
UMKM Naik Kelas
Produk Lokal Peluang Global
UMKM Go Digital
MANAJEMEN & PENGEMBANGAN UMKM
Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha
"Dari Lokal untuk Dampak Global"
KONSEP YANG RELEVAN
STRATEGI YANG APLIKATIF
DIGITALISASI UNTUK PERTUMBUHAN
PRAKTIK USAHA DI LAPANGAN
Penulis:
Dr. Nurdiansyah, S.M., M.M., CPM., CHRM., Ph.D. (Cand).
Dr. Paulus Djohan Lolo, S.E., M.M.
Ina Yulianadewi, S.E., M.M.
Nurdiana, S.E., M.M.
UMKM Kuat Ekonomi Rakyat Sehat Indonesia Hebat

MANAJEMEN & PENGEMBANGAN UMKM

Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha

Dr. Nurdiansyah, S.M., M.M., C.PM., C.HRM., Ph.D. (Cand).
Dr. Paulus Djohan Lolo, S.E., M.M.
Ina Yulianadewi, S.E., M.M.
Nurdiana, S.E., M.M.

Penerbit Widina

MANAJEMEN DAN PENGEMBANGAN UMKM
Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha

Penulis:
Dr. Nurdiansyah, S.M., M.M., C.PM., C.HRM., Ph.D. (Cand).
Dr. Paulus Djohan Lolo, S.E., M.M.
Ina Yulianadewi, S.E., M.M.
Nurdiana, S.E., M.M.

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Neng Rismawati

ISBN:
978-634-317-439-4

Cetakan Pertama:
November, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul "Manajemen dan Pengembangan UMKM: Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang memiliki daya tahan tinggi terhadap berbagai guncangan ekonomi. Namun, di tengah arus globalisasi dan transformasi digital yang kian masif, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks. Manajemen yang profesional, inovasi yang berkelanjutan, serta adaptasi terhadap teknologi menjadi kunci utama bagi UMKM untuk tidak sekadar bertahan, tetapi juga naik kelas dan bersaing di kancah global.

Buku ini disusun secara sistematis untuk memberikan panduan komprehensif, mulai dari pemahaman fundamental mengenai konsep dasar UMKM dan jiwa kewirausahaan, hingga aspek teknis manajerial. Di dalamnya diulas secara mendalam mengenai identifikasi peluang usaha, perencanaan bisnis melalui *Business Model Canvas* (BMC), validasi ide, manajemen produksi, keuangan, sumber daya manusia, hingga aspek legalitas yang seringkali menjadi hambatan bagi pelaku usaha.

Keunggulan utama buku ini terletak pada integrasi antara teori manajemen klasik dengan strategi digitalisasi yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Dengan hadirnya bab khusus mengenai pemasaran digital dan teknologi UMKM, diharapkan pembaca dapat mengoptimalkan ekosistem digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, penyertaan studi kasus, latihan soal, dan proyek pengembangan UMKM pada bagian akhir buku ini bertujuan untuk mengasah kemampuan praktis pembaca dalam mengimplementasikan konsep yang telah dipelajari.

Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan literasi manajemen di Indonesia, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, praktisi, maupun pelaku UMKM dalam membangun usaha yang tangguh, inovatif, dan berkelanjutan.

Akhir kata, selamat membaca dan berkarya bagi kemajuan UMKM Indonesia.

November, 2026
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB I KONSEP DASAR UMKM **1**
A. Pengertian UMKM 1
B. Karakteristik UMKM 6
C. Peran UMKM dalam Perekonomian 12
D. Kelebihan dan Kelemahan UMKM 17
E. Tantangan UMKM di Era Modern 24
F. Latihan Soal/Tugas BAB I Konsep Dasar UMKM 30
BAB II KEWIRAUSAHAAN DALAM PEGEMBANGAN UMKM **33**
A. Pengertian Kewirausahaan 33
B. Karakter Wirausaha Sukses 37
C. Pola Pikir Kewirausahaan 44
D. Kreativitas dan Inovasi dalam Usaha 48
E. Etika Bisnis bagi Pelaku UMKM 53
F. Latihan Soal/Tugas BAB II Kewirausahaan dalam Pengembangan UMKM 64
BAB III IDENTIFIKASI PELUANG USAHA **65**
A. Pengertian Peluang Usaha 65
B. Sumber-Sumber Peluang Usaha 68
C. Analisis Masalah Konsumen 74
D. Analisis Tren Pasar 84
E. Menentukan Ide Usaha yang Layak 96
F. Latihan Soal/Tugas BAB III Identifikasi Peluang Usaha 108
BAB IV PERENCANAAN BISNIS UMKM **111**
A. Pendahuluan 111
B. Contoh dan Studi Kasus 136
C. Rangkuman Bab 137
D. Latihan Soal 139
BAB V *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK UMKM **141**
A. Pendahuluan 141
B. Capaian Pembelajaran 144

C. Unsur-Unsur Utama dalam *Value Proposition* 151
D. Latihan Soal 164
BAB VI VALIDASI IDE DAN RISET PASAR 167
A. Pendahuluan 167
B. Capaian Pembelajaran 170
C. Pengertian Validasi Ide Usaha 170
D. Teknik Menguji Ide Bisnis 174
E. Penyusunan Kuesioner Riset Pasar 178
F. Analisis Kebutuhan dan Perilaku Konsumen 181
G. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Hasil Riset 185
H. Contoh dan Studi Kasus 188
I. Rangkuman Bab 190
J. Latihan Soal 191
BAB VII PENGEMBANGAN PRODUK UMKM 193
A. Latar Belakang 193
B. Capaian Pembelajaran 196
C. Pembahasan 197
D. Studi Kasus 226
E. Ringkasan 230
F. Latihan Soal 231
BAB VIII MANAJEMEN PRODUKSI UMKM 233
A. Latar Belakang 233
B. Capaian Pembelajaran 237
C. Pembahasan 239
D. Studi Kasus 246
E. Ringkasan 251
F. Latihan Soal atau Tugas 254
BAB IX PEMASARAN UMKM 255
A. Pendahuluan 255
B. Capaian Pembelajaran 257
C. Isi Pembahasan 257
D. Studi Kasus 276
E. Ringkasan 279
F. Soal Evaluasi 280

BAB X PEMASARAN DIGITAL UNTUK UMKM 283
A. Pendahuluan 283
B. Capaian Pembelajaran 285
C. Studi Kasus 1 303
D. Rangkuman Bab 306
E. Latihan Soal 308
BAB XI MANAJEMEN KEUANGAN UMKM 311
A. Pendahuluan 311
B. Capaian Pembelajaran 313
C. Pengertian Manajemen Keuangan UMKM 315
D. Perencanaan Modal Usaha 318
E. Pencatatan Keuangan Sederhana 321
F. Perhitungan Harga Pokok Produksi 324
G. Penyusunan Laporan Laba Rugi UMKM 327
H. Studi Kasus 330
I. Rangkuman Bab 336
J. Latihan Soal atau Tugas 338
BAB XII LEGALITAS DAN PERIZINAN UMKM 341
A. Pendahuluan 341
B. Capaian Pembelajaran 342
C. Rangkuman Bab 363
D. Latihan Soal atau Tugas 364
BAB XIII DIGITALISASI DAN TEKNOLOGI USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) 367
A. Pendahuluan 367
B. Capaian Pembelajaran 372
C. Contoh Kasus 387
D. Kesimpulan 388
E. Latihan Soal 390
BAB XIV PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA UMKM 393
A. Pendahuluan 393
B. Contoh dan Studi Kasus 412
C. Rangkuman 415
D. Latihan Soal 416
E. Latihan Soal atau Tugas 417

BAB XV PROYEK PENGEMBANGAN UMKM 419
A. Pendahuluan 419
B. Rumusan Masalah 422
C. Tujuan Penulisan 422
D. Manfaat Penulisan 423
E. Pembahasan 424
F. Rangkuman 438
G. Latihan Soal 439
H. Kesimpulan 440
DAFTAR PUSTAKA 442
PROFIL PENULIS 483

BAB I

KONSEP DASAR UMKM

A. PENGERTIAN UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penghasil barang dan jasa, tetapi juga menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM dapat ditemukan hampir di seluruh wilayah Indonesia, mulai dari daerah perkotaan hingga pedesaan. Oleh karena itu, UMKM sering disebut sebagai tulang punggung perekonomian nasional karena mampu menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat dari tingkat paling dasar. Selain memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, UMKM juga berperan dalam `lapisan masyarakat. Dalam perkembangannya, UMKM telah menunjukkan kemampuan bertahan yang cukup baik ketika menghadapi berbagai krisis ekonomi. Pada saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan akibat ketidakstabilan ekonomi, banyak UMKM tetap mampu menjalankan usahanya meskipun dengan sumber daya yang terbatas. Kemampuan ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi pasar. Menurut (Raharjo, 2020) UMKM memiliki peran strategis sebagai penopang stabilitas ekonomi nasional karena mampu mempertahankan aktivitas ekonomi masyarakat pada masa krisis.

BAB II

KEWIRAUSAHAAN DALAM PEGEMBANGAN UMKM

A. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM adalah usaha mikro, kecil, dan menengah. Keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada modal mereka, tetapi juga pada kapasitas pelaku usaha untuk melihat peluang, mengambil keputusan, berinovasi, serta mengelola usaha secara efektif. Dalam era persaingan yang semakin ketat, kewirausahaan menjadi landasan yang membantu pelaku UMKM untuk menciptakan nilai tambah dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, kewirausahaan sering dianggap sebagai salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Secara umum, kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menciptakan dan mengembangkan suatu usaha melalui pemanfaatan peluang yang ada dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan membuka usaha baru, tetapi juga mencakup kemampuan mengelola usaha, menghadapi risiko, memecahkan masalah, serta menciptakan inovasi yang dapat memberikan keuntungan bagi usaha yang dijalankan. Seorang wirausahawan dituntut untuk mampu melihat peluang yang tidak disadari oleh orang lain dan mengubah peluang tersebut menjadi kegiatan usaha yang menghasilkan nilai ekonomi.

BAB III

IDENTIFIKASI PELUANG USAHA

A. PENGERTIAN PELUANG USAHA

Peluang usaha (*business opportunity*) merupakan salah satu konsep sentral dalam ilmu kewirausahaan yang telah menarik perhatian para peneliti dan praktisi selama beberapa dekade. Secara umum, peluang usaha dapat didefinisikan sebagai situasi atau kondisi di pasar yang memungkinkan seorang wirausahawan untuk menciptakan nilai tambah dengan memperkenalkan produk atau layanan baru, atau dengan cara yang baru untuk memproduksi atau memasarkan produk dan layanan yang sudah ada. Konsep ini berbeda dari sekadar ide bisnis, karena peluang usaha mengandung unsur potensi keuntungan dan kelayakan implementasi, sedangkan ide bisnis mungkin hanya merupakan konsep abstrak yang belum tentu menguntungkan atau dapat diwujudkan.

Peluang usaha tidak sekadar lahir dari ide yang abstrak, melainkan hasil dari pengamatan jeli terhadap potensi lokal yang belum dimanfaatkan secara optimal melalui sentuhan inovasi produk. Dalam konteks praktis, peluang usaha dapat didefinisikan sebagai kemampuan mengeksplorasi bahan baku yang melimpah di suatu daerah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi melalui diversifikasi rasa dan perbaikan kemasan. Fenomena ini sejalan dengan hasil kajian empiris oleh Aprizal dan Nurdiansyah (2023) dalam kegiatan hilirisasi produk pertanian, di mana peluang usaha baru diciptakan melalui optimalisasi komoditas pisang lokal menjadi keripik aneka rasa dengan kemasan yang lebih modern guna meningkatkan daya saing pasar masyarakat pedesaan.

BAB IV

PERENCANAAN BISNIS UMKM

A. PENDAHULUAN

1. Kondisi dan Perkembangan UMKM di Indonesia

Dalam konteks ekonomi Indonesia, pentingnya perencanaan bisnis bagi UMKM semakin meningkat seiring dengan pesatnya persaingan usaha, perubahan pola konsumsi, dan percepatan digitalisasi dalam ekonomi. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM merupakan fondasi perekonomian nasional karena jumlahnya telah melebihi 65 juta unit usaha dan menyerap sebagian besar tenaga kerja di Indonesia. Namun, masih banyak UMKM yang tidak memiliki rencana bisnis tertulis, sehingga pengelolaan usaha dilakukan secara mendadak dan hanya mengandalkan pengalaman. Situasi ini mengakibatkan pemilik usaha sering menghadapi kesulitan dalam menetapkan arah pengembangan, menghitung kebutuhan modal, dan menilai kinerja usahanya dengan cara yang objektif.

Perencanaan bisnis kini dianggap sangat krusial karena dinamika dunia usaha yang begitu cepat. Inovasi dalam teknologi digital, munculnya beragam *platform marketplace*, perubahan perilaku konsumen, dan kebijakan pemerintah mengenai UMKM mendesak pelaku bisnis untuk memiliki strategi yang terarah dan terukur. Tanpa rencana yang matang, UMKM akan kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan berpotensi kehilangan daya saing di pasar. Di sisi lain, UMKM yang memiliki perencanaan bisnis yang jelas akan lebih mampu menentukan sasaran pasar, mendistribusikan

BAB V

BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK UMKM

A. PENDAHULUAN

Setelah mengenal konsep perencanaan usaha sebagai dokumen yang memberikan arah sekaligus menetapkan tujuan bisnis sebagaimana telah diuraikan pada Bab IV, mahasiswa perlu memahami salah satu instrumen yang lazim dipakai oleh para pelaku usaha di berbagai belahan dunia untuk menyusun serta merinci rencana bisnis, yakni *Business Model Canvas* atau BMC. Apabila rencana bisnis pada umumnya disusun dalam wujud dokumen panjang yang bersifat naratif dan membutuhkan waktu cukup lama untuk disusun maupun dipahami, maka BMC hadir dengan bentuk yang lebih singkat, visual, dan aplikatif, sehingga sangat cocok diterapkan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang pada umumnya memiliki keterbatasan dari segi waktu, sumber daya, maupun kapasitas manajerial.

Business Model Canvas pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur lewat karya tulis berjudul *Business Model Generation*. Sejak diperkenalkan, alat ini telah banyak diadopsi baik oleh perusahaan berskala besar maupun pelaku usaha kecil di berbagai negara, tak terkecuali Indonesia. Bagi pelaku UMKM, BMC menawarkan pola pikir yang tersusun rapi untuk melihat keseluruhan aspek bisnis dalam satu tampilan, mulai dari siapa yang menjadi pelanggan, manfaat apa yang disuguhkan, bagaimana cara manfaat tersebut disampaikan kepada pelanggan, hingga bagaimana bisnis tersebut memperoleh serta mengatur pendapatannya. Kepraktisan inilah yang membuat BMC menjadi alat yang tepat untuk diajarkan

BAB VI

VALIDASI IDE DAN RISET PASAR

A. PENDAHULUAN

Setelah memahami konsep perencanaan bisnis yang diuraikan pada Bab IV dan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) pada Bab V, mahasiswa perlu melangkah lebih jauh ke tahapan yang sangat krusial sebelum sebuah usaha benar-benar dijalankan secara penuh, yaitu validasi ide dan riset pasar. Jika Bab IV mengajarkan bagaimana menyusun rencana bisnis yang sistematis, dan Bab V menjelaskan bagaimana memvisualisasikan model bisnis melalui sembilan elemen kanvas, maka Bab VI ini hadir untuk menjawab pertanyaan yang justru harus ditanyakan lebih awal: apakah ide bisnis yang akan dijalankan itu benar-benar dibutuhkan oleh pasar?

Banyak pelaku UMKM di Indonesia terburu-buru menyusun rencana bisnis dan mengisi kanvas model bisnis tanpa terlebih dahulu memvalidasi apakah asumsi mereka mengenai pelanggan, kebutuhan pasar, dan keunggulan produk memang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Akibatnya, tidak sedikit usaha yang gulung tikar dalam tahun pertama bukan karena kekurangan modal atau kualitas produk yang buruk, melainkan karena sejak awal produk yang ditawarkan tidak menjawab kebutuhan nyata konsumen. Penelitian terkini menunjukkan bahwa peralihan dari pendekatan intuitif menuju pendekatan berbasis data memungkinkan pelaku usaha mengidentifikasi peluang pasar secara lebih akurat dan memitigasi risiko dengan lebih baik (Mahadewi & Iswara, 2025). Tanpa dasar data yang valid, keputusan bisnis cenderung bersifat spekulatif dan rentan terhadap kegagalan.

BAB VII

PENGEMBANGAN PRODUK UMKM

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah(UMKM) ialah salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak cuma berfungsi dalam menghasilkan lapangan pekerjaan, namun pula jadi penggerak kegiatan ekonomi warga di bermacam wilayah. Dalam bermacam keadaan ekonomi, tercantum dikala terjalin krisis ekonomi, zona UMKM kerap kali menampilkan keahlian bertahan yang lebih baik dibanding zona usaha besar. Oleh sebab itu, pengembangan UMKM jadi salah satu fokus berarti dalam pembangunan ekonomi yang berkepanjangan.

Di tengah pertumbuhan teknologi, globalisasi, serta pergantian sikap konsumen yang terus menjadi kilat, pelakon UMKM dituntut buat sanggup menyesuaikan diri dengan bermacam pergantian yang terjalin. Persaingan usaha tidak lagi cuma berasal dari pelakon usaha di daerah dekat, namun pula dari bahan-bahan yang berasal dari wilayah lain apalagi dari luar negara. Keadaan ini membuat UMKM wajib terus tingkatkan mutu usaha supaya sanggup mempertahankan eksistensinya serta bersaing secara sehat di pasar. Salah satu aspek yang sangat memastikan keberhasilan sesuatu UMKM dalam mengalami persaingan tersebut merupakan keahlian dalam meningkatkan produk.

BAB VIII

MANAJEMEN PRODUKSI UMKM

A. LATAR BELAKANG

Manajemen produksi itu ibarat jantungnya sebuah bisnis, penting banget buat kelangsungan usahanya, termasuk buat UMKM. Intinya sih, manajemen produksi itu gimana caranya kita ngatur, merencanain, nyusun, dan ngawasin semua aset yang ada di perusahaan supaya bahan mentah bisa diubah jadi barang jadi yang punya nilai lebih. Di dalam konteks UMKM, konsep ini bukan sekadar alat untuk mengatur jalannya mesin pabrik atau arus kerja buruh, melainkan sebuah strategi fundamental untuk memastikan bahwa setiap modal yang terbatas dapat dikelola secara optimal tanpa menimbulkan pemborosan. Melalui pendekatan manajemen produksi yang tepat, sebuah usaha kecil mampu menetapkan standar mutu, mengendalikan biaya operasional, dan mengukur kapasitas riil usaha guna memenuhi dinamika permintaan pasar yang terus berubah.

UMKM sejatinya adalah pilar penting dalam perekonomian negara, berperan vital dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sektor ini tak hanya menyerap banyak tenaga kerja, tapi juga terbukti tangguh menghadapi krisis ekonomi dunia (Andy Endra Krisna 2024a). Meski punya potensi besar mendongkrak PDB, banyak pelaku UMKM masih saja bergulat dengan masalah internal yang itu-itu saja.. Mayoritas pelaku usaha memulai bisnis mereka didorong oleh motivasi memanfaatkan peluang pasar sesaat atau sekadar keahlian praktis yang dimiliki, tanpa dibekali pemahaman yang memadai mengenai tata kelola operasional yang terstandarisasi. Akibatnya, aspek manajemen

BAB IX

PEMASARAN UMKM

A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebaik apa pun kualitas suatu produk, tanpa adanya strategi pemasaran yang tepat, produk tersebut akan sulit dikenal dan dijangkau oleh konsumen. Oleh karena itu, pemasaran menjadi aspek yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan usaha. Bab ini membahas pemasaran UMKM secara komprehensif, mulai dari konsep dasar, fungsi, dan karakteristiknya, hingga pembahasan mengenai strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Selain itu, juga diuraikan mengenai bauran pemasaran, pelayanan pelanggan, serta evaluasi terhadap efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

Pembahasan ini menjadi penting karena pemasaran pada UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan berskala besar. Keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan teknologi membuat pelaku UMKM perlu bersikap lebih adaptif, kreatif, serta memiliki kedekatan yang kuat dengan konsumen. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital saat ini membuka peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih besar, selama pelaku usaha mampu memahami dan menerapkan prinsip pemasaran dengan tepat.

Melalui pembahasan dalam bab ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami bagaimana UMKM merancang dan menjalankan strategi pemasaran yang sesuai dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki,

BAB X

PEMASARAN DIGITAL UNTUK UMKM

A. PENDAHULUAN

Pemasaran digital telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis modern, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan investasi besar dalam infrastruktur fisik. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat bersaing dengan bisnis besar dan membangun kepresensian merek yang kuat di pasar global. Pemasaran digital memberikan peluang kepada UMKM untuk terhubung langsung dengan konsumen, memahami perilaku mereka, dan menyesuaikan strategi pemasaran secara *real-time*. Era digital membuka peluang tak terbatas bagi UMKM untuk berkembang, tetapi juga menghadirkan tantangan yang harus dihadapi dengan strategi yang tepat. Pemasaran digital telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis modern, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Transformasi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan investasi besar dalam infrastruktur fisik. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat bersaing dengan bisnis besar dan membangun kepresensian merek yang kuat di pasar global. Pemasaran digital memberikan peluang kepada UMKM untuk terhubung langsung dengan konsumen, memahami perilaku mereka, dan menyesuaikan strategi pemasaran secara *real-time*. Era digital membuka peluang tak terbatas bagi UMKM

BAB XI

MANAJEMEN KEUANGAN UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki posisi penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. UMKM tidak hanya hadir sebagai tempat produksi barang dan jasa, tetapi juga menjadi ruang masyarakat untuk memperoleh penghasilan, membuka lapangan kerja, dan menggerakkan ekonomi lokal. Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM ditempatkan sebagai kegiatan usaha produktif yang memiliki kriteria tertentu berdasarkan skala kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan (Republik Indonesia, 2008). Artinya, UMKM bukan sekadar usaha kecil yang berjalan secara informal, melainkan bagian dari struktur ekonomi yang memiliki dasar hukum dan peran sosial yang nyata.

Peran UMKM semakin terlihat ketika dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi daerah. Aprizal dan Nurdiansyah (2023) menjelaskan bahwa perkembangan UMKM berkaitan dengan aktivitas produksi, jumlah unit usaha, tenaga kerja, dan dinamika ekonomi masyarakat. Temuan tersebut penting karena menunjukkan bahwa UMKM tidak bisa dipahami hanya dari sisi jumlah usaha, tetapi juga dari kualitas pengelolaannya. UMKM yang banyak jumlahnya belum tentu kuat jika tidak mampu mengelola modal, mencatat transaksi, menghitung biaya produksi, dan mengetahui laba bersih secara tepat.

Masalah utama yang sering muncul dalam UMKM adalah lemahnya pengelolaan keuangan. Banyak pelaku usaha mampu menjual produk setiap hari, tetapi tidak benar-benar mengetahui apakah usahanya

BAB XII

LEGALITAS DAN PERIZINAN UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dari stabilitas ekonomi negara yang sangat kuat dan telah terbukti mampu bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan dari krisis global. Sektor ini memberi kontribusi lebih dari 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia, sehingga bukan lagi sekadar bagian tambahan, melainkan menjadi penggerak utama kebahagiaan masyarakat (Ismail *et al*., 2023). Meskipun memiliki ketahanan yang sangat baik di tingkat dasar, sebagian besar kegiatan operasional usaha kecil menengah di Indonesia masih berada dalam lingkaran aktivitas yang tidak resmi. Salah satu penyebab utama dan paling penting dari fenomena ini adalah rendahnya kesadaran masyarakat serta keterbatasan akses terhadap legalitas dan prosedur perizinan usaha (Kamarullah *et al*., n.d.).

Bagi sebagian besar pemilik usaha kecil menengah tradisional, hukum dan aturan sering kali dianggap sebagai "tembok birokrasi" yang ditakuti, rumit, mahal, dan terasa jauh dari kehidupan sehari-hari mereka. Ada anggapan yang salah dan kuat melekat bahwa selama produk masih laku terjual dan dapur masih berjalan, maka hal-hal terkait legalitas administratif dianggap tidak terlalu penting. Legalitas baru dipertimbangkan ketika pelaku usaha menghadapi masalah hukum atau menerima peringatan dari pihak berwenang. Paradigma defensif ini menjadi batas yang tidak terlihat, yang menghalangi UMKM

BAB XIII

DIGITALISASI DAN TEKNOLOGI USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM)

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan mendasar dalam struktur dan dinamika perekonomian global, termasuk di Indonesia. Revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan kemunculan kecerdasan buatan, *internet of things, big data,* dan *cloud computing* telah mengubah cara manusia bekerja, berkomunikasi, dan bertransaksi secara signifikan. Perubahan tersebut tidak hanya terjadi pada level korporasi besar, tetapi juga merambah hingga ke sektor usaha skala kecil dan menengah yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Di era yang kini terus berkembang menuju *Society* 5.0, penggunaan media sosial dan berbagai *platform* digital tidak lagi sekadar sarana komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi media penjualan dan pemasaran digital yang dimanfaatkan secara luas oleh para pelaku usaha di seluruh Indonesia (Aliyah, 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang memiliki peran strategis dan vital dalam struktur perekonomian Indonesia. Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Yulya Ammi Hapsari *et al*. (2024), UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan jumlah karyawan, skala usaha, dan omzet yang relatif kecil, serta umumnya didirikan dengan modal yang minim atau terbatas. Meskipun berskala kecil, kontribusi UMKM terhadap perekonomian

BAB XIV

PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA UMKM

A. PENDAHULUAN

1. Pengertian Sumber Daya Manusia dalam UMKM

Sumber daya manusia (SDM) secara umum dapat dipahami sebagai seluruh potensi yang dimiliki oleh manusia, baik berupa kemampuan fisik, pengetahuan, keterampilan, maupun sikap kerja, yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks UMKM, SDM tidak hanya merujuk pada karyawan yang dipekerjakan, tetapi juga mencakup pemilik usaha itu sendiri yang sering kali memegang peran ganda sebagai pengelola sekaligus pelaksana operasional harian. UMKM di Indonesia selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi, karena sebagian besar jumlah penduduk Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah baik di sektor tradisional maupun modern (Aprizal & Nurdiansyah, 2023). Sedarmayanti (2017) menegaskan bahwa SDM merupakan modal utama yang menentukan kompetensi, kinerja, dan produktivitas kerja suatu organisasi, sehingga kualitas SDM secara langsung memengaruhi keberlangsungan usaha.

Secara konseptual, manajemen sumber daya manusia diartikan sebagai rangkaian proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap aktivitas pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, serta pemeliharaan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Handoko, 2020). Dalam praktiknya pada

BAB XV

PROYEK PENGEMBANGAN UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan ketahanan ekonomi nasional. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023) mencatat bahwa kontribusi UMKM terhadap struktur dunia usaha nasional sangat dominan, baik dari sisi jumlah unit usaha maupun penyerapan tenaga kerja, sehingga sektor ini layak disebut sebagai tulang punggung perekonomian rakyat. Tambunan (2019) menambahkan bahwa peran strategis UMKM tidak hanya tampak pada skala domestik, tetapi juga pada kemampuannya menopang stabilitas ekonomi di tengah gejolak global, mengingat karakteristik usahanya yang relatif fleksibel dan adaptif terhadap perubahan pasar. Mengingat peran strategis tersebut, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab moral dan akademik untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha yang sesungguhnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh interaksi antara pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan dukungan sosial di lingkungan kampus (Gani dkk., 2023; Metty & Slamet, 2023; Tanumihardja & Slamet, 2023), sementara paparan terhadap model panutan wirausaha turut memperkuat niat tersebut melalui penerapan teori perilaku terencana (Soelaiman dkk., 2022).

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah. (2025). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM*. *5*, 465–478.

Aurel. (2023). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan umkm kedai kopi*. *05*(03), 576–584.

Berkelanjutan, Y., Berintegritas, D., Pangarso, A., Pringgabayu, D., Arief, M., & Ramadhian, R. (2024). *MEJUAJUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peningkatan Kesadaran Etika Bisnis Bagi Pelaku Umkm : Menuju Usaha Pendahuluan Metode*. *4*, 176–181. https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v4i2.190

Berwirausaha, E. D., Berwirausaha, M., & Rebeca, L. (2024). *KULINER Latar belakang Saat ini UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tengah menjadi unit bisnis yang populer Perbendaharaan Kementerian Keuangan, 2023). Pemerintah Indonesia melihat perkembangan program-program pemberdayaan UMKM seperti Kredit Usaha Rakyat, Peminjaman Kredit Modal usaha (Irwanto & Ie, 2023). Motivasi berwirausaha mempengaruhi niat dan keputusan seorang (Srimulyani & Hermanto, 2021). Penelitian lain yang dilakukan oleh Suroso & Rafindra (2021) UMKM di Indonesia dengan melihat adanya manfaat ekonomi bagi bisnis mereka. Saat ini, mensurvei kepada 450 responden di Jabodetabek dan hasilnya 70 % masyarakat lebih sering*. *06*(04), 974–982.

Djuanda, U. (2024). *No Title*. 26–38.

E-commerce, P. K. D. A. N., Perkembangan, D., Mikro, U., Micro, O., & Enterprises, M. (n.d.). *The Role Of Entrepreneurship And E-Commerce In The Development*. 737–743.

Ekonomi, P., & Kab, D. I. (2023). *Pengaruh Perkembangan Umkm Terhadap*. *20*, 63–72.

Fajriyah, L., & Hendayana, Y. (2024). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting Pengaruh Mindset Wirausaha, Kompetensi Wirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Literature Review)*. *1*(7), 695–702.

Fauziah, A., Viola, A., Ardianti, A. R., & Maulida, F. (2024). *Peran UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi Indonesia*. *2*(4).

Fitra, S., Widyastuti, T., & Aria, R. R. (2024). *Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia*. *7*, 6052–6054.

Fitriani, I. (2024). *Analisa terhadap peran umkm dalam perekonomian indonesia*. *1*(5), 127–133.

Gilang, M., & Suratman, A. (2024). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Mikro Batik Annur Cirebon*. *02*(06), 247–256.

González-varona, J. M., Poza, D., & Acebes, F. (2021). *Building and Development of an Organizational Competence for Digital Transformation in SMEs*. *14*(1), 15–24.

Hendri, M., Hendrayati, H., Achyarsyah, M., & Suryana, S. (2023). *Mindset kewirausahaan, kapabilitas organisasi usaha mikro dan pelatihan kewirausahaan terhadap strategi inovasi*. *9*(1), 389–402.

Hermawan Heriyanto. (2024). *BERWIRAUSAHA Latar belakang Penduduk Indonesia yang pesat telah menimbulkan permasalahan di era globalisasi dan industrialisasi, salah satunya adalah pilihan lapangan kerja. Kemudian lapangan kerja tersedia mampu bertahan lama. Rumusan masalah Untuk me*. *06*(01), 253–261.

husen. (2023). *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI Halaman 80 dari 102*. *12*(1), 80–88.

Ilmi, R., Agustina, T., Ardiyansyah, A., & Hidayati, S. N. (2024). *J-FINE Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Sumbawa*. *2*(2), 34–42.

Ilmu, J., & Dan, S. (2025). *1, 2, 3 1*. *5*, 72–80.

Malvin. (2023). *Pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha umkm*. *05*(02), 511–518.

Meilantika, F. R., Sihotang, L., & Rachma, F. V. (2024). *Umkm Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia*. *2*, 188–193.

Nabiyah. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. *8*(1), 1198–1212.

Pangarso, A., Pringgabayu, D., Arief, M., & Ramadhian, R. (2024). *MEJUAJUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peningkatan Kesadaran Etika Bisnis Bagi Pelaku Umkm : Menuju Usaha Pendahuluan Metode*. *4*, 176–181. https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v4i2.190

Pengaruh Perkembangan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kab. Jeneponto. AkMen JURNAL ILMIAH, 20 (1), 63–72 A Aprizal, N Nurdiansyah (2023)

Polgan, J. M., Nenie, A., Lestari, S., Turyadi, I., Manajemen, P. S., Alghifari, U., Usaha, K., Produk, S., Mikro, U., & Mikro, U. (2024). *Pengaruh Strategi Produk dan Inovasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha*. *13*(September), 1550–1559.

Pramesworo. (2024). *Jurnal Abdimas Perbanas*. 8–20.

Rafiq, A., Ayu, I. W., Rahayu, S., Pascasarjana, P., Agribisnis, M., Samawa, U., Besar, S., Samawa, U., Besar, S., Sumbawa, K., Info, A., & History, A. (2024). *Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan umkm di kabupaten sumbawa 1*. (2019), 152–160.

Raharjo. (2020). *Resiliensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid 19 Dewi Amaliah Nafiati Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pancasakti Tegal Endang Sri Mulyani Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyaka*.

Ramadhan. (2025). *Ekonom : jurnal ekonomi dan bisnis*. *5*.

Rosandy, A. B. (2024). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital : Studi Kasus Transparansi dan Kejujuran di Platform E-Commerce UMKM Fashion*. *9*(2), 126–136.

Safitri, C. N., & Handoyo, S. E. (2024). *Determinan kinerja bisnis umkm*. *06*(01), 21–28.

Sampang, D. K. (2024). *Karakteristik Wirausaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Paguyuban CFD Binaan*. *8*, 106–111.

Siregar, N., & Efni, N. (2022). *Pola Pikir Kewirausahaan*. *4*(4), 5668–5673.

Siswohadi. (2026). *ISSN : 3025-9495 Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*. *25*(5).

Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). *Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan, Indonesia*. (April).

Steven Sanjaya. (2024). *Pengaruh efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha*. *06*(02), 472–477.

Sulasmi. (2024). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Perempuan di Gunungkidul*. *12*(2), 871–884.

Tasmilah. (2023). *Pengaruh Kartu Prakerja dalam Menciptakan Wirausaha Baru pada Generasi Y dan Z*. *12*(1), 89–107.

Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2024). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. *1*(10), 1107–1118.

Walipah. (2023). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha*. *2*, 43–48.

Yolanda, C., Hasanah, U., Tjut, U., Dhien, N., Studi, P., Pembangunan, E., Tjut, U., Dhien, N., & Manajemen, P. S. (2024). *2830-7690 peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia 1*. *2*(3), 170–186.

Yuliana, R. (2026). *The Dynamics Of MSME Entrepreneurship In Supporting National Economic Resilience Dinamika Kewirausahaan UMKM Dalam Mendukung Ketahanan Perekonomian Nasional*. *7*(2), 1517–1528.

Yunita, V., Wardhani, D. K., & Sabandi, M. (2024). *INTENSI BERWIRAUSAHA*. *12*(2).

Zhahirah, A., Wibowo, S. P., & Ramadhani, A. (2023). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digital*. *7*, 30352–30356.

Zulfa, C., Sya, N., & Fauziah, N. R. (2024). *Keberhasilan Usaha Berdasarkan Digital Marketing, Kreativitas, dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor*. *4*, 7813–7830.

Bank Indonesia. (2021). Kajian ekonomi dan keuangan regional Sulawesi Selatan.

Bank Indonesia.

BPS Sulawesi Selatan. (2022). Statistik UMKM Sulawesi Selatan 2022. Badan Pusat Statistik.

Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2011). Entrepreneurship (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Coulter, M. (2013). Strategic management in action (6th ed.). Pearson Education. Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar. (2023). Data dan perkembangan

UMKM Kota Makassar. Pemkot Makassar.

Drucker, P. F. (1954). The practice of management. Harper & Row.

Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). Competing for the future. Harvard Business School Press.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). Essentials of strategic management (5th ed.). Pearson.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). Exploring strategy: Text and cases (11th ed.). Pearson.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). Pedoman penyusunan rencana bisnis UMKM. Kemenkop UKM.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). Roadmap digitalisasi UMKM 2022–2024. Kemenkop UKM.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing* management (15th ed.). Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2020). Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi. Salemba Empat.

Meredith, J. R., & Mantel, S. J. (2012). Project management: A managerial approach (8th ed.). John Wiley & Sons.

Mintzberg, H. (1994). The rise and fall of strategic planning. Free Press.

Nurdin, S. (2021). Pengembangan UMKM berbasis digital di era pandemi Covid-
19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 112–125.
Anggraini, N. (2019). Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Ekonomi dan Bisnis*, *6*(2), 139–156. https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1313
Aprizal, A., & Nurdiansyah, N. (2023). Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Berbagai Rasa dan Pengemasan di Desa Morowa Kab. Bantaeng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(4), 3063–3071.
Hajar, H. M., Rizal, Y., Astutik, W. S., Betan, A., & Nuryenda, E. Y. (2025). Accelerating UMKM Digital Transformation: Mentoring in Business Model Canvas (BMC) Development and *Online Marketing* Strategies Based on Local *Platform*s. *International Journal of Community Service (IJCS)*, *4*(2), 461–477. https://doi.org/10.55299/ijcs.v4i2.1587
Kemell, K.-K., Elonen, A., Suoranta, M., Nguyen-Duc, A., Garbajosa, J., Chanin, R., Melegati, J., Rafiq, U., Aldaeej, A., Assyne, N., Sales, A., Hyrynsalmi, S., Riski, J., Edison, H., & Abrahamsson, P. (2020). Business Model Canvas Should Pay More Attention to the Software Startup Team. *2020 46th Euromicro Conference on Software Engineering and Advanced Applications (SEAA)*, 342–345. https://doi.org/10.1109/SEAA51224.2020.00063
Natallia, D., Susanti, L. W., & Malind, M. (2022). *BUSINESS MODEL CANVAS BAGI UMKM MOII FOODS*. *1*.
Ong, L. (2023). Penguatan Kewirausahaan melalui Pengenalan Business Model Canvas. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, *5*(1), 123–131. https://doi.org/10.32924/jscd.v5i1.73
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons.

Parry, Z. (2014). Book *Review*: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, *15*(2), 137–138. https://doi.org/10.5367/ijei.2014.0149

Pasaribu, J., Manalu, D., & Tobing, A. L. (2025). *Pengaruh Value Proposition Dan Level Of Loyalty Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi In-Driver Di Medan Timur*. *12*(1).

Philip, K., & Gary, A. (2023). *Princípios de Marketing*. Bookman Editora.

Putra, M. D. A., Suwarsinah, H. K., & Novianti, T. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis CV. MSA di Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.478

Riano, A. F. N. (2029). *Pra Rencana Pabrik Asam Fosfat dari Fluoroapatite menggunakan Proses Thermal (Dry Process) dengan kapasitas 75.000 Ton/Tahun* [Undergraduate, UPN Veteran Jawa Timur]. https://doi.org/10/21031010140.-bab%25252010.pdf

Setiawan, Z., Nurdiansyah, N., Kushariyadi, K., & Sari, M. D. (2024). *Strategi Pemasaran: Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*". PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Soelaiman, L., Pradifa, A. F. R., & Apriliana, A. (2025). IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KRIYA. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *8*(3), 566–574. https://doi.org/10.24912/jbmi.v8i3.35521

Abadi, M., H. A. Hadini, L. Ode, A. Sani, L. O. Nafiu, A. Rizal, dan N. M. G. (2023). Jurnal peternakan lokal. *Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternak Kambing Di Kecamatan Kabawo Kabupaten Muna Sulawesi Tenggara Analysis of the Financial Feasibility of Goat Breading Business in Kabawo Sub-District Muna Regency Southeast Sulawesi*, *5*(2), 2685–7588.

Abadi, M., H. A. Hadini, L. Ode, A. Sani, L. O. Nafiu, A. Rizal, dan N. M. G. (2023). Jurnal peternakan lokal. *Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternak Kambing Di Kecamatan Kabawo Kabupaten Muna Sulawesi Tenggara Analysis of the Financial Feasibility of*

Goat Breading Business in Kabawo Sub-District Muna Regency Southeast Sulawesi, *5*(2), 2685–7588.

Amalia, R. N. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi | Amalia | Generics: Journal of Research in Pharmacy. *Journal of Research in Pharmacy*, *2*(1), 9–15. https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/generics/article/view/12271/7192

Amalia, R. N. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi | Amalia | Generics: Journal of Research in Pharmacy. *Journal of Research in Pharmacy*, *2*(1), 9–15.

Anisa Triyana Bate'e, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, & RR. Wening Ken Widodasih. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Umkm Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(1), 221–235.

Anisa Triyana Bate'e, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, & RR. Wening Ken Widodasih. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Umkm Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(1), 221–235.

