



USM

Published by:
Fakultas Ekonomi

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA BAGI PERINTIS UMKM RW. 18 MUKTIHARJO KIDUL SEMARANG

Naini Rizka Amalia*¹, Ayu Nurafni Octavia², Elisabeth Rotua Simamora³
Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang^{1,2,3}
Email: naini@usm.ac.id*¹

DOI : [10.26623/ji2e.v2i1.11778](https://doi.org/10.26623/ji2e.v2i1.11778)

Informasi Artikel:

Diterima : (26 Februari 2025)
Direview : (3 Maret 2025)
Disetujui : (3 maret 2025)

*) ayunurafni@usm.ac.id

Keywords:

Training,
Entrepreneurship,
Financial Reports,
UMKM

Abstract

The motivation behind community service activities stems from the fact that many MSME owners in Muktiharjo Kidul still lack fundamental entrepreneurial knowledge. Their limited understanding of effective product marketing strategies results in suboptimal business performance, as they primarily focus on production and sales without considering long-term sustainability. Additionally, inconsistencies in product quality and service are common issues among MSME owners, leading to decreased consumer loyalty and a subsequent decline in sales turnover. To address these challenges, targeted activities are required. The primary objective of this community service initiative is to enhance MSME owners' understanding of marketing strategies and basic financial management. The implementation method includes entrepreneurship training and guidance on preparing simple financial reports for MSMEs in Muktiharjo Kidul, Semarang. The expected outcomes of this initiative include improved awareness of the benefits of entrepreneurship training for product development and marketing, as well as the ability to create basic financial reports. Through this training, MSME owners are anticipated to manage their businesses more effectively and increase their income.

Kata Kunci:

Pelatihan,
Kewirausahaan,
Laporan keuangan,
UMKM

Abstrak

Latar belakang dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari kondisi para pemilik UMKM di Muktiharjo Kidul yang masih memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dasar berwirausaha. Minimnya pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran produk menyebabkan usaha mereka kurang berkembang secara optimal. Sebagian besar UMKM hanya berfokus pada proses produksi dan penjualan tanpa mempertimbangkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, permasalahan inkonsistensi produk dan layanan sering kali muncul, yang berdampak pada menurunnya loyalitas pelanggan serta penurunan omzet penjualan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan serangkaian kegiatan yang bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran dan dasar pengelolaan keuangan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan dasar kewirausahaan serta penyusunan laporan keuangan sederhana bagi UMKM di Muktiharjo Kidul, Semarang. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah peningkatan pemahaman para pemilik UMKM mengenai manfaat pelatihan kewirausahaan terhadap pengembangan produk dan pemasaran. Selain itu, mereka juga diharapkan mampu menyusun laporan keuangan dasar untuk usaha yang dijalankan. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pemilik UMKM dapat mengelola usahanya dengan lebih baik serta meningkatkan pendapatan mereka secara berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan keterampilan dalam berpikir kreatif dan berinovasi yang digunakan sebagai dasar, strategi, serta sumber daya untuk menemukan peluang menuju kesuksesan. Nilai tambah pada barang dan jasa yang bersifat baru dan berbeda menjadi keunggulan yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang. Dengan demikian, kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan nilai tambah di pasar melalui pengelolaan sumber daya dengan cara yang inovatif. Peluang usaha sebenarnya sudah ada di sekitar kita, namun tidak semua orang mampu melihatnya sebagai kesempatan untuk memulai bisnis.

Istilah "kewirausahaan" berasal dari dua kata, yaitu "wira" dan "usaha." Menurut Kamus Bahasa Indonesia, "wira" berarti pejuang, berani, berwatak agung, serta berbudi luhur, sedangkan "usaha" merujuk pada tindakan, pekerjaan, atau upaya untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, wirausaha dapat diartikan sebagai individu yang berjuang dan bertindak untuk mencapai suatu tujuan (Nural, 2023).

