



USM

Published by:
Fakultas Ekonomi

JURNAL

Implementasi Ilmu Ekonomi

Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol. 1, No. 2, Oktober 2024, pp. 83-97

<https://journals.usm.ac.id/index.php/ji2e>This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pengembangan Usaha Pada UMKM Yu Min Batik & Butik Desa Sidorejo Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang

Eli Erfandi^{1*}, Diah Wuriyah Ningsih², Tsaltsa Ikhwatunnahdiyah³, Hilda Idayanti⁴,Aftahul Amar⁵ITB Adias¹²³⁴⁵Email elilibadias@gmail.com*DOI : [10.26623/ji2e.v1i2.9306](https://doi.org/10.26623/ji2e.v1i2.9306)

Informasi Artikel:

Diterima : 25
September 2024
Direview : 27
September 2024
Disetujui : 14 Oktober
2024

Keywords:

*Business Development,
Promotion Digital
Marketing, HPP, UMKM.*

*) Penulis Korespondensi

Abstract

The Micro, Small and Medium Enterprises that are the object are the UMKM Yu Min Batik & Boutique owned by Mrs. Siti Aminah which is located in Sidorejo Village, Comal District, Pemalang Regency. This MSME operates in the field of clothing and modified batik cloth in Pemalang. The aim of implementing this activity is to develop business, good financial management and production performance. The efforts made by the accompanying team aim to promote Yu Min Batik & Boutique products through MSME activities such as bazaars and catalog content on online social media. This is due to increasingly sophisticated technological developments and seeing many entrepreneurs, especially MSMEs, promoting their businesses through online social media. The aim is to introduce and attract the interest of potential customers by understanding the individual characteristics of consumers so that the products sold will match their wishes. The assistance method used is carrying out several programs such as making banners, making simple bookkeeping, Google maps, participating in MSME bazaar activities, making direction boards, making organizational structures, business profiles, and creating social media (Instagram). After analyzing and applying the program to Yu Min Batik products, it produced a positive impact on MSME owners. Such as introducing products through promotions on social media and placing banners, organizational structures, understanding simple bookkeeping, business profiles, and installing direction boards to fulfill product requirements to support promotions so that people have more confidence in the products they want to buy.

Kata Kunci:

Abstrak

Pengembangan Usaha,
Promosi, HPP, Digital
Marketing, UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menjadi objek adalah UMKM Yu Min Batik & Butik milik Ibu Siti Aminah yang terletak di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang. UMKM ini bergerak pada bidang busana dan kain batik modifikasi Pematang. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk mengembangkan usaha, manajemen keuangan yang baik, dan kinerja produksi. Adapun upaya yang dilakukan tim pendamping bertujuan untuk mempromosikan produk Yu Min Batik & Butik melalui kegiatan UMKM seperti bazar, dan konten katalog pada media sosial online. Hal ini disebabkan karena perkembangan teknologi yang semakin canggih serta melihat banyak wirausahawan terutama UMKM yang mempromosikan usahanya melalui media sosial online. Tujuannya adalah untuk mengenalkan dan menarik minat calon pelanggan dengan memahami karakteristik individu konsumen sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai keinginan.

Metode pendampingan yang dilakukan yaitu melaksanakan beberapa program seperti pembuatan banner, pembuatan pembukuan sederhana, Google maps, mengikuti kegiatan bazar UMKM, pembuatan papan arah, pembuatan struktur organisasi, profil usaha, dan pembuatan media sosial (Instagram). Setelah menganalisis dan mengaplikasikan program pada produk Batik Yu Min menghasilkan dampak positif bagi pemilik UMKM. Seperti pengenalan produk melalui promosi pada media sosial dan pemasangan banner, struktur organisasi, memahami pembukuan sederhana, profil usaha, dan pemasangan papan arah sebagai pemenuhan kelengkapan produk guna menunjang promosi agar masyarakat lebih percaya pada produk yang akan dibeli.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pematang mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variable pendukung perkembangan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik untuk meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan untuk menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing, serta pengelolaan keuangan yang baik merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

UMKM Yu Min Batik & Butik merupakan usaha perorangan berbasis kreatifitas yang berbasis dibidang busana dan kain batik modifikasi Pemalang, yang berdiri pada tahun 2008 UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. (Fadilah et al., 2021).

Dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berperan menjadi fasilitator untuk dimungkinkannya UMKM memperoleh pinjaman dan atau pinjaman modal dalam upaya dalam pengembangan usaha. Dalam hal kebutuhan alat dan perlengkapan untuk pengembangan usaha, membantu memfasilitasi akses ke pihak-pihak yang memungkinkan dapat memberi bantuan perlengkapan usaha.

Objek dalam pengabdian kepada masyarakat ini pada suatu usaha yang memiliki kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada usaha batik yaitu Yu Min Batik & Butik. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra kegiatan kami adalah pemilik dari usaha Yu Min Batik & Butik, ibu Siti Aminah dari Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Usaha Yu Min Batik & Butik ini bergerak pada bidang usaha tekstil dan busana yang memproduksi kain batik dan baju batik. Batik yang di produksi oleh usaha ini merupakan batik khas Pemalang dan juga batik modifikasi Pemalang. Produk yang dimiliki oleh usaha ini diantaranya ada kain batik, baju batik, seragam, dan daster dengan motif batik. Produk yang menjadi unggulannya adalah kain batik dan baju batik.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik Yu Min Batik & Butik, sistem penjualan yang digunakan oleh usaha ini terutama untuk produk kain batik dan baju batik menggunakan metode pre-order, dimana konsumen harus memesan terlebih dahulu dikarenakan produk belum tersedia secara fisik. Proses pembuatan batik terutama kain batik cukup panjang, untuk menghasilkan produk batik yang baik memerlukan tenaga kerja yang ahli dan terampil. Hal tersebut akan memerlukan waktu beberapa hari, sehingga konsumen yang memesan perlu menunggu. Sistem penjualan menggunakan metode pre-order tidak begitu menjadi masalah, namun untuk meningkatkan penjualan memerlukan strategi pemasaran yang baik.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha ini masih terbilang cukup sederhana, yaitu dengan sistem dari mulut ke mulut (word of mouth) atau dengan memasarkan secara langsung untuk produk yang sudah tersedia. Strategi pemasaran tersebut kurang maksimal untuk meningkatkan permintaan pasar. Terlebih lagi masyarakat lokal lebih mengetahui batik khas Pekalongan, sehingga masyarakat perlu mengetahui batik khas Pemalang. Perkembangan teknologi semakin canggih, usaha ini

perlu mengembangkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan perkembangan agar tidak ketinggalan dari para pesaing. Maka agar usaha ini semakin dikenal, perlu melakukan promosi secara digital seperti mempromosikan melalui sosial media. Selain itu, untuk lebih mengenalkan usaha Yu Min Batik & Butik kepada masyarakat sekitar perlu dibuatkan penanda sebagai identitas diri dari usaha tersebut, seperti banner usaha, plang penanda arah, google map, dll.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 24 Juni - 24 Juli 2024, objek dalam kegiatan ini adalah Yu Min Batik & Butik Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pemalang. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Tahap Perencanaan dan Persiapan, Kegiatan perencanaan dilakukan pada tanggal 24 Juni 2024. Langkah awal yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal sebelum melakukan kegiatan yang meliputi menjalin komunikasi dengan pemilik usaha, melakukan observasi atau survei ke lokasi dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Sehingga ditemukan permasalahan bahwa kurang maksimalnya pemasaran secara digital melalui media sosial, kemudian melakukan penyusunan rencana pemecahan masalah (problem solving).
2. Tahap Pelaksanaan, Kegiatan pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 30 Juni - 22 Juli 2024. Langkah yang dilakukan setelah perencanaan selesai adalah mempersiapkan kegiatan pendampingan di UMKM Yu Min Batik & Butik. Kegiatan pelaksanaan meliputi pendampingan dan pembinaan untuk UMKM serta memberikan solusi untuk permasalahan yang menjadi kendala pada UMKM. Kegiatan pelaksanaan meliputi:
 - Pembuatan Logo Usaha
 - Pembuatan Akun Media Sosial Instagram
 - Pembuatan Google Maps
 - Pembuatan Label Kemasan Produk
 - Pembuatan Stempel Usaha
 - Pembuatan Struktur Organisasi
 - Pembuatan Profil Usaha
 - Pembuatan Banner Usaha
 - Pembuatan Katalog Menu
 - Pembuatan Plang Penunjuk Arah
 - Pembuatan Catatan Keuangan Sederhana dan Perhitungan HPP
3. Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2024. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mendampingi dan mengevaluasi perkembangan pemasaran produk secara modern. Setelah evaluasi perkembangan usaha, evaluasi kegiatan pendampingan juga dilakukan sehingga kegiatan-kegiatan selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih maksimal. Apabila evaluasi

tersebut sudah dilakukan maka perlu melakukan perencanaan mengenai keberlanjutan dari program kerja ini untuk lebih meningkatkan penjualan produk dari UMKM Yu Min Batik & Butik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini berupa kegiatan pendampingan mengenai Pengembangan Usaha Melalui Promosi Penjualan. Strategi pengembangan ini dilakukan dengan mempromosikan produk melalui media sosial, pemasaran secara langsung dengan membuat plang penunjuk arah dan papan nama toko yang menarik dan modern, serta digitalisasi pemasaran. Kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu kegiatan observasi, kegiatan pendampingan strategi pengembangan, serta kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil.

1. Kegiatan observasi (tahap perencanaan)

Kegiatan pendampingan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan pendampingan ini diawali dengan tahapan perencanaan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM Yu Min Batik & Butik di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang Jaya. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ke tempat usaha dan bertanya langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi.

Melalui observasi dan komunikasi yang baik dengan pemilik usaha, maka dapat kami identifikasi masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya, permasalahan ini menjadi latar belakang untuk melakukan pendampingan terkait pengembangan usaha melalui strategi promosi penjualan. Hasil dari identifikasi masalah ini yang kemudian dilakukan tindak lanjut untuk mempersiapkan pendampingan serta pelaksanaan untuk pengabdian masyarakat.

2. Kegiatan pendampingan strategi pengembangan (tahap pelaksanaan)

Kegiatan pendampingan strategi pengembangan wirausaha ini merupakan tindak lanjut mengenai permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu terkait dengan pemasaran. Pada tahap ini ada beberapa hal kami laksanakan antara lain:

a) Pembuatan Logo Usaha

Pembuatan logo sangat penting dalam keberlangsungan berjalannya usaha. Adanya logo UMKM Yu Min Batik & Butik sebagai upaya branding yang menunjang berjalannya bisnis guna menjadi identitas dari suatu perusahaan atau bisnis sehingga dapat dikenal oleh konsumen. Dengan adanya logo diharapkan dapat memberikan pesan dan citra baik di benak konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan jasa.



Gambar 1. Logo Usaha

b) Pembuatan Media Sosial Instagram

Media Sosial Instagram dipilih sebagai media promosi karena melihat di era digital hampir semua masyarakat memiliki akun Instagram, hal ini dapat memperluas jangkauan target pasar bagi pengusaha UMKM agar usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 2.Media Sosial Instagram

c) Pembuatan Google Maps

Untuk membuat titik lokasi di Google Maps bertujuan untuk membantu pembeli atau pelanggan dalam mencari lokasi usaha dengan mudah. Dengan adanya Google Maps ini penjualan akan meningkat dan dikenal banyak orang.



Gambar 3. Google Maps

d) Pembuatan Label Kemasan Produk

Label produk ini berupa stiker yang nantinya akan ditempel pada kemasan. Manfaat dari label produk ini adalah untuk mengidentifikasi suatu produk atau merek, memberikan informasi, menawarkan, mempromosikan produknya agar memiliki daya tarik bagi konsumen.



Gambar 4. Label Kemasan Produk

e) Pembuatan Stempel

Stempel ini digunakan untuk melakukan pengesahan suatu data, catatan, berkas, atau surat keterangan resmi serta nota penjualan. Dengan diadakannya pembuatan stempel ini diharapkan akan mempermudah proses jual beli suatu produk.