Annisa Mumtahanah, Dhiya Aisy Putri Hendrias, Safira Menayang, Muhammad Kholif Muhajir Salim, & Husni Mubarok. (2025). Peran Akuntansi Manajerial dalam Pengambilan Keputusan Strategis pada Perusahaan Manufaktur. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(3), 4013–4021. https://doi.org/10.62710/hqne6p47

Annisa Mumtahanah, Dhiya Aisy Putri Hendrias, Safira Menayang, Muhammad Kholif Muhajir Salim, & Husni Mubarok. (2025). Peran Akuntansi Manajerial dalam Pengambilan Keputusan Strategis pada Perusahaan Manufaktur. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(3), 4013–4021.

https://doi.org/10.62710/hqne6p47
Aprizal, N. (2023). *Pengaruh Perkembangan Umkm Terhadap pertumbuhan ekonomi di kab. jeneponto*. *20*, 63–72.
Bone, K. (2023). *Rismang 1967142022*.
Bone, K. (2023). *Rismang 1967142022*.
Dewi Kartika, Hermanto, Naila Muqorriba, Hawa Athaya Dheanda Rusminto, & Abdul Pandi. (2025). Menganalisis Faktor Penentu Kegagalan Wirausaha di Indonesia: Sebuah Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, *4*(1), 9–20. https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.786
Dewi Kartika, Hermanto, Naila Muqorriba, Hawa Athaya Dheanda Rusminto, & Abdul Pandi. (2025). Menganalisis Faktor Penentu Kegagalan Wirausaha di Indonesia: Sebuah Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, *4*(1), 9–20. https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.786
Diondi Nugroho, Enna Marliana, Friza Pertiwi, & Nanda Dewi Anggraeni. (2022). Strategi Pemasaran Ekspor Pada Umkm Kerupuk Tiga Warna Dalam Memasuki Pasar Global. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, *1*(2), 87–101. https://doi.org/10.59024/semnas.v1i2.8
Diondi Nugroho, Enna Marliana, Friza Pertiwi, & Nanda Dewi Anggraeni. (2022). Strategi Pemasaran Ekspor Pada Umkm Kerupuk Tiga Warna Dalam Memasuki Pasar Global. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, *1*(2), 87–101. https://doi.org/10.59024/semnas.v1i2.8
Emilio. (2022). No Title, *הארץ*. הבי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העינים (8.5.2017), 2003–2005.
Emilio. (2022). No Title, *הארץ*. הבי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העינים *8.5.2017*, 2003–2005.
Erlina. (2006). Analisis Perancangan Agroindustri Berbasis Karet. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 73–92. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3447
Erlina. (2006). Analisis Perancangan Agroindustri Berbasis Karet. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 73–92.

Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi Inovasi Produk UMKM Dalam Menghadapi Globalisasi Melalui Digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(8), 923–931. https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4321
Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi Inovasi Produk UMKM Dalam Menghadapi Globalisasi Melalui Digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(8), 923–931. https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4321
Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, *5*(1), 55–69. https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134
Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, *5*(1), 55–69. https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134
Haoxing, Z., & System, C. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析 Title*.
Haoxing, Z., & System, C. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析 Title*.
Harahap, I. F., Islam, U., Sumatera, N., Nurhidayah, A., Islam, U., Sumatera, N., Vientiany, D., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). Dalam Konteks Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2), 230–239.
Harahap, I. F., Islam, U., Sumatera, N., Nurhidayah, A., Islam, U., Sumatera, N., Vientiany, D., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). Dalam Konteks Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2), 230–239.
Insirat, M. N., Syahfir, H. A., Usman, A., & Mediaty, M. (2025). Analisis Dampak Implementasi AI Dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial Terhadap Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi: A Systematic Literature *Review*. *Owner*, *9*(1), 011–025. https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2525

Insirat, M. N., Syahfir, H. A., Usman, A., & Mediaty, M. (2025). Analisis Dampak Implementasi AI Dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial Terhadap Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi: A Systematic Literature *Review*. *Owner*, *9*(1), 011–025. https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2525

Mahadewi, E. P., & Iswara, A. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Data (Data-Driven *Marketing*) untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan: Studi Empiris di Perusahaan Startup. *Jurnal Ekonomi Utama*, *4*(1), 98–107. https://doi.org/10.55903/juria.v4i1.245

Mahadewi, E. P., & Iswara, A. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Data (Data-Driven *Marketing*) untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan: Studi Empiris di Perusahaan Startup. *Jurnal Ekonomi Utama*, *4*(1), 98–107. https://doi.org/10.55903/juria.v4i1.245

Maria Margaretha, A., & Aji Nugroho, A. (2023). Transportasi Publik Terintegrasi: Optimalisasi Implementasi Smart Mobility di DKI Jakarta. *Journal of Public Policy and Applied Administration*, *5*(2), 47–58. https://doi.org/10.32834/jplan.v5i2.676

Maria Margaretha, A., & Aji Nugroho, A. (2023). Transportasi Publik Terintegrasi: Optimalisasi Implementasi Smart Mobility di DKI Jakarta. *Journal of Public Policy and Applied Administration*, *5*(2), 47–58. https://doi.org/10.32834/jplan.v5i2.676

Moridu, I., Arisanjaya Doloan, Fitriani, Nurcahya Hartaty Posumah, Rini Hadiyati, Debiyanti Kune, & Rosfianti M. Yadasang. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, *2*(01), 42–53. https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.143

Moridu, I., Arisanjaya Doloan, Fitriani, Nurcahya Hartaty Posumah, Rini Hadiyati, Debiyanti Kune, & Rosfianti M. Yadasang. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, *2*(01), 42–53. https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.143

Mudjiyono, Sudarman, Kristiyan, H., & Dewi, R. (2019). Jurnal Bingkai Ekonomi. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, *5*(2), 1–8.

Mudjiyono, Sudarman, Kristiyan, H., & Dewi, R. (2019). Jurnal Bingkai Ekonomi. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, *5*(2), 1–8.

Nadjima, A. R., Given, I., Andhiyo, B., & Putra, A. E. (2024). Analisis Saham di Pasar Modal Indonesia : Kinerja, Tantangan, dan Prospek Masa Depan yang terdaftar, yang mencerminkan sektor korporasi yang berkembang dan basis investor yang terus Dalam jurnal ini, kami akan memberikan analisis mendalam tentang pera. *Media Hukum Indonesia*, *2*(3), 369–378.

Nadjima, A. R., Given, I., Andhiyo, B., & Putra, A. E. (2024). Analisis Saham di Pasar Modal Indonesia : Kinerja, Tantangan, dan Prospek Masa Depan yang terdaftar, yang mencerminkan sektor korporasi yang berkembang dan basis investor yang terus Dalam jurnal ini, kami akan memberikan analisis mendalam tentang pera. *Media Hukum Indonesia*, *2*(3), 369–378.

Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). *Digitalisasi UMKM Untuk Mendongkrak Produk Lokal dan Ekonomi Daerah Kepulauan Sangihe Sulawesi Utara*. *2698*, 40–46.

Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). *Digitalisasi UMKM Untuk Mendongkrak Produk Lokal dan Ekonomi Daerah Kepulauan Sangihe Sulawesi Utara*. *2698*, 40–46.

Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, & Lokot Muda Harahap. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, *2*(2), 09–18. https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487

Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, & Lokot Muda Harahap. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, *2*(2), 09–18. https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487

Ranjani, R., Trianfano, A. T., Agustina, A. A., Permana, D. A., & Sari, I. N. (2023). Perspektif Kebijakan Berbasis Bukti Terhadap Implementasi Kebijakan Open Defecation Free (Odf) Di Desa Meri Kabupaten Purbalingga. *Dialogue : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *5*(2), 624–638.

https://doi.org/10.14710/dialogue.v5i2.19949
Ranjani, R., Trianfano, A. T., Agustina, A. A., Permana, D. A., & Sari, I. N. (2023). Perspektif Kebijakan Berbasis Bukti Terhadap Implementasi Kebijakan Open Defecation Free (Odf) Di Desa Meri Kabupaten Purbalingga. *Dialogue : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *5*(2), 624–638. https://doi.org/10.14710/dialogue.v5i2.19949
Ratnaningtyas, H., & Aditya, M. K. (2024). Penyuluhan Kepada Mahasiswa Baru Tentang Menumbuhkan Ide Bisnis Untuk Membangun Rencana Sukses Dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, *6*(1), 67.
Ratnaningtyas, H., & Aditya, M. K. (2024). Penyuluhan Kepada Mahasiswa Baru Tentang Menumbuhkan Ide Bisnis Untuk Membangun Rencana Sukses Dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, *6*(1), 67.
Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tuiri di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, *4*(3), 67–82. https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813
Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tuiri di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, *4*(3), 67–82. https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813
Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *6*(2), 349. https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.14514
Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *6*(2), 349. https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.14514
Syammakh, Z. A. (2026). *EKSPLORASI PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP DAN CUSTOMER EXPERIENCE PADA UMKM VINCHOCO SURABAYA : PENDEKATAN STUDI KUALITATIF*. *7*, 9–16.

Syammakh, Z. A. (2026). *EKSPLORASI PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP DAN CUSTOMER EXPERIENCE PADA UMKM VINCHOCO SURABAYA : PENDEKATAN STUDI KUALITATIF*. *7*, 9–16.

Talahi Evelyn Sabella, & Ie Mei. (2024). Dukungan Pemerintah sebagai Moderasi Pengaruh Transformasi Bisnis Digital dan Karakter Kewirausahaan terhadap Resiliensi UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *06*(03), 770–780.

Talahi Evelyn Sabella, & Ie Mei. (2024). Dukungan Pemerintah sebagai Moderasi Pengaruh Transformasi Bisnis Digital dan Karakter Kewirausahaan terhadap Resiliensi UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *06*(03), 770–780.

Ufua, D. E., Olujobi, O. J., Tahir, H., Al-Faryan, M. A. S., Matthew, O. A., & Osabuohien, E. (2022). Lean Entrepreneurship and SME Practice in a Post COVID-19 Pandemic Era: A Conceptual Discourse from Nigeria. *Global Journal of Flexible Systems Management*, *23*(3), 331–344. https://doi.org/10.1007/s40171-022-00304-1

Ufua, D. E., Olujobi, O. J., Tahir, H., Al-Faryan, M. A. S., Matthew, O. A., & Osabuohien, E. (2022). Lean Entrepreneurship and SME Practice in a Post COVID-19 Pandemic Era: A Conceptual Discourse from Nigeria. *Global Journal of Flexible Systems Management*, *23*(3), 331–344. https://doi.org/10.1007/s40171-022-00304-1

Aguinalty Sofia Rante Allo, Sumange, L., & Syamsinar Syamsinar. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Preferensi Konsumen untuk Pengembangan Usaha Tempe di Kabupaten Tana Toraja Sulawesi Selatan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, *4*(2), 343–358. https://doi.org/10.55606/jurrit.v4i2.7067

Aris, P., Ode, L., & Sagala, H. S. (2025). Pengembangan Sistem Berbasis Web untuk Digitalisasi Promosi UMKM Kerajinan Souvenir Khas Toraja. *Journal Research on Computing Knowledge*, *1*(2), 71–77. https://fti.usn.ac.id/jurnal/index.php/jrock

Arni Barumbun, L., Ridha, M. R., Angkatan, M., Jurusan, A., Sejarah, P., & Unm, F. (n.d.). Objek Wisata Ke'te Kesu' (1975-2017). In *Penelitian Kesejarahan* (Vol. 5, Number 2).

Ekonomi, J., dan Terapan, B., Alex, J., & Lusdani, W. (2022). Analisis Harga Pokok Produksi Pada Usaha Kerajinan Manik-Manik Toraja Satu Set Kandaure Dan Sokkong Bayu Di Lembang Angin-Angin Kabupaten Toraja Utara. *Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, *3*(1), 77–88. https://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jesit

Flawrencia, N. Y. P. (2023). *ANALISIS PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA PADA USAHA KAIN TENUN SA'DAN TO'BARANA*. *4*(2), 183–194. https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita

Gabryaldo, I., & Darma, R. (n.d.). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di Kabupaten Tana Toraja Marketing Efficiency of Arabica Coffee in Tana Toraja Regency*. *11*(2), 2784–2793.

Pinang, O., Zulhajji, S. T., & Yantahin, M. (n.d.). *PENGEMBANGAN APLIKASI MOTIF KAIN TENUN KHAS TORAJA BERBASIS ANDROID*.

Salam, S., Saleh Husain, M., & Tangsi Universitas Negeri Makassar Jl Pettarani Makassar, dan A. (n.d.). *Makna Simbolik Motif-Hias Ukir Toraja*.

Setiawan, Z., Nurdiansyah, N., Kushariyadi, K., & Sari, M. D. (2024). *Strategi Pemasaran: Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Tumba Marante, R., Aziz Ahmad, A., Pendidikan Seni Rupa, P., & Seni dan Desain, F. (n.d.). *Fungsi Dan Makna Simbolik Motif Kain Tenun Tradisional Toraja FUNGSI DAN MAKNA SIMBOLIK MOTIF KAIN TENUN TRADISIONAL TORAJA FUNCTION AND SYMBOLIC MEANING OF MOTIF OF TRADITIONAL WOVEN FABRIC TORAJA*. Setiawan, Z., Nurdiansyah, N., Kushariyadi, K., & Sari, M. D. (2024). *Strategi pemasaran: Konsep dan inovasi pemasaran di era digital*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.

Mayasari, D., & Suhendro, A. (2024). Revitalisasi ekonomi lokal melalui pengembangan produk UMKM. *Jurnal Neraca*.

Ernawati, R., *et al*. (2022). Keunggulan kompetitif UMKM melalui inovasi produk. *Jurnal Kewirausahaan*.

Darmawan, A., & Bahri, M. (2025). Peran inovasi produk dalam daya saing UMKM. *Jurnal BISEI*.

Azhari, R., *et al*. (2024). Strategi inovasi dan diferensiasi produk UMKM. *Jurnal Makro Manajemen*.

Rahmawati, S. (2024). Inovasi produk pada UMKM industri tas. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.

Pratama, Y. (2024). Inovasi produk UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aksara*.

Nasir, M. (2024). Inovasi produk UMKM kerajinan untuk meningkatkan daya saing. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*.

Putri, L. (2024). Pengaruh digital *marketing* terhadap keputusan pembelian produk UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (n.d.). *Indikasi geografis kopi Arabika Toraja*. Kementerian Hukum Republik Indonesia. DGIP Kopi Toraja

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (n.d.). *Kain tenun Toraja sebagai warisan budaya Indonesia*. Warisan Budaya Takbenda Indonesia. Warisan Budaya Kemdikbud

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (n.d.). *Tongkonan sebagai warisan budaya Toraja*. Warisan Budaya Takbenda Indonesia. Tongkonan Kemdikbud

Andy Endra Krisna. 2024a. “Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 3(4):66–81. doi:10.55606/jupiman.v3i4.4514.

Andy Endra Krisna. 2024b. “Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 3(4):66–81. doi:10.55606/jupiman.v3i4.4514.

Arjang, Arjang, Ruth Mariana Bunga Wadu, and Kraugusteeliana Kraugusteeliana. 2025. “Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis

Platform." *Jurnal Minfo Polgan* 14(2):1608–18. doi:10.33395/jmp.v14i2.15190.

Cahyo, Chandra Dwi, and Siti Mundari. 2024. "Perencanaan kebutuhan bahan baku untuk kelancaran produksi guna memenuhi permintaan (Studi kasus : UD. Maju Jaya)." *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi* 7(4):2568–75. doi:10.31004/jutin.v7i4.37967.

Darmayanti, Hani Melia, Tri Hernawati, and Bonar Harahap. 2022. "PERENCANAAN KEBUTUHAN BAHAN BAKU PRODUK KUE BAWANG ABON MENGGUNAKAN METODE MRP (MATERIAL REQUIREMENT PLANNING)." *Buletin Utama Teknik* 17(3):286–90. doi:10.30743/but.v17i3.5375.

Dwiyanti, Dessy. 2022. "Aplikasi Metode Material Requirement Planning (MRP) Pada CV. Kana Permadi Dalam Merencanakan Kebutuhan Bahan Baku." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(8):3744–54. doi:10.32670/fair*value*.v4i8.1606.

Musthofa, Mohammad Dendy, Ahmad Rifai, Putri Puspita Ningrum, Danisa Rada Silvia, Riska Wulandari, and Siti Aisyah. 2025. "Peran Inovasi dalam Pengembangan Produk UMKM di Era Digital." *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business* 4(1):64–69. doi:10.56916/jimab.v4i1.1143.

Nurdiansyah, Nurdiansyah, Masdar Masud, and Serlin Serang. 2024. "Scope Management in Industry 4.0 Projects." *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(1):25–33. doi:10.56457/jimk.v12i1.525.

Oktaviana, Anastasia Christin, and Tuwanku Aria Auliandri. 2023. "Analisis Pengendalian Kualitas Produksi Meja Dan Kursi Menggunakan Diagram Pareto Dan Fishbone Pada PK. SKM JATI." *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6(4):559–72. doi:10.31842/jurnalinobis.v6i4.310.

Pandia, Wilda Dwina Br, Nirwana Sari, Kristin Natalia Br Sembiring, Philipus Pilarzato, and Irwan Nopian Sinaga. 2025. "Analisis Strategi Manajemen Operasional terhadap Produktivitas UMKM." 03(03).

Siahaan, Yuni Estevania, and Emmanuella Theresia Oktaviana. n.d. "Strategi Pricing dan Pengendalian Biaya pada UMKM di Fase Kedewasaan untuk Mempertahankan Profitabilitas."

Akbar, Rahmad, T. Yoga Winanda, Merlia Rahmayani, Dzulhijjah Yetti, and Harmi Yelmi. 2022a. "Analisa Pemanfaatan Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Kampar." *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan* 5(2):47–54. doi:10.59061/jsit.v5i2.77.

Akbar, Rahmad, T. Yoga Winanda, Merlia Rahmayani, Dzulhijjah Yetti, and Harmi Yelmi. 2022b. "Analisa Pemanfaatan Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Kampar." *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan* 5(2):47–54. doi:10.59061/jsit.v5i2.77.

Akbar, Rahmad, T. Yoga Winanda, Merlia Rahmayani, Dzulhijjah Yetti, and Harmi Yelmi. 2022c. "Analisa Pemanfaatan Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Kampar." *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan* 5(2):47–54. doi:10.59061/jsit.v5i2.77.

Alsakarneh, Asaad, Bilal Eneizan, Baha Aldeen Mohammad Fraihat, Hebah Zaki Makhamreh, Shehadeh Mofleh Al-Gharaibeh, and Khaled M. K. Alhyasat. 2023. "An Investigation into the Effect of Social Support on Job Performance and Job Satisfaction in the Jordanian Insurance Industry." *International Journal of Data and Network Science* 7(3):1435–44. doi:10.5267/j.ijdns.2023.3.020.

Anugrah, Eggy, and Hendro Prasetyo. 2022. "Modal Sosial Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Primordial Dan Franchise." *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)* 83–89. doi:10.15408/jisi.v3i2.29668.

Aprizal, Aprizal, and Nurdiansyah Nurdiansyah. 2023. "PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KAB. JENEPONTO." *AkMen JURNAL ILMIAH* 20(1):63–72. doi:10.37476/akmen.v20i1.3518.

Naini, Nurul Fitrianis, Sugeng Santoso, Tanti Stevany Andriani, Unique Gita Claudia, and Nurfadillah. 2022. "The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty: The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty." *Journal of Consumer Sciences* 7(1):34–50. doi:10.29244/jcs.7.1.34-50.

Nurdiansyah, Nurdiansyah, Masdar Masud, and Serlin Serang. 2024. "Scope Management in Industry 4.0 Projects." *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(1):25–33. doi:10.56457/jimk.v12i1.525.

Pratap, Vijay, Anchal Dass, Shiva Dhar, Subhash Babu, Vinod Kumar Singh, Raj Singh, Prameela Krishnan, Susama Sudhishri, Arti Bhatia, Sarvendra Kumar, Anil Kumar Choudhary, Renu Singh, Pramod Kumar, Susheel Kumar Sarkar, Sunil Kumar Verma, Kavita Kumari, and Aye Aye San. 2022. "Co-Implementation of Tillage, Precision Nitrogen, and Water Management Enhances Water Productivity, Economic Returns, and Energy-Use Efficiency of Direct-Seeded Rice." *Sustainability* 14(18):11234. doi:10.3390/su141811234.

Syafii, Muhammad, and Nugroho Eko Budiyanto. 2022. "Penerapan Digital *Marketing* Dengan Analisis STP (Segmenting, *Targeting*, *Positioning*)." *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak* 4(1):66. doi:10.36499/jinrpl.v4i1.5950.

Worldailmi, Elanjati, Sinta Wulandari, and Syafa Thania Prawibowo. 2022. "PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN UMKM NAIK KELAS." *Jurnal PASTI (Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri)* 16(2):181. doi:10.22441/pasti.2022.v16i2.006.

Abayomi, A. A., Ogeawuchi, J. C., Onifade, A. Y., Agboola, O. A., Dosumu, R. E., & George, O. O. (2023). Systematic *review* of *marketing* attribution techniques for omnichannel customer acquisition models. International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, 3(6).

Almatrafi, A. M., & Alharbi, Z. H. (2023). The impact of web analytics tools on the performance of small and medium enterprises. Engineering, Technology & Applied Science Research, 13.

Alnuaim, A. A., Zakaria, N. H., Alhadlaq, A., Alsubaie, M., Althaqafi, A., Alrashed, S., & Alnuaim, H. (2022). Human-centered design of interactive dashboards: A systematic literature *review*. Applied Sciences, 12(24), 12651.

Kohavi, R., Tang, D., & Xu, Y. (2022). Trustworthy *online* controlled experiments: A practical guide to A/B testing. Cambridge University Press.

Larsen, N., Stallrich, J., Sengupta, S., Deng, A., Kohavi, R., & Stevens, N. T. (2023). Statistical challenges in *online* controlled experiments: A *review* of A/B testing methodology. The American Statistician.

Maulidia, R., Umyana, A., Yani, A., Fitriana, A., & Setiawan, H. (2023). Pemanfaatan Google Analytics sebagai *marketing* tools bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kubu Raya. Dedikasi Sains dan Teknologi, 3(2).

Mhlanga, D. (2023). Digital *marketing* analytics and artificial intelligence for sustainable business growth. Sustainability, 15(16), 12115.

Aprizal, A., & Nurdiansyah, N. (2023). PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KAB. JENEPONTO. AkMen JURNAL ILMIAH, 20(1), 63–72. https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3518

Molina, E., Tejada, J., & Weiss, T. (2022). Some game theoretic *marketing* attribution models. Annals of Operations Research.

Quin, F., Weyns, D., Galster, M., & Costa Silva, C. (2024). A/B testing: A systematic literature *review*. Journal of Systems and Software.

Rane, N., Achari, A., & Choudhary, S. (2023). Enhancing customer loyalty through artificial intelligence, machine learning, internet of things, and data-driven technologies: Improving customer lifetime *value*, digital *marketing* strategies, and businesses. Electronics, 12(13), 2814.

Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The impact of digital *marketing* on the performance of SMEs: An analytical study in light of modern digital transformations. Sustainability, 16(19), 8667.

Zaitsev, S. (2023). Optimizing SME performance through KPI utilization. Journal of Innovations and Sustainability.

Aprizal, & Nurdiansyah. (2023). *Pelatihan pembuatan keripik pisang berbagai rasa dan pengemasan di Desa Morowa Kab. Bantaeng*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 4(4), 3063 sampai 3071. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1650

Aprizal, & Nurdiansyah. (2023). *Pengaruh perkembangan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kab. Jeneponto*. AKMEN Jurnal Ilmiah, 20(1), 63 sampai 72. https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3518

Nurdiansyah. (2022). *Analisis perbandingan penetapan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing dan mark up pricing pada UMKM Hardtop Coffee periode 2021* [Skripsi, Universitas Buana Perjuangan Karawang].

Republik Indonesia. (2008). *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008

Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7tahun-2021

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021*. https://peraturan.bpk.go.id/Details/177840/permenkop-ukm-no-3-tahun-2021

Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. https://web.iaiglobal.or.id/SAK-IAI/Tentang%20SAK%20EMKM

Bank Indonesia, & Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. (2015). *Profil bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah*. https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf

Bank Indonesia. (2022). *Kajian inovasi model bisnis pembiayaan digital kepada UMKM*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Documents/Kajian-Inovasi-Model-Bisnis-Pembiayaan-Digital-Kepada-UMKM.pdf

Bank Indonesia. (2022). *Dorong UMKM naik kelas melalui penggunaan aplikasi pencatatan keuangan*.

https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_247322.aspx

Bank Indonesia. (n.d.). *Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan*. https://bicara131.bi.go.id/knowledgebase/article/KA-01185/en-us

Badan Pusat Statistik. (2024). *Profil industri mikro dan kecil 2023*. https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/18/52d85cbe9de005b6f5d69f95/profil-industri-mikro-dan-kecil-2023.html

Badan Pusat Statistik. (2025). *Profil industri mikro dan kecil 2024*. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/09/16/a83f105e49377d0a7434e62a/profil-industri-mikro-dan-kecil-2024.html

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021 sampai 2025*. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021-2025/STRATEGI%20NASIONAL%20LITERASI%20KEUANGAN%20INDONESIA%20%28SNLKI%29%202021%20-%202025.pdf

Tim PHP2D. (2021). *Buku saku pembukuan keuangan bagi UMKM*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. https://repository.unpkediri.ac.id/4365/2/84205_0713088605%20-%20Pembukuan%20Keuangan%20bagi%20UMKM_compressed%20%281%29.pdf

Sanjaya, P. K. A., & Nuratama, I. P. (2021). *Tata kelola manajemen dan keuangan usaha mikro kecil menengah*. CV Cahaya Bintang Cemerlang. https://repo.unhi.ac.id/handle/123456789/1777

Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis, 20*(1), 1 sampai 13. https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1

Anggraeni, B. D. (2015). Pengaruh tingkat literasi keuangan pemilik usaha terhadap pengelolaan keuangan. Studi kasus UMKM Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia, 3*(1), 22 sampai 30. https://doi.org/10.7454/jvi.v3i1.23

Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Solo Raya. *Among Makarti, 14*(2), 62 sampai 76. https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.210

Ramadhani, G. P. (2019). *Pengaruh literasi keuangan dan financial capital terhadap kinerja UKM di Jawa Timur dengan gender sebagai variabel moderasi* [Skripsi, STIE Perbanas Surabaya]. https://eprints.perbanas.ac.id/5112/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf

Haekal, F. (2021). *Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM di Kota Palopo* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palopo]. https://repository.umpalopo.ac.id/1756/1/JURNAL%20PENGARUH%20LITERASI%20KEUANGAN%20TERHADAP%20PENGELOLAAN%20KEUANGAN%20UMKM%20DI%20KOTA%20PALOPO.pdf

Bangun, N., Natsir, K., Lisanto, J. C., & Landias, J. S. (2023). Mengelola modal usaha untuk peningkatan kinerja UMKM. *Jurnal Serina Abdimas, 1*(3), 1338 sampai 1344. https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26171

Yuniarti, R. (2024). *Akses pembiayaan UMKM dalam pengembangan usaha*. Perbanas Institute. https://repository.perbanas.id/xmlui/handle/perbanas/1906

Mulya, A. D. S., Mudjrimin, J., Irawan, H., & Rahman, A. (2023). Pengenalan manajemen keuangan sederhana pada UMKM di Desa Malimongeng Kecamatan Salomekko Kabupaten Bone. *Jurnal Panrita, 2*(1), 24 sampai 29. https://doi.org/10.47435/jcs.v2i1.2231

Mutiah, R. A. (2019). Penerapan penyusunan laporan keuangan pada UMKM berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business, 3*(3), 223 sampai 229. https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21000

Sularsih, H., & Sobir, A. (2019). Penerapan akuntansi SAK EMKM dalam penyusunan laporan keuangan pada UMKM Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *JAMSWAP Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 4*(4), 10 sampai 16.

https://jurnal.stiegwalisongo.ac.id/index.php/JAMSWAP/article/view/115

Imawan, A., Mas'adah, N., Safitri, M., & Fadhil, F. A. (2023). Analisis penerapan akuntansi berdasarkan SAK EMKM pada UMKM Dwi Loundry. *Sustainable Jurnal Akuntansi, 3*(2), 247 sampai 261. https://doi.org/10.30651/stb.v3i2.20865

Hidayati, L. (2022). *Analisis harga pokok produksi dalam menentukan harga jual melalui metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing pada UMKM Telur Asin Sifa* [Skripsi, STIE Mahardhika Surabaya]. https://repository.stiemahardhika.ac.id/3074/3/JURNAL%20-LILIS%20HIDAYATI%20-%2016310009.pdf

Pasapan, V. W., Pusung, R. J., & Maradesa, D. (2023). Analisis metode full costing dan variable costing dalam penentuan harga pokok produksi Boba Biji Nangka pada UMKM Subin Mood Boba. *Jurnal EMBA, 11*(2), 453 sampai 463. https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48806

Putri, R. F., Soebijono, T., Erstiawan, M. S., & Arifin, M. (2022). Relevansi metode cost plus pricing untuk menentukan harga pokok produksi pada konveksi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, 7*(3), 30 sampai 41. https://doi.org/10.29407/jae.v7i3.18683

Maulana, A., Rohman, A. F., & Ma'ruf, M. (2020). Analisis penentuan harga pokok pesanan dengan metode full costing pada UMKM di Karawang. *Jurnal Indonesia Sosial Sains, 1*(5), 347 sampai 353. https://doi.org/10.59141/jiss.v1i05.70

Marisya, F. (2022). Analisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing untuk menentukan harga jual pada UMKM Tempe Pak Rasman OKU Selatan. *Ekonomica Sharia, 7*(2), 141 sampai 152.

Abidin, M. Z. (2024). Pelatihan penggunaan aplikasi SIAPIK Bank Indonesia dalam menyusun laporan keuangan pada UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Banjarmasin. *Bakti Banua Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4*(2), 1 sampai 9.

Basri, N., Idayanti, R., & Hasbi, H. (2025). Analisis penerapan aplikasi akuntansi berbasis SI APIK dalam menyusun laporan keuangan UMKM sesuai SAK EMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review, 5*(1), 14. https://doi.org/10.53697/emba.v5i1.2757

Amelinda, Q. P., Niam, A., Permana, A. B., & Hariyana, N. (n.d.). *Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sosialisasi Digitalisasi Marketing Bagi UMKM Desa Baratan, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember*.

Aprizal, A., & Nurdiansyah, N. (2023). PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KAB. JENEPONTO. *AkMen JURNAL ILMIAH*, *20*(1), 63–72. https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3518

Audy Herlina Puspitasari & Condro Widodo. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, *2*(4), 17–27. https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.755

Aufat, M. F., Arjunita, S., & Efika, N. (2025). *ANALISIS PENTINGNYA ASPEK HUKUM DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS SEBAGAI JAMINAN KEABSAHAN USAHA*. *2*(4).

Azizah, S. N., Sulistyowati, E., Masnun, M. A., Perwitasari, D., & Faisol, S. A. (n.d.). *Literasi Hukum: Legalitas Produk dan Halal Awarness dalam rangka Meningkatkan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.

Azizia, A. J., & Susilo, B. E. (2026). *Can the Use of Liveworksheet-Based Learning Media Enhance Students' Computational Thinking Skills in Systems of Linear Equations in Three Variables?*

Bakhrur Rokhman, Tobirin, Ali Rokhman, & Denok Kurniasih. (2024). PENYELENGGARAAN PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO MELALUI SISTEM *ONLINE* SINGLE SUBMISSION (OSS). *Journal of Social and Economics Research*, *6*(1), 1562–1580. https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.399

Bambang Hermanu, Enny Purwati Nurlaili, Jonathan, Melanita Kristiani, & Miranti Mandasari. (2023). Penyuluhan Legalitas Produk Pirt dan Keamanan Pangan bagi Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Tengaran Kabupaten Semarang: Counseling on The Legality of Pirt Products and Food Safety For Farmer Women's Group in Tengaran Semarang District. *Perigel: Jurnal Penyuluhan Masyarakat Indonesia*, *2*(1), 1–13. https://doi.org/10.56444/perigel.v2i1.456

Bidayatulfarhah, S. M., & Badriyah, S. M. (2026). *Implikasi Hukum Pengalihan Saham di Bawah Tangan terhadap Tanggung Jawab Jabatan Notaris*. *19*.

Br Hutagalung, C. S. I., & Parhusip, N. A. (2024). *Esensial Legalitas Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang*. https://doi.org/10.5281/ZENODO.12511440

Dewi Rahmawati, Marthy Meliana, Windi Tri Wahyuni, Ismatun Maulidiyah, Elsa Saqila, Sirojul Eilma, Ni'matul Fauziah, Brelianty Nevy, Miftahul Maulidiyah, Silvia Nur Diana, Annisya San Shabira, Marselinus Seran, & Findy Lovirna. (2024). Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM: Literature *Review* Articel. *OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi dan Kesehatan*, *2*(1), 164–170. https://doi.org/10.61132/obat.v2i1.193

Elyshia, Novitasari, M., Kelly Virginia Putri, Rainer Collin Liu Muliawan, & Budi Setiawan. (2025). Optimalisasi Legalitas Usaha untuk Meningkatkan Keberlanjutan UMKM Studi Pendampingan di Warung Teras Kuning, Gading Serpong. *Journal of Micro, Small and Medium Enterprises*, *2*(3), 12. https://doi.org/10.47134/umkm.v2i3.995

Fadilah, N., Syifa, N., & Qurrotu'aini, N. I. (2025). Pentingnya Pengurusan NIB Sebagai Sebagai Instrumen Legalitas Usaha: Studi Pada UMKM Jellicious dalam Bingkai Hukum Bisnis. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, *2*(2), 38–41. https://doi.org/10.62759/jpim.v2i2.232

Fanani, M. Z., Gunawan, B. P., & Miarsa, F. R. D. (2021). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN UMKM YANG TIDAK MENCANTUMKAN ISI KOMPOSISI BAHAN PRODUK. *Jurnal Reformasi Hukum : Cogito Ergo Sum*, *3*(1), 1–6. https://doi.org/10.51804/jrhces.v3i1.980

Fitri, Z. E. & Mardiah. (2023). Kajian Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skema Self Declare Pada UMKM Dapur Mimi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, *5*(1), 6–15. https://doi.org/10.30997/jiph.v5i1.9996

Gentari, K., Heriyana, H., Erlina, N., Agustina, S., & Emelda, E. (2026). PENDAMPINGAN LEGALITAS SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM: BUKTI EMPIRIS DARI PROGRAM NIB DAN SERTIFIKASI HALAL. *COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(2), 713–725. https://doi.org/10.51878/community.v6i2.10137

Hakim, A. R. (n.d.). *Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan dan Minuman Tanpa Label*.

Haris, M., & Ananda, R. (2026). Pendampingan Pendaftaran Merek Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Barito Kuala. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, *5*(1), 567–577. https://doi.org/10.60004/komunita.v5i1.520

Hidayat, T., Muskibah, M., & Fathni, I. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, *3*(3). https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i3.18845

Ilham, B. U. (2022). Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare pada Usaha Mikro dan Kecil Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Sulawesi Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, *5*(1), 20. https://doi.org/10.36722/jpm.v5i1.1753

Indrawati, S., Harwanto, S. W., & Suryaman, A. (2023). Pentingnya Legalitas Usaha Sebagai Pelindungan Hukum Bagi Perusahaan. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, *3*(1), 1–8. https://doi.org/10.37729/eksaminasi.v3i1.1725

Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, *1*(3), 231–241. https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.17113

Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, *7*(2), 208–217. https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344

Jafar, S. (2025). *Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh email: Yulia@unimal.ac.id*. *8*(2).

Joni Putra, Aryan Danil Mirza. Br, Neny Desriani, & Rindy Dwi Ladista. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Lampung melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Syariah dan Pendampingan Legalitas Usaha. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *5*(4), 203–214. https://doi.org/10.56910/safari.v5i4.3251

Kamarullah, I., Rinawati, I., Mareta, M., Ningrum, T. F., & Dini, S. A. R. (n.d.). *PERIZINAN DAN LEGALITAS UMKM*.

Kasyir, S., Febrianti, P., & Tamami, B. (n.d.). *Optimalisasi Legalitas Usaha melalui Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang*.

Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., Yusanto, I., & Murtadlo, M. B. (n.d.). *Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa: Sebuah Kajian Literatur*.

Lia, S. N., Navijanto, R. A. P., & Pertiwi, V. I. (2023). Penguatan Usaha Melalui Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Kepada Pelaku UMKM di Gebang Putih. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *7*(3), 1120–1133. https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i3.6116

Makbul, M., & Ismail, M. (2025). *Legalitas Usaha sebagai Penggerak Budaya Hukum Pelaku UMKM di Era Digital: Antara Kepatuhan dan Resistensi*. *8*(1).

Moch. Nur Syamsi, Khansa Florensa Ervanto, Rahila Iftikhar, Nadhiya Hana Aushafina, Cendhy Rezky Adi Vitara, & Mu'tasim Billah. (2023). Pendampingan Pengurusan Legalitas Usaha Berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, *1*(3), 167–173. https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.333

Muntholip, Abd., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature *Review*. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, *7*(1), 26–38. https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i1.5257

Musthafa, A. R., Putrazta, S. A., Edwinarta, C. D., & Fitriani, N. A. (n.d.). *KEABSAHAN PENGGUNAAN ONE SINGLE SUBMISSION RISK-BASED APPROACH (OSS RBA) SEBAGAI SISTEM PERIZINAN BERUSAHA*. *20*(4).

Nur Aisyah, F., Retnowati, A., & Wibawani, S. (2023). Pendampingan Masyarakat Melalui Perizinan Legalitas Usaha Kepada Pelaku UMKM di Kelurahan Karangtengah Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1793–1800. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1207

Nurdiansyah, M. R. D. (2023). Sinergitas akselerasi lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dan Lembaga Pemeriksa Halal dalam implementasi sertifikasi halal industri di Indonesia. *Journal of Halal Industry Studies*, *2*(1), 39–48. https://doi.org/10.53088/jhis.v2i1.566

Nurhaliza, A. S., Oman Suryaman, Susnandi, A., Juwita, I., Pebriyanto, R., & Aji, S. (2023). Pengembangan UMKM di Desa Sindangjawa Melalui Seminar UMKM dan Legalitas Usaha. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(4), 2756–2760. https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6648

Nurul Hikmah, Ainun Fadillah, Siti Mukti Intan, & Mahmud Yunus. (2025). Tantangan Sertifikasi Halal pada UMKM di Indonesia: Studi Kualitatif terhadap Aspek Sosialisasi, Biaya, dan Regulasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, *5*(2), 78–89. https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5335

Oktaviani, N. N. N. (2022). *URGENSI LEGALITAS USAHA BAGI INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM)*. *10*(2).

Oloko, T., & Mammadova, A. (2026). *Traditional Medicine Knowledge as Communal Intellectual Property in Aceh: How to Protect It and the Role of Women*.

Pancawati, R. P., Kusumah, A., Jamilah, J., Indah, A., & Abdullah, I. (2026). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Sosialisasi Legalitas Usaha di Desa Sungai Bangkal Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *4*(3), 2737–2743. https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i3.841

Purwaningsih, E., Anisariza, N. U., & Basrowi, B. (2023). Perolehan Legal Entity dan Legal Product bagi UMKM. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, *5*(2), 245–264. https://doi.org/10.14710/jphi.v5i2.245-264

Rahayu, S. A. P. (n.d.). *Kebijakan Kegiatan Sekolah Media Bagi Generasi Muda*.

Rahayuningsih, N., Anggraeni, A., Rianingsih, R., Nisa, A. L., Fathurrahman, R., Fakhri, N. N., Rahma, G., Paujia, E. S., Muzaffar, M. N., & Enas, U. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pelatihan Pirt, Desain Kemasan, dan Digitalisasi Produk Lokal di Wilayah Perdesaan. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, *8*(10), 5026–5035. https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22128

Ruchba, S. M., & Muhlison, M. B. (2026). *Pendampingan UMKM dalam Pembuatan Kemasan Produk dan Perizinan Usaha Anggota KUBE Griya Cendekia Sedayu Bantul*. *08*(1).

Salsa Chabita Saraswati, Khoirotun Nadhiroh, Nadia Ananda Putri Ikhtiarni, Faizal Adi Mukti, Ika Wahyu Arlina, Muhammad Syifaul Anwar, Nur Laila Handayani, & Hardi Utomo. (2026). Pengaruh Standarisasi Produk dan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Volume Penjualan: Studi Kasus UMKM Krecek Kulit Ashif Jatirejo. *Panggung Kebaikan : Jurnal Pengabdian Sosial*, *3*(1), 151–161. https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v3i1.3072

Sari, Y. I., & Azmi, M. R. (n.d.). *Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk UMKM Yang Tidak Bersertifikat SNI dan BPOM*.

Sarwoko, E., & Nurfarida, I. N. (n.d.). *LEGALITAS USAHA MIKRO KECIL MELALUI NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)*.

Sri Wahyuni, Andi Martina Kamaruddin, Gusti Noorlitaria Achmad, & Rabiatul Adawiyah. (2026). Pendampingan Legalitas dan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(4), 22451–22462. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5854

Sugito, A., Kurniawan, W., Amalia, E., & Muhaemin, E. (2024a). Strategi Peningkatan Legalitas, Pemasaran, Dan Keberlanjutan Usaha Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang U & Z Snack Ria. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 17–22. https://doi.org/10.70283/jpm.v1i1.19

Sugito, A., Kurniawan, W., Amalia, E., & Muhaemin, E. (2024b). Strategi Peningkatan Legalitas, Pemasaran, Dan Keberlanjutan Usaha Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pisang U & Z Snack Ria. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 17–22. https://doi.org/10.70283/jpm.v1i1.19

Sukayasa, I. N. (2025). Peran regulasi hukum bisnis dalam mendorong kepatuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM): *Review* jurnal sistematis. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, *5*(2), 559–571. https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.2078

Sulasno, I. Z., Diva Yohana Margaretha Marbun, Shafira Nadya Nathasya, & Fiona Chrisanta. (2023). ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK MEREK TERKENAL TERHADAP TINDAKAN PENGGUNAAN MEREK TERKENAL OLEH PELAKU UMKM. *Padjadjaran Law Review*, *11*(2), 165–178. https://doi.org/10.56895/plr.v11i2.1258

Supriyo, A., Latifah, L., & Isnawati, M. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha Perlindungan Hukum Bagi UMKM di Mitra PCM Gunung Anyar Surabaya Hingga Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB). *Borobudur Journal on Legal Services*, *4*(1), 44–52. https://doi.org/10.31603/bjls.v4i1.8558

Syarifah, N., Az-Zahra, E., Farhan, F., & Ulumudin, I. (2024). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM Kabupaten Tegal dan Kota Pekalongan. *Bijaksana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 41–44. https://doi.org/10.33084/bijaksana.v1i2.6342

Ulya, W., Pratiwi, A. R., & Utami, N. (2023). Implementasi Hukum Perlindungan Konsumen Melalui Literasi Pemasaran Digital dan Legalitas Produk UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *7*(02), 127–144. https://doi.org/10.26618/j-hes.v7i02.12183

UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA. (n.d.).

Wella, B. A. (n.d.). *Evaluasi Kebijakan Perizinan Usaha Berbasis Risiko Pada Usaha Mikro*.

Wicaksono, D., Fendi Setyawan, & Yusuf Adiwibowo. (2025). Perlindungan Konsumen Terhadap Produksi Dan Peredaran Barang Yang Tidak Memenuhi Standar. *Simbur Cahaya*, 341–362. https://doi.org/10.28946/sc.v32i2.5124

Widiantoro, R. F. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum. *Jurnal Lex Renaissance*, *7*(2), 416–426. https://doi.org/10.20885/JLR.vol7.iss2.art14

Widya Yuniati Siregar & Debora Debora. (2025). Peran Kekuatan Merek bagi UMKM MoriGe: Sebagai Perlindungan Hukum dan Mendukung Keberlanjutan Bisnis. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, *4*(2), 01–11. https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i2.4328

Wijaya, H. M. Y., Puspitasari, D., & Hakim, J. A. R. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERKAIT MEREK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) YANG BELUM DIDAFTARKAN. *Vol.*, (02).

Zebua, M., Oktafia, R., & Nisa, F. L. (2025). PENGEMBANGAN UMKM MENUJU NAIK KELAS MELALUI PENDAMPINGAN LEGALITAS DI KELURAHAN MENUR PUMPUNGAN. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, *6*(2), 452–469. https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i2.5065

Adam, A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2022). Digital *marketing* melalui sosial media sebagai strategy pemasaran UMKM di Kota Tomohon. Jurnal EMBA, 10(2), 1187–1194.

Aditiawarman, A., & Wahyuni, S. (2022). Impact of digital capability on competitive advantage and performance of tourism SMEs in Indonesia: The role of strategic agility and absorptive capacity. https://doi.org/10.4108/eai.14-12-2021.2318370

Aliyah, A. H. (2022). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Welfare: Jurnal Ilmu Ekonomi, 3(1).

Anggriani Saputri, S., Berliana, I., & Nasrida, M. (2023). Peran *marketplace* dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi, 3(1).

Asmawiyah, Kapriani, Basar, N. F., Nurjaya, Hariyanti, Aisyah, N., & Anggraeni, D. (2022). Sosialisasi strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah di era digitalisasi. Jurnal Kreativitas Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), 5(9), 2993–3001.

Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik E-Commerce 2024. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/statistik-e-commerce-2024.html

Dwi Larasati, A., Putri Noverdiana, R., Licensya, V. C., Dewi, V., & Ayu, P. (2024). Strategi inovasi digital Kopi Kenangan dalam meningkatkan loyalitas konsumen di era Industri 4.0. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Organisasi, 3.

Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. Jurnal Oikos-Nomos, 16.

Hadian, N., Hakim, M., & Fanani, M. R. (2023). Implementasi model service-oriented architecture (SOA) dalam perancangan sistem informasi UMKM. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis, 5(3), 311–318. https://doi.org/10.47233/jteksis.v5i3.879

Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Maulana, M. H., & Herdiana, D. (2025). Analisis kebijakan pengembangan UMKM. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(5), 36–44. https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100

Harminingsih. (n.d.). Initiation of balanced environmental aspects of SMEs perspective strategic management approach quadruple helix innovation model (QHIM). International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR).

Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 2(4), 53–62. https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464

Indriani, D. P., Oktavirani, S., Lubis, M. W., & Siregar, W. M. (2026). Peranan teknologi informasi dalam peningkatan kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Journal Computer Science and Information Technology (JCoInT), 7(1), 245–250.

Jabeen, R., Khan, K. U., Zain, F., Atlas, F., & Khan, F. (2024). Investigating the impact of social media advertising and risk factors on customer *online* buying behavior: A trust-based perspective. Future Business Journal, 10(1). https://doi.org/10.1186/s43093-024-00411-8

Junaedi, D., Masruro, U., Laili, R., Rianita, A. P., & Tamimah, H. (2024). Peran media sosial dalam mendukung inovasi dan digitalisasi UMKM.

Khaerah, N., Putra, M. A. P., Hardi, R., Sari, M., & Fajar, M. (2023). Penelusuran mortality risk factors dan digital innovation dalam membangun ketahanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Makassar. https://doi.org/10.31605/arajang.v5i2

Lisdayanti, A., & Padmanegara, O. H. (2024). Peran teknologi *blockchain* dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan keamanan data privasi pada *platform* e-commerce di Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan, 5(2), 347–361. https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i2.245

Maharani, B., Saputro, I. E., Nisa, M., Setiyati, I. N., Haqiqi, M. Z., & Rozaqi, I. F. (2022). PKM bagi kelompok UMKM di Desa Grabag melalui pelatihan pemasaran digital untuk perluasan pangsa pasar. Ahmad Dahlan Mengabdi, 2(2), 1–5. https://doi.org/10.58906/abadi.v2i2.59

Morisson, B., & Fikri, A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis), 18(1).

Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. Jurnal Kreativitas Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), 7(3), 1387–1400. https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861

Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital untuk meningkatkan produktivitas UMKM. Jurnal Serina Abdimas, 1(3), 1154–1163. https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208

Nurdiansyah, Nurdiana, Ronald Parulian, Yusrialdin, Dika Muftia, Vicky Rosalia, Gaffar, Deasy Rosanti Nurjannah, Virjayanti Lazu, Chris Dayanti Br. Ginting, Prasetyo Adi Nugroho, Frenqi Ipermando, dan Zaeul Wahyudi. (2025). Bisnis Digital *Mindset*. Agam, Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. Journal of Applied Business and Economic (JABE), 9(2), 184–204.

Novi Algi Alviani, & Munawaroh. (2025). Transformasi digital pada UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. MASMAN Master Manajemen, 3(1), 134–140. https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717

Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi teknologi informasi pada UMKM: Tantangan dan peluang. Jurnal Minfo Polgan, 13(1), 815–821. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823

Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Nursanita, N., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). Digitalisasi UMKM untuk mendongkrak produk lokal dan ekonomi daerah. Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI), 4(2), 40–47.

https://doi.org/10.33476/jeci.v4i2.430
Rasenda, P., Rizal, M., Wiyana, H., Subagja, S. N., & Korespondensi, E. (2025). UMKM dan model bisnis berbasis digital. Jurnal Bisnis Digital, 1(1). https://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.935
Risna Sari, A., Lidyah, R., Kristanti, D., & Agusman, Y. (2023). Social *marketing* project pemasaran produk UMKM penjahit rumahan melalui media sosial dan *marketplace*. Jurnal Pengabdian West Science, 2(2).
Salam, A. (2024). Transformasi digital UMKM Indonesia di era Industri 5.0: Studi kasus di Kota Banda Aceh. Jurnal Manajemen dan Teknologi, 1(1). https://doi.org/10.35870/jmt.vxix.772
Sasono, I., Fuadi, A., Kristiyanti, D., Juwita, R. N., & Nanda. (2023). Perancangan sistem pengolahan data pelanggan berbasis web menggunakan metode PIECES. Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika, 7(4).
Solechan, A., Ap, T. W., & Hartono, B. (2023). Transformasi digital pada UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. Jurnal Informatika UPGRIS, 9(1).
Treiblmaier, H., & Sillaber, C. (2021). The impact of *blockchain* on e-commerce: A framework for salient research topics. Electronic Commerce Research and Applications, 48. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101054
Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2), 259–279.
Zahra Firdausya, L., Ompusunggu, D. P., & Kunci, K. (2023). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era digital abad ke-21. Talijagad, 3, 14–18.
Aprizal, & Nurdiansyah. (2023). Pengaruh perkembangan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kab. Jeneponto. AKMEN Jurnal Ilmiah,
Afmi, A., Cecep, W., Arti, H., Faisal, T. R., Herli, A., & Sonialrli, S. (2024). Collaborative governance dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah melalui pelatihan dan pendampingan. Media Pengabdian Kepada Masyarakat, 10(3), 275–286.

Agustin, A. R. N., Negara, P. P. S., & Utomo, I. P. (2023). Implementation analysis of employee job descriptions as supporting the development of pisang UMKM Segading Ponorogo. Agroindustrial Technology Journal, 7(3), 38–45. https://doi.org/10.21111/atj.v7i3.10208

Akbari, D., Nurlenawati, N., & Anggela, F. F. (2022). Pengaruh pelatihan terhadap kinerja pelaku UMKM Karawang (kasus pada peserta UMKM Juara). Jurnal Manajemen dan Bisnis, 6(1), 1–12.

Alamiyah, M., Kusuma, K. A., & Abadiyah, R. (2024). Lingkungan kerja, beban kerja dan fasilitas kerja terhadap kinerja pegawai. Jurnal E-Bis, 8(1), 135–148. https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1635

Awaludin, A. (2025). Makna manajemen waktu bagi produktivitas karyawan di UMKM. Jurnal Economina, 4(2), 59–65. https://doi.org/10.55681/economina.v4i2.1529

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023. BPS RI.

Barsah, A., Salami, M. M., & Sutoro, M. (2024). Meningkatkan kualitas SDM UMKM Desa Cicalengka, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang melalui pelatihan manajemen kinerja dan produktivitas. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(2), 1–10.

Dahlena, A., Soni, M., Hamdani, N. A., & Andriani, S. M. (2025). Improving MSME HR competence through performance management training and effective recruitment. International Journal of Community Engagement, 6(1), 8–14. https://doi.org/10.35899/ijce.v6i1.1069

Fa'iq, A. Y., Tahir, M., & Harahap, J. (2022). The influence of work motivation and career development on employee job satisfaction at the Deli Serdang Regency Office. JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis), 7(1), 92–101. https://doi.org/10.30743/jrmb.v7i1.5321

Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (suatu kajian literatur *review* ilmu manajemen sumber daya manusia). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 3(6), 657–666.

Handoko, T. H. (2020). Manajemen personalia dan sumber daya manusia. BPFE Yogyakarta.

Harahap, R. (2023). Inklusivitas gender dan usia dalam dunia kerja. Jurnal Gender dan Pekerjaan, 6(1), 23–31.

Harmen, H., Situmeang, J. J., Fathia, R., Purba, A. C., Utami, A. D., Saragih, F. A., & Pandia, A. H. (2025). Evaluasi proses seleksi karyawan dalam UMKM kuliner: Studi kasus pada usaha Seblak Prasmanan Jeletot Medan. Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi (JUMMA'45), 4(1), 231–238. https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i1.4123

Hoang, V. L. (2023). Human resource training: An approach in digital era. VNU Journal of Science: Policy and Management Studies, 39(1), 1–10.

Hutama, R. H., & Verawati, D. M. (2023). Analisis proses rekrutmen dan seleksi karyawan. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial, 3(3), 1–11.

Iqbal, M., Apriliani, F., Zulkhulaifah, J. A., Aisara, D. L., Habibie, F. R., & Sonjaya, S. A. (2025). Evaluasi ketidakefektifan pembagian tugas pada Warung Makan Ijo dan perancangan struktur organisasi lini sebagai solusi peningkatan operasional. Factory: Jurnal Industri, Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri, 2(2), 1–12.

Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (JISE). (2024). Peran manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing UMKM. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen, 2(4), 1–15.

Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENG. (2025). Pembenahan struktur organisasi dan job description pada UMKM kampus. PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 1(1), 1–12.

Jurnal Kolaboratif Sains. (2024). Peran teknologi informasi dalam rekrutmen dan seleksi karyawan. Jurnal Kolaboratif Sains, 7(8), 2746–2757.

Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi (JUMMA'45). (2025). Analisis evaluasi kinerja karyawan di perusahaan kosmetik ABC. Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi, 4(2), 1–10.

Kamsidik, K., Eka, P. D., & Ilham, N. (2024). Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan UMKM di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang

melalui pelatihan manajemen SDM. Amanah Mengabdi, 1(2), 182–187. https://doi.org/10.70451/pkm.v1i2.402

Kurniawan, A., & Alhifni, A. (2022). Peningkatan kemandirian UMKM melalui pengembangan digital *marketing* dan pelatihan keterampilan usaha. Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(3), 201–207.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2009). Evaluasi kinerja SDM (4th ed.). PT Refika Aditama.

Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2006). Human resource management: Manajemen sumber daya manusia (Edisi 10). Salemba Empat.

Mawar, A., Herman, & Supriadi, Y. (2023). Pengaruh pelatihan, bantuan modal dan pendampingan terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM di Kabupaten Mamuju. Journal of Management & Business, 6(1), 243–251.

Noora, A. (2024). Tinjauan syarat batas usia rekrutmen tenaga kerja dari perspektif hukum & HAM. Jurnal Pemilu Kita, 11(3), 124–135.

Nur Izzuddin, A. A., Tangdilallo, A. C. K., Pusphamala, R., Kamila, T. T., Syarifah, U., & Kartika, L. (2024). Analisis sistem kompensasi menggunakan metode point system pada UKM SHB. Innovative: Journal of Social Science Research, 4(3), 10897–10909. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11799

Pahlevi, N. H., Nugroho, W. A., Pratiwi, D. R., & Hanif, M. (2023). Penerapan manajemen kinerja pada sektor non publik. Jurnal Pendidikan dan Konseling, 1(6), 1269–1278.

Pramestya, A., Herawati, J., & Septyarini, E. (2023). Pengaruh motivasi, lingkungan kerja dan kompensasi terhadap kinerja pegawai. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(5), 2653–2665. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2853

Putri, M. A. (2024). The influence of motivation and work environment on employee productivity at Seblak Mama. JUSTI (Journal of Industrial Systems and Engineering), 5(2), 214–222.

Recky, Nazaruddin, & Widyawati. (2024). The impact of physical and non-physical work environment on employee productivity. Journal of Business and Management Inaba, 3(1), 54–65. https://doi.org/10.56956/jbmi.v3i01.348

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational behavior (17th ed.). Pearson Education.

Sari, M. W., Amanda, Z., & Redna. (2023). Sosialisasi sikap dan motivasi kinerja karyawan pada UMKM. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 1(5), 365–368. https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i5.166

Sedarmayanti. (2017). Perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kompetensi, kinerja dan produktivitas kerja. Refika Aditama.

Septiawan, E., Indah, D., & Yunaningsih, A. (2022). Penguatan budaya disiplin kerja bagi pelaku UMKM Pelestari Kutang Suroso di Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung. Jurnal Abdimas Peradaban, 3(2), 14–20. https://doi.org/10.54783/tdjmcf47

Setiawan, E. A., & Rahmawati. (2025). Evaluasi kinerja UMKM berbasis key performance indicators (KPI): Studi kasus pada CV XYZ. Journal Central Publisher, 2(8), 2480–2488. https://doi.org/10.60145/jcp.v2i8.514

Sholihah, D. M. (2024). Analisis sistem rekrutmen, pelatihan, dan penempatan kerja dalam meningkatkan kinerja karyawan PT Asian Cotton Industry. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10(2), 1134–1143. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2259

Situmeang, E. N. S., Purba, E. A. B., & Rapiah, A. Z. (2024). Strategi pengelolaan sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas karyawan pada usaha mebel skala kecil dan menengah. Alfihris: Jurnal Inspirasi Pendidikan, 3(1), 38–44. https://doi.org/10.59246/alfihris.v3i1.1138

Subur, J. (2025). SDM for UKM: Attract–develop–retain model sebagai praktik pengelolaan SDM efektif untuk peningkatan kinerja dan inovasi UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 12(2), 5346–5360.

Sukmawati, S., Anantadjaya, S. P. D., Nawangwulan, I. M., Kristanti, D., & Lubis, F. M. (2024). Pendampingan pengembangan sistem manajemen kinerja di UMKM Desa. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(5), 9937–9941. https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.36061

Syafira, A. D., Nurmala, S. I., & Rahmawati, A. (2023). Strategi rekrutmen UMKM dalam era digital. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 5(2), 201–210.

Syafitri, D., Ilham, R. N., Sandi, S. P. H., & Hidayaty, D. E. (2023). Rekrutmen dan seleksi SDM pada UMKM konveksi dan sablon Braveryproject.id. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(15), 1–10. https://doi.org/10.5281/zenodo.8201651

Winantya Atmojo, F., Nurlita, C. I., & Syawaludin, M. A. (2023). Perancangan sistem pendukung keputusan rekrutmen karyawan dengan metode TOPSIS. Jurnal Teknologi Informasi, 9(2), 592–599.

PROFIL PENULIS

Dr. Nurdiansyah, S.M., M.M., C.PM., C.HRM., Ph.D. (Cand).



Penulis lahir di Makassar pada tanggal 19 Februari 1992. Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Dipa Makassar. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen LPI dan pendidikan S2 di Universitas Muslim Indonesia dan S3 di Universitas muslim Indonesia dan penulis juga sedang melanjutkan studi *Doctor of Philosophy* di Negara Malaysia. yaitu Asia E University Malaysia. Penulis menekuni bidang kepenulisan serta aktif menulis baik pada jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional, serta beberapa buku di bidang ilmu manajemen dan beberapa jurnal internasional juga sudah banyak yang di terbitkan.

Dr. Paulus Djohan Lolo, S.E., M.M.



Penulis lahir pada tanggal 07 September 1963. Penulis saat ini sebagai dosen Tetap Ilmu Manajemen pada Program Studi Kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Penulis saat ini aktif pada organisasi. Penulis juga aktif menulis jurnal nasional dan internasional. Penulis mendapatkan gelar Magister Manajemen dan Doktor Manajemen di Universitas Hasanuddin.

Ina Yulianadewi, S.E., M.M.



Penulis lahir di Soppeng, tanggal 3 April 1988. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Dipa Makassar. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ekonomi Manajemen di Universitas Hasanuddin. Pendidikan S2 pada Jurusan Ekonomi Manajemen di Universitas Muslim Indonesia dan melanjutkan Pendidikan S3 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Ilmu Manajemen di Universitas Hasanuddin. Penulis juga menekuni bidang Menulis pada jurnal nasional terakreditasi.

Nurdiana, S.E., M.M.



Penulis merupakan akademisi dan dosen pada Program Studi Bisnis Digital Universitas Dipa Makassar yang memiliki bidang keahlian dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen di Universitas Hasanuddin dan melanjutkan pendidikan Strata Dua (S2) dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di STIE AMKOP Makassar. Latar belakang pendidikan tersebut menjadi fondasi dalam mengembangkan kompetensi keilmuan dan profesionalisme, khususnya dalam bidang manajemen, pengelolaan sumber daya manusia, serta pengembangan potensi individu dalam menghadapi dinamika dunia kerja dan transformasi digital.

Sebagai dosen, penulis secara konsisten menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Dalam bidang penelitian, penulis aktif menghasilkan dan memublikasikan karya ilmiah pada berbagai jurnal akademik serta berkontribusi dalam penulisan sejumlah buku sebagai bagian dari upaya pengembangan dan penyebarluasan ilmu pengetahuan. Keterlibatan dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga menjadi wujud komitmen penulis untuk mengimplementasikan pengetahuan

akademik dalam menjawab kebutuhan dan tantangan yang dihadapi masyarakat.

Di samping aktivitas pendidikan dan penelitian, penulis memiliki perhatian besar terhadap pembinaan dan pengembangan prestasi mahasiswa. Setiap tahunnya, penulis aktif membimbing dan mendampingi mahasiswa dalam berbagai kegiatan akademik maupun *non*akademik, antara lain Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS), Pekan Seni Mahasiswa Daerah (PEKSIMIDA), serta beragam program kreativitas, kompetisi, dan kegiatan kemahasiswaan lainnya. Melalui kegiatan tersebut, penulis berupaya mendorong pengembangan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, kepemimpinan, kerja sama, serta daya saing mahasiswa.

Dengan pengalaman dalam bidang pendidikan, penelitian, publikasi ilmiah, penulisan buku, dan pembinaan mahasiswa, penulis terus berkomitmen untuk berkontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Melalui karya-karya yang dihasilkan, penulis berharap dapat memperkaya khazanah keilmuan, memperkuat hubungan antara teori dan praktik, serta memberikan manfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan masyarakat luas.

Bagaimana sebuah usaha kecil dapat bertahan, menemukan peluang, menghadapi persaingan, dan berkembang di tengah perubahan zaman? Memulai usaha sering kali berawal dari sesuatu yang sederhana: sebuah ide, keterampilan, kebutuhan di sekitar, atau keberanian untuk mencoba. Namun, membangun usaha yang mampu bertahan dan berkembang membutuhkan lebih dari sekadar keberanian. Pelaku UMKM perlu memahami pasar, mengelola sumber daya, mengambil keputusan berdasarkan informasi, mengembangkan produk, membangun hubungan dengan pelanggan, mengatur keuangan, serta mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Buku Manajemen dan Pengembangan UMKM: Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha hadir untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai perjalanan sebuah UMKM mulai dari fondasi hingga pengembangan. Pembahasan disusun secara bertahap, dari konsep dasar UMKM dan kewirausahaan, kemudian bergerak menuju identifikasi peluang, perencanaan bisnis, *Business Model Canvas*, validasi ide dan riset pasar, pengembangan produk, manajemen produksi, pemasaran, pemasaran digital, keuangan, legalitas, digitalisasi, sumber daya manusia, hingga proyek pengembangan UMKM.

Pembaca tidak hanya diajak memahami apa itu UMKM, tetapi juga melihat bagaimana sebuah usaha dapat dikelola secara lebih terarah. Bagian mengenai identifikasi peluang usaha mengajak pembaca melihat masalah konsumen, perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, dan potensi sumber daya lokal sebagai sumber lahirnya peluang. Ide tersebut kemudian diarahkan menjadi konsep bisnis yang lebih terstruktur dan dapat diuji melalui riset serta validasi pasar.

Ketika usaha mulai berjalan, tantangan berikutnya adalah bagaimana mengubah produk menjadi nilai yang benar-benar dibutuhkan konsumen. Karena itu, buku ini membahas pengembangan produk, pengelolaan produksi, serta strategi pemasaran yang mencakup penentuan pasar sasaran, bauran pemasaran, pelayanan pelanggan, dan evaluasi strategi. Pembahasan tersebut membantu pembaca melihat bahwa pemasaran bukan sekadar menjual, melainkan proses memahami konsumen dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Aspek keuangan mendapat perhatian khusus karena keputusan bisnis yang baik membutuhkan informasi yang jelas. Buku ini membahas perencanaan modal, pencatatan transaksi, perhitungan harga pokok produksi, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Contoh kasus UMKM digunakan untuk memperlihatkan bagaimana angka-angka usaha dapat membantu pemilik memahami biaya, penjualan, dan hasil usaha, sehingga keputusan tidak semata-mata didasarkan pada perkiraan.

Di era ekonomi digital, cara UMKM menjalankan bisnis juga berubah. Digitalisasi dalam buku ini dipahami lebih luas daripada sekadar memiliki akun media sosial. Pembahasan mencakup *marketplace*, media sosial, aplikasi bisnis, pembayaran digital, pengelolaan data pelanggan, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Studi kasus digitalisasi turut digunakan untuk menunjukkan bagaimana teknologi dapat diintegrasikan ke dalam proses bisnis dan hubungan dengan pelanggan.

Perjalanan pengembangan UMKM juga tidak dapat dilepaskan dari legalitas usaha dan pengelolaan sumber daya manusia. Karena itu, buku ini melengkapi pembahasan dengan aspek legalitas dan perizinan serta pembagian tugas, rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja. Pada bagian akhir, pembaca diarahkan untuk menghubungkan berbagai konsep tersebut melalui proyek pengembangan UMKM yang berangkat dari persoalan nyata dan dirancang secara realistis.

Dengan perpaduan antara konsep, strategi, studi kasus, rangkuman, dan latihan atau tugas, buku ini dirancang untuk menjadi jembatan antara pemahaman akademik dan praktik usaha. Mahasiswa dapat menggunakannya untuk memahami dan menganalisis UMKM; calon wirausahawan dapat menjadikannya sebagai kerangka berpikir dalam merintis usaha; sementara pelaku dan pendamping UMKM dapat memanfaatkannya sebagai bahan untuk mengevaluasi serta mengembangkan usaha.

"Sebuah usaha mungkin dimulai dari ide yang kecil. Namun, pertumbuhan membutuhkan cara berpikir yang tepat, pengelolaan yang disiplin, dan keberanian untuk terus beradaptasi. "Buku ini pada akhirnya mengajak pembaca melihat UMKM bukan sekadar sebagai usaha berskala kecil," "melainkan sebagai ruang untuk menciptakan nilai, membuka peluang, membangun kemandirian ekonomi," "dan terus bertumbuh melalui inovasi serta pengelolaan yang lebih baik. Temukan konsep, strategi, dan praktik yang dapat membantu memahami perjalanan UMKM dari ide menuju pengembangan usaha yang lebih terarah. Disusun berdasarkan isi buku "Manajemen dan Pengembangan UMKM: Konsep, Strategi, Digitalisasi, dan Praktik Usaha".

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Bisnis & Kewirausahaan

ISBN 978-634-317-439-4

9 786343 174394