agar produk mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan modern.

Apabila berbagai kendala tersebut tidak segera ditangani, potensi besar yang dimiliki *Recha Buttery* tidak akan berkembang secara optimal. Sebaliknya, apabila intervensi dilakukan secara tepat, usaha ini dapat naik kelas menjadi UMKM unggulan di Tapanuli Selatan. Lebih jauh, keberhasilan *Recha Buttery* tidak hanya berdampak pada pemilik usaha, tetapi juga pada masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja, terbentuknya reseller, serta penguatan ekonomi lokal. Oleh karena itu, pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini sangat relevan dan strategis dalam rangka memberdayakan UMKM berbasis inovasi teknologi, penguatan legalitas, serta optimalisasi pemasaran digital sebagai upaya mendorong pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Secara teoritis, posisi UMKM dalam pembangunan ekonomi telah banyak dibahas dalam literatur. Menurut Tambunan (2019), UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pemerataan pendapatan, dan memperkuat struktur ekonomi nasional. Lebih lanjut, OECD (2021) menekankan bahwa digitalisasi menjadi faktor krusial dalam transformasi UMKM modern, karena melalui adopsi teknologi digital UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat daya saing. Dalam konteks pemasaran, Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa *digital marketing* mampu memberikan jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih efisien, serta memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen.

Oleh karena itu, penerapan teknologi digital, legalitas usaha, serta inovasi manajemen menjadi landasan penting dalam mendorong UMKM untuk naik kelas dan berdaya saing di era global.

METODE

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif, terstruktur, dan berkelanjutan dengan melibatkan mitra UMKM *Recha Buttery* sebagai subjek utama, bukan hanya sebagai objek. Pendekatan yang digunakan memadukan *community empowerment*, *technology transfer*, serta *capacity building*, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan benar-benar relevan dengan kebutuhan mitra sekaligus mampu menciptakan keberlanjutan setelah program selesai.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dari tahap analisis kebutuhan dan permasalahan mitra. Pada tahap ini dilakukan observasi langsung ke lokasi usaha, wawancara dengan pemilik dan tenaga kerja, serta diskusi mendalam mengenai tantangan yang dihadapi. Hasil analisis menunjukkan adanya lima bidang utama yang membutuhkan intervensi, yaitu aspek produksi, legalitas, manajemen usaha, pemasaran, dan dampak sosial-ekonomi.

Tahap berikutnya adalah perencanaan program. Tim pengabdian bersama mitra menyusun rencana kegiatan berdasarkan prioritas masalah, ketersediaan sumber daya, dan peluang pengembangan usaha. Perencanaan ini mencakup pengadaan teknologi produksi, pendampingan legalitas, penyusunan SOP, pelatihan digitalisasi manajemen, serta strategi pemasaran berbasis digital. Penyusunan rencana dilakukan secara kolaboratif agar mitra merasa memiliki program dan berkomitmen untuk menjalankannya.

Implementasi program dilakukan dalam beberapa bentuk kegiatan. Pertama, pada aspek produksi, dilakukan pelatihan teknis penggunaan peralatan baru seperti mixer berkapasitas besar, oven convection, dan timbangan digital. Pelatihan diberikan dengan metode demonstrasi langsung sehingga mitra dapat mempraktikkan sekaligus memahami cara perawatan peralatan. Selain itu, disusun standar operasional prosedur (SOP) produksi yang menekankan higienitas, konsistensi kualitas, dan efisiensi waktu.

Kedua, pada aspek legalitas, tim pengabdian memfasilitasi proses pendaftaran sertifikasi halal melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) serta pengajuan hak merek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan dokumen yang disiapkan sesuai dengan persyaratan regulasi yang berlaku.

Ketiga, pada aspek manajemen usaha, dilakukan pelatihan pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital. Mitra diperkenalkan pada perangkat lunak sederhana yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi, menghitung laba-rugi, serta menyusun laporan keuangan bulanan. Pendampingan juga mencakup penguatan tata kelola organisasi usaha agar pembagian tugas lebih jelas dan efisien.

Keempat, pada aspek pemasaran dan branding, dilakukan pelatihan pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, serta pembukaan toko online di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Produk didesain ulang dengan kemasan yang lebih menarik dan dilengkapi label halal resmi. Selain itu, strategi promosi digital difokuskan pada *storytelling* produk, penggunaan iklan berbayar,

serta interaksi aktif dengan konsumen melalui media sosial. Seluruh kegiatan didukung dengan pendekatan pendampingan berkelanjutan. Tim pengabdian secara rutin melakukan monitoring untuk mengevaluasi perkembangan, mendiskusikan kendala yang dihadapi, serta memberikan solusi praktis. Evaluasi dilakukan melalui indikator capaian, baik kuantitatif (misalnya peningkatan kapasitas produksi, omzet penjualan, jumlah reseller) maupun kualitatif (peningkatan pengetahuan mitra, kepercayaan konsumen, dan daya saing produk). Metode ini dipilih karena mampu mengintegrasikan penguatan kapasitas teknis dengan pemberdayaan manajerial dan pemasaran. Dengan demikian, program tidak hanya berhenti pada pemberian bantuan alat atau pelatihan singkat, tetapi benar-benar mendorong transformasi usaha Recha Buttery menjadi UMKM yang mandiri, kompetitif, dan berdaya saing di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM *Recha Buttery* dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing usaha melalui penerapan hak paten merek, sertifikasi halal, dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini dilaksanakan secara partisipatif selama enam bulan di Kecamatan Angkola Selatan, Kabupaten Tapanuli Selatan. Pendekatan yang digunakan berfokus pada pemberdayaan dan peningkatan kapasitas mitra secara berkelanjutan, baik dari sisi produksi, manajemen usaha, maupun pemasaran.

4.1 Peningkatan Kapasitas Produksi

Sebelum pelaksanaan program,

proses produksi di UMKM *Recha Buttery* masih dilakukan secara tradisional, dengan kapasitas produksi terbatas sekitar 50 kg per minggu. Kondisi ini menyebabkan mitra sulit memenuhi permintaan pasar, terutama pada musim tertentu seperti Ramadan dan Idul Fitri. Melalui kegiatan ini, mitra memperoleh bantuan peralatan produksi modern berupa mesin pengaduk adonan (dough mixer), oven listrik convection, dan timbangan digital presisi.

Penggunaan teknologi tersebut memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi dan produktivitas. Waktu pengolahan adonan berkurang hingga 40%, sedangkan kapasitas produksi meningkat menjadi 100 kg per minggu. Selain itu, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang disusun bersama tim pengabdian menjamin kualitas produk yang lebih konsisten dari segi rasa, tekstur, dan daya tahan. Hasil ini membuktikan bahwa penerapan teknologi tepat guna dapat memperkuat daya saing UMKM, sebagaimana disampaikan oleh Damis dan Harun (2024), bahwa modernisasi alat produksi secara langsung berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan hasil produksi pada skala usaha kecil.

4.2 Perlindungan Hukum melalui Hak Paten Merek

Salah satu permasalahan utama mitra adalah belum adanya perlindungan hukum terhadap identitas usaha. Tim pengabdian mendampingi mitra dalam Sosialisasi dan pelatihan pendaftaran hak merek “Recha Buttery” ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Proses ini tidak hanya memberikan nilai legalitas, tetapi juga memperkuat identitas usaha dalam persaingan pasar.

Melalui kegiatan pendampingan

ini, pemilik usaha memahami pentingnya hak kekayaan intelektual dalam menjaga keaslian produk dan mencegah penggunaan merek oleh pihak lain tanpa izin. Hal ini sejalan dengan pendapat Apriani dan Said (2022), yang menegaskan bahwa perlindungan merek berperan penting dalam meningkatkan kredibilitas usaha kecil serta menjadi aset tak berwujud (*intangible asset*) bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, penerapan hak paten merek menjadi langkah strategis dalam memperkuat posisi UMKM di pasar lokal maupun nasional.

4.3 Sertifikasi Halal dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Konsumen

Keberhasilan UMKM *Recha Buttery* dalam memperoleh Sertifikat Halal dari BPJPH menjadi salah satu capaian penting dari kegiatan ini. Sebelum program, mitra belum memahami proses dan manfaat sertifikasi halal, padahal mayoritas konsumen di wilayah Tapanuli Selatan beragama Islam dan sangat memperhatikan aspek kehalalan produk.

Proses sertifikasi dilakukan melalui pendampingan administratif, audit halal oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), serta pelatihan penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Setelah sertifikat halal diperoleh, terjadi peningkatan signifikan dalam tingkat kepercayaan konsumen dan perluasan pasar. Produk *Recha Buttery* mulai diterima di toko oleh-oleh lokal dan mendapatkan pesanan dari luar daerah. Temuan ini sejalan dengan Wahyuni, Astuti, dan Bakhri (2020) yang menyatakan bahwa label halal berfungsi sebagai jaminan kepercayaan bagi konsumen Muslim serta menjadi faktor penentu keputusan pembelian dalam industri kuliner.

4.4 Transformasi Pemasaran melalui Digital Marketing

Sebelum kegiatan berlangsung, pemasaran produk hanya dilakukan secara konvensional, mengandalkan pelanggan tetap di lingkungan sekitar. Setelah pelatihan dan pendampingan, mitra berhasil mengembangkan strategi pemasaran digital dengan membuka akun bisnis di platform Shopee, Instagram, dan TikTok. Pelatihan yang diberikan meliputi pembuatan konten promosi, teknik fotografi produk, *copywriting*, dan pengelolaan iklan berbayar (*ads*).

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital meningkatkan interaksi konsumen secara signifikan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Brata et al. (2021), yang menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperluas pasar UMKM secara efisien dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

4.5 Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi kegiatan terlihat dari peningkatan pendapatan usaha dan penyerapan tenaga kerja baru. Pendapatan bulanan mitra meningkat sebesar **50%**, dari Rp6.000.000 menjadi Rp9.000.000. Selain itu, UMKM kini mempekerjakan dua tenaga kerja tambahan untuk proses pengemasan dan distribusi produk. Dari sisi sosial, terbentuk jaringan **reseller masyarakat lokal**, yang tidak hanya membantu distribusi, tetapi juga memperoleh penghasilan tambahan. Dengan demikian, kegiatan ini menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap ekonomi lokal.

Hasil ini mendukung temuan Hapsari et al. (2024) bahwa penguatan kapasitas UMKM berbasis inovasi mampu memperluas kesempatan kerja

dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan ini turut berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) poin 1 (Tanpa Kemiskinan) dan poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi).

4.6 Pembahasan Umum

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi antara legalitas usaha (hak merek dan sertifikasi halal) serta digitalisasi pemasaran memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan pendapatan dan kapasitas produksi UMKM. Hak paten merek memperkuat posisi hukum dan identitas produk, sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sementara pemasaran digital membuka akses pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang efisien.

Model pemberdayaan yang diterapkan terbukti efektif dalam mempercepat transformasi usaha kecil menjadi entitas bisnis yang lebih profesional, berorientasi pasar, dan berkelanjutan. Pendekatan ini juga dapat direplikasi pada UMKM lain dengan karakteristik serupa, terutama di sektor kuliner yang menghadapi tantangan dalam aspek legalitas dan pemasaran digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi langsung, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan kapasitas masyarakat melalui penguatan inovasi, teknologi, dan tata kelola usaha.

Dokumentasi Kegiatan



Foto Bersama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Bersama Tim PKM dan Mitra



Penyerahan Teknologi Tepat Guna dari TIM PKM kepada Mitra



Sertifikasi Hala Produk Recha Buttery

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan pendapatan dan kapasitas produksi melalui hak paten merek, sertifikasi halal, serta pemasaran digital pada UMKM *Recha Buttery* telah memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dari aspek produksi, penerapan teknologi modern dan standar operasional prosedur (SOP) berhasil menggandakan kapasitas produksi sekaligus meningkatkan efisiensi waktu dan konsistensi kualitas produk. Dari sisi legalitas, proses pendaftaran hak merek dan perolehan sertifikat halal memperkuat posisi hukum serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Dari aspek pemasaran, penerapan strategi digital marketing melalui media sosial dan marketplace terbukti efektif memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi konsumen, dan menaikkan penjualan hingga hampir dua kali lipat. Secara ekonomi, program ini berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan mitra sebesar 50% dan membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi antara inovasi teknologi, perlindungan hukum, dan digitalisasi pemasaran menjadi faktor kunci dalam memperkuat ketahanan dan kemandirian UMKM. Model pemberdayaan ini dapat direplikasi pada usaha sejenis, khususnya di sektor kuliner, sebagai strategi efektif dalam mewujudkan pembangunan ekonomi berbasis masyarakat yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Melalui bantuan pendanaan, fasilitas, serta arahan yang diberikan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM *Recha Buttery* dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan capaian yang bermanfaat.

Ucapan terima kasih juga disampaikan atas bimbingan, monitoring, dan evaluasi yang dilakukan DPPM sepanjang proses pelaksanaan kegiatan. Dukungan tersebut tidak hanya membantu dalam aspek administratif, tetapi juga memberikan motivasi serta memastikan program berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Semoga kerja sama ini dapat terus terjalin di masa yang akan datang, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat semakin memberi kontribusi nyata bagi pemberdayaan UMKM dan pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). *Upaya perlindungan hukum terhadap industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi, 3(2), 45–53.
- Brata, B. H., Susilo, H., & Aini, E. K. (2021). *Pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM di era industri 4.0*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 9(1), 15–25.
- Damis, S., & Harun, H. (2024). *Peningkatan pendapatan usaha UMKM melalui digitalisasi bisnis di Desa Tanra Tuo, Kabupaten Pinrang*. Economics and Digital Business Review, 5(1), 325–331.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). *Analisis peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 4(1), 10–18.
- Kaniasari, E., & Fitryantica, A. (2024). *Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah melalui perlindungan hak merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 untuk peningkatan daya saing usaha*. Jurnal Hukum dan Sosial, 2(2), 57–66.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Pratiwi, R. (2024). *Implementasi sertifikasi halal untuk meningkatkan penjualan pada UMKM kuliner tahu gibal Pak Edi Kota Semarang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 11(3), 33–37.
- Suryana, Y. (2018). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Wahyudi, E., & Prasetyo, A. (2020). *Digitalisasi UMKM: Strategi Penguatan Daya Saing di Era*

- Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 145–
- Wahyuni, S., Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2020). *Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 43–47.