Gambar 5. Stempel Usaha

f) Pembuatan Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka atau susunan yang mengatur tata hubungan, tanggung jawab, dan wewenang antara bagian-bagian dalam sebuah Organisasi.



Gambar 6. Struktur Organisasi

g) Pembuatan Profil Usaha

Profil usaha dibuat sebagai gambaran singkat yang dapat mendeskripsikan dan membangun citra suatu usaha untuk menciptakan pemahaman yang tepat mengenai usaha tersebut. Manfaatnya adalah untuk memperkuat branding, promosi, dan sebagai alat pemasaran. Profil usaha berisi informasi mengenai deskripsi umum usaha, riwayat usaha, dan visi misi.



Gambar 7. Profil Usaha

h) Pembuatan Banner usaha

Banner adalah suatu media informasi non personal yang berisi pesan promosi, baik untuk tujuan menjual ataupun untuk memperkenalkan sesuatu kepada khalayak. Tujuan pembuatan banner ini adalah sebagai identitas usaha agar usahanya dikenali oleh masyarakat luas, ataupun untuk membantu konsumen agar mudah mencari tempat usaha.



Gambar 8. Banner Usaha

i) Pembuatan Katalog

Katalog adalah tampilan berbagai pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Katalog dapat membantu konsumen untuk mengenal dan memahami pilihan produk yang tersedia.



Gambar 9. Katalog Produk

j) Pembuatan Plang Penunjuk Arah

Plang penunjuk arah adalah salah satu media visual yang dapat digunakan untuk mendukung UMKM Yu Min Batik & Butik. Plang penunjuk arah dapat dipasang di lokasi-lokasi strategis, seperti jalan, untuk membantu masyarakat dan pengunjung. Pemasangan plang penunjuk arah dapat memberikan respon positif dari pelaku usaha dan warga setempat. Plang penunjuk arah membantu konsumen untuk menemukan lokasi dengan mudah dan membantu mengurangi kebingungan konsumen saat akan membeli produk secara langsung ke offline store nya.



Gambar 10. Plang Petunjuk Arah

k) Pembuatan Perhitungan HPP dan Catatan Keuangan Sederhana

1) Perhitungan HPP

Manfaat perhitungan HPP adalah untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan dalam produksi barang, sebagai alat bantu menentukan realisasi biaya produksi, sebagai penentu harga jual barang, dan untuk mengoptimalkan keuntungan yang dihasilkan dari penjualan produk.

Tabel 1. HPP Kain Batik

Biaya Bahan Baku (BBB)					
No	Bahan Baku	Kebutuhan Produksi	Jenis Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	Kain Primis	14	Meter	Rp 17.000	Rp 238.000
2	Obat Pewarna	7		Rp 3.500	Rp 24.500
3	Lilin Malam	7		Rp 3.000	Rp 21.000
	Kebutuhan Perhari	7	Kain	Total Perhari	Rp 283.500
Biaya Overhead Pabrik (BOP)					
No	Bahan Penolong	Kebutuhan Produksi	Jenis Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	Kayu Bakar	3	Ikat	Rp 15.000	Rp 45.000
2	Gas	8	Tabung	Rp 20.000	Rp 160.000
3	Plastik Kemasan	210	Pcs	Rp 200	Rp 42.000
4	Stiker Kemasan	210	Pcs	Rp 1.000	Rp 210.000
	Kebutuhan Perbulan	210	Kain	Total Perbulan	Rp 457.000
	Kebutuhan Perhari	7	Kain	Total Perhari	Rp 15.233
Biaya Tenaga Kerja (BTK)					
No	Uraian	Jumlah Karyawan	Kebutuhan an Produksi	Biaya Satuan	Jumlah
1	Bagian Cap	1	210	Rp 15.000	Rp 3.150.000
2	Bagian Warna	1	210	Rp 5.000	Rp 1.050.000
3	Bagian Lorod	1	210	Rp 10.000	Rp 2.100.000
4	Bagian Finishing	1	210	Rp 3.000	Rp 630.000
	Kebutuhan Perbulan	210	kain	Total Perbulan	Rp6.930.000
	Kebutuhan Perhari	7	kain	Total Perhari	Rp 231.000

Perhitungan HPP :

Biaya Bahan Baku (BBB)	Rp 283.500	
Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Rp 15.233	
Biaya Tenaga Kerja (BTK)	Rp 231.000	+
Jumlah	Rp 529.733	
Jumlah Kebutuhan Produksi	7	:
Harga Pokok Produksi Perkain	Rp 75.676	
Harga Jual Saat Ini	Rp 90.000	-
Keuntungan	Rp 14.324	
	%	16%

Tabel 2. HPP Baju Batik

Biaya Bahan Baku (BBB)						
No	Bahan Baku	Kebutuhan Produksi	Jenis Satuan	Harga Satuan		Jumlah
1	Kain Batik	10	lembar	Rp	75.676	Rp 756.760
2	Kancing	60	butir	Rp	160	Rp 9.600
3	Benang	2	pcs	Rp	6.000	Rp 12.000
	Kebutuhan Perhari	10	potong	Total Perhari		Rp 778.360
Biaya Overhead Pabrik (BOP)						
No	Bahan Penolong	Kebutuhan Produksi	Jenis Satuan	Harga Satuan		Jumlah
1	Bahan Bakar	3	liter	Rp	10.000	Rp 30.000
2	Plastik Kemasan	300	pcs	Rp	200	Rp 60.000
3	Stiker Kemasan	300	pcs	Rp	1.000	Rp 300.000
4	Listrik	1	bulan	Rp	150.000	Rp 150.000
	Kebutuhan Perbulan	300	potong	Total Perbulan		Rp 540.000
	Kebutuhan Perhari	10	potong	Total Perhari		Rp 18.000
Biaya Tenaga Kerja (BTK)						
No	Uraian	Jumlah Karyawan	Kebutuhan Produksi	Biaya Satuan		Jumlah
1	Bagian Jahit	1	300	Rp	150.000	Rp 4.500.000
2	Bagian Potong	1	300	Rp	50.000	Rp 1.500.000
3	Bagian Finishing	1	300	Rp	40.000	Rp 1.200.000
	Kebutuhan Perbulan	300	potong	Total Perbulan		Rp 7.200.000
	Kebutuhan Perhari	10	potong	Total Perhari		Rp 240.000

Perhitungan HPP :

Biaya Bahan Baku (BBB)	Rp	778.360	
Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Rp	18.000	
Biaya Tenaga Kerja (BTK)	Rp	240.000	+
	Jumlah	Rp 1.036.360	
Jumlah Kebutuhan Produksi		10	
Harga Pokok Produksi Perkain	Rp	103.636	
Harga Jual Saat Ini	Rp	114.000	
	Keuntungan	Rp 10.364	
	%	9%	

2) Catatan Keuangan Sederhana

Tabel 3. Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI			
Pendapatan			
Kain Batik	Rp 90.000	x 7	: Rp 630.000
Baju Batik	Rp114.000	x 10	: Rp1.140.000
Total Pendapatan			Rp1.770.000
Pengeluaran			
Kain Batik			
BBB			Rp 283.500
BOP			Rp 15.233
BTK			Rp 231.000
			Rp 529.733
Baju Batik			
BBB			Rp 778.360
BOP			Rp 18.000
BTK			Rp 240.000
			Rp1.036.360
Total Pengeluaran			Rp1.566.093
Laba			Rp 203.907
			12%

3. Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil

Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil dilakukan untuk melihat perkembangan pemasaran produk usaha secara digital di UMKM Yu Min Batik & Butik. Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil dilakukan dengan cara mendampingi para pelaku usaha dan mengevaluasi terkait perkembangan pemasaran produk melalui media sosial, serta semua hasil program kerja diserahkan kepada pemilik UMKM Yu Min Batik & Butik.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis kegiatan dapat ditarik kesimpulan bahwa di era yang semakin modern, pemasaran yang unik dan menarik sangat dibutuhkan agar usaha dapat berkembang dan bersaing di dunia bisnis modern. Melalui program pengabdian masyarakat kegiatan mendampingi UMKM Yu Min Batik & Butik dalam upaya

mengembangkan usaha dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang merupakan salah satu poin dari tri dharma perguruan tinggi. Wujud pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM Yu Min Batik & Butik berupa pendampingan edukasi tentang strategi pengembangan wirausaha di masa modern. Seorang wirausaha harus bisa mengembangkan produk yang menarik, menawarkan produk yang unik dan mengikuti tren terbaru serta dapat menarik minat konsumen di pasar luas. Menjalankan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil analisis dan evaluasi program kegiatan disampaikan kepada pemilik usaha yakni Ibu Siti Aminah. Berdasarkan hasil analisis, konsep pengembangan usaha sangat diperlukan dalam menunjang perkembangan bisnis karena dengan menggunakan media pemasaran secara visual yang menarik dan modern, UMKM tersebut dapat mengikuti perkembangan zaman di Era Digital saat ini yang menyediakan fasilitas bisnis dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Hasil dari kegiatan ini yaitu :

- Pembuatan Logo Usaha
- Pembuatan Akun Media Sosial Instagram
- Pembuatan Google Maps
- Pembuatan Label Kemasan Produk
- Pembuatan Stempel Usaha
- Pembuatan Struktur Organisasi
- Pembuatan Profil Usaha
- Pembuatan Banner Usaha
- Pembuatan Katalog Menu
- Pembuatan Plang Penunjuk Arah
- Pembuatan Catatan Keuangan Sederhana dan Perhitungan HPP

DAFTAR PUSTAKA

- Erfandi, E., & Indriani, Y. P. (2024). Perhitungan Harga Pokok Produk Dalam Upaya Peningkatan Harga Jual Yang Kompetitif Pada Produksi "Kerupuk Ikan Rizki Berkah". *Jurnal Implementasi Ilmu Ekonomi*, 1(1), 8-17.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. 2021. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Handayani, T., Erfandi, E., Murdianingsih, D., Rosyadi, N., & Faarist, R. N. (2023). Upaya Pengembangan Umkm Dalam Peningkatan Omset Pada Umkm "Citra Rasa Cake &

- Snack” Desa Kaligelang Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. *Perwira Journal of Community Development*, 3(2), 17-22.
- Indriani, Y. P., Erfandi, E., Faiz, A., Zuhriana, W., Handika, D. S., & Lala, V. (2023). Peningkatan Marketing Capability Pada Umkm Singkong Thailand Di Kecamatan Randudongkal Kabupaten Pemalang. *Jurnal Abdimas Independen*, 4(2), 132-138.
- Murdianingsih, D., Handayani, T. H., Erfandi, E., Merdiyana, F., Hergunanto, A. R., Jannah, L. N., & Alfarizi, M. I. (2023). Pendampingan Pengembangan Usaha Produksi Telur Asin “MAETA” di Desa Bulu Petarukan. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(01), 50-60.
- Murdianingsih, D., Rosyadi, N., Prasetya, V., Puspitasari, S. M., & Safitri, W. A. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Kabupaten Pemalang. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 352-358.
- Ningsih, D. W., Prasetyo, A. H., Syah, S. F. S. F., Marddzy, N. M., & Nurhati, E. (2024). Pengembangan Usaha Berbasis Kreativitas Fake Nail Art Pada UMKM Ulfa Art Pemalang. *Jurnal Implementasi Ilmu Ekonomi*, 1(1), 18-32.
- Nurfitriani, N., & Hidayati, R. 2021. Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang). 1–28. https://doi.org/10.1163/9789004487123_015
- Nurlia. 2019. Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan. *Meraja Journal*, 2 (2), 51–66. <https://media.neliti.com/media/publications/284699-pengaruh-struktur-organisasi-terhadap-pe-1ea03fb3.pdf>
- Putri, M. K., Rahman, J. S. F. M., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. 2019. Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 156–161. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>
- Rosyadi, N., & Ningsih, D. W. (2022). Upaya Pengembangan Umkm Usaha Kuliner Azaula Cake. *Economy and Bussiness*, 2(1), 10-18.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Wahyuni, S., & Khoiruzin, R. 2020. Pengantar Manajemen Aset. Cv. Nas Media Pustaka, 156.
- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan penggunaan aplikasi digital qris sebagai alat pembayaran pada umkm. *Communnity Development Journal*, 2(3), 811-816.