Sejalan dengan pelatihan Isbanah (2014), tahapan yang digunakan dalam pelatihan kewirausahaan meliputi beberapa aspek, di antaranya pelatihan motivasi berwirausaha, pelatihan perencanaan bisnis, serta pelatihan strategi promosi dan pemasaran. Pelatihan kewirausahaan bagi UMKM memberikan pembekalan kepada pemilik usaha terkait strategi branding. Branding sendiri merupakan upaya untuk mempertahankan dan memperkuat identitas merek atau produk agar lebih menarik bagi konsumen serta memberikan hasil yang optimal bagi pelaku usaha. Salah satu bentuk implementasi branding adalah dengan menciptakan identitas visual seperti nama, simbol, atau desain yang khas agar produk lebih mudah dikenali dan dibedakan dari pesaing (Arifiani & Putri, 2020).

Branding memiliki peranan krusial dalam menyampaikan nilai, pesan, serta keunikan produk kepada konsumen (Rezky et al., 2021). Merek yang kuat akan membangun citra positif di mata konsumen, sehingga pemasaran dari mulut ke mulut dapat menjadi strategi promosi yang efektif (Ni'mah et al., 2023). Dalam praktiknya, branding tidak hanya diterapkan oleh

perusahaan besar, tetapi juga dapat menjadi alat bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan membedakan diri dari pesaing (Saputri & Kusumaningrum, 2021).

Di Indonesia, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami dasar-dasar kewirausahaan, termasuk di antaranya kelompok UMKM Muktiharjo Kidul. Salah satu tantangan yang mereka hadapi adalah kurangnya pemahaman dalam menyusun laporan keuangan yang baik. Banyak pengusaha UMKM yang mengandalkan insting dalam menjalankan bisnisnya tanpa merencanakan keuangan dengan matang. Akibatnya, meskipun usaha mereka tetap berjalan, pertumbuhannya cenderung stagnan. Ketika ditanya tentang manfaat yang diperoleh dari usaha mereka, para pelaku UMKM sering kali hanya menunjukkan aset fisik seperti tanah, rumah, atau kendaraan tanpa dapat mengukur nilai keuntungan secara nominal. Hal ini menunjukkan kurangnya kesadaran akan pentingnya pencatatan keuangan yang terstruktur.

Salah satu penyebab utama kesulitan dalam menyusun laporan keuangan adalah minimnya pengetahuan serta kurangnya contoh laporan sederhana yang dapat dijadikan referensi. Padahal, laporan keuangan sangat penting untuk membantu mengelola keuangan usaha serta memastikan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan, seperti posisi keuangan, kinerja usaha, dan arus kas, dapat membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan strategis yang lebih baik. Selain itu, pelaporan keuangan yang akurat juga berperan dalam kepatuhan terhadap regulasi perpajakan, sehingga UMKM dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih terstruktur dan sesuai dengan ketentuan hukum.

UMKM Muktiharjo Kidul adalah kelompok usaha yang terdiri dari sekitar 15 pelaku UMKM yang mayoritas berasal dari warga RW 18, Muktiharjo Kidul, Semarang Timur. Produk yang mereka tawarkan didominasi oleh makanan ringan, makanan berat, jajanan pasar, serta minuman seperti kopi kemasan. Sebagian besar produk tersebut dibuat secara rumahan dan dipasarkan langsung ke konsumen setiap harinya. Namun, banyak dari pelaku usaha di kelompok ini yang belum memahami strategi pemasaran dan penyusunan laporan keuangan yang baik. Sebagai contoh, produk makanan mereka masih dikemas menggunakan plastik tanpa label atau merek yang mencerminkan identitas produk. Tanpa adanya ciri khas, produk mereka sulit dibedakan dari kompetitor, sehingga potensi bisnis untuk berkembang menjadi terbatas.

Agar produk lebih dikenal, setiap usaha perlu memiliki merek atau logo sebagai identitas. Dengan adanya branding yang baik, pelanggan yang puas dapat membantu mempromosikan produk secara langsung maupun tidak langsung. Pengenalan merek yang kuat juga akan mempermudah konsumen dalam mengingat produk yang mereka beli. Oleh karena itu, pengetahuan tentang kewirausahaan menjadi sangat penting bagi pelaku UMKM, baik dalam lingkup bisnis kecil maupun besar. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan optimalisasi produk, bisnis dapat lebih mudah dikenali di pasar.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, dapat dimanfaatkan oleh UMKM Muktiharjo Kidul untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pemanfaatan platform digital sebagai alat promosi harus dilakukan secara profesional, misalnya dengan menghindari unggahan pribadi yang tidak relevan dan memastikan tampilan

produk terlihat menarik dengan kemasan yang baik. Untuk mendukung hal ini, pelaku UMKM dapat menggunakan berbagai aplikasi desain seperti Canva dan Photoshop dalam pembuatan konten promosi.

Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM Muktiharjo Kidul RW 18 dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan, sehingga mampu meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, serta kesejahteraan masing-masing pemilik usaha.

2. METODE

Program pelatihan kewirausahaan bagi kelompok UMKM di RW 18 Muktiharjo Kidul, Semarang, dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu:

a. Persiapan dan Observasi Mitra

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan persiapan dengan cara mengobservasi mitra guna mengidentifikasi permasalahan yang ada. Langkah ini penting agar solusi yang akan diberikan benar-benar tepat sasaran. Setelah mengumpulkan data dari observasi, tim menyusun proposal sebagai landasan untuk menawarkan solusi terkait permasalahan yang dihadapi dalam pelatihan kewirausahaan UMKM. Tahap ini ditutup dengan penyuluhan, yang berfokus pada peningkatan pengetahuan kewirausahaan, khususnya dalam pengembangan strategi branding produk dan penyusunan laporan keuangan sederhana.

b. Pelaksanaan dan Penyuluhan

Di tahap kedua, kegiatan pembinaan dan penyuluhan langsung diterapkan kepada mitra. Tim pengabdian memulai dengan memberikan pengarahan mengenai strategi pemasaran dan cara menyusun laporan keuangan sederhana. Selanjutnya, dilakukan pelatihan mengenai pembuatan strategi branding produk, lengkap dengan contoh praktis untuk memudahkan pemahaman.

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Metode yang digunakan adalah pre-test dan post-test, yang membantu menilai perubahan dan peningkatan yang terjadi akibat program pengabdian.

d. Pelaporan

Tahap akhir kegiatan melibatkan penyusunan laporan yang merinci seluruh rangkaian kegiatan pengabdian. Laporan ini berfungsi sebagai dokumentasi dan pertanggungjawaban atas seluruh proses pelatihan yang telah dijalankan.

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan strategi produk branding bagi kelompok UMKM Muktiharjo Kidul RW 18 telah dilakukan pada Sabtu 30 November 2024, bertempat di rumah RW.18 jalan Tejukusumo 2 no 15/ 16 Tlogosari, Kota Semarang. Acara dimulai pada pukul 11.00 WIB hingga 14.00 WIB. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 11 peserta, yang terdiri dari para pelaku UMKM.

Detail Lokasi Kegiatan :

Tejukusumo 2 no 15/ 16 Tlogosari, Kota Semarang

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah kami laksanakan terkait pelatihan kewirausahaan serta penyusunan laporan keuangan sederhana bagi kelompok UMKM Muktiharjo Kidul RW 18 adalah sebagai berikut:

a. Para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme tinggi dalam kegiatan ini, khususnya dalam pelatihan kewirausahaan yang mencakup strategi pemasaran dan branding produk. Mereka juga aktif dalam pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana, di mana mereka telah mulai merancang dan menetapkan strategi pemasaran serta branding untuk usaha masing-masing.

b. Partisipasi aktif para pelaku UMKM terlihat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pemaparan materi, pengisian pre-test dan post-test, hingga praktik pemasaran dan penyusunan strategi branding produk. Selain itu, mereka juga aktif dalam sesi tanya jawab, di mana banyak peserta yang berbagi permasalahan usaha mereka, terutama terkait strategi pemasaran dan branding. Hambatan yang mereka hadapi sebagian besar disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pentingnya branding dalam pengembangan usaha.

c. Keaktifan peserta dalam mengikuti pelatihan dan penyuluhan kewirausahaan juga sangat terlihat, terutama dalam mencari solusi terkait pemasaran dan pengemasan produk yang lebih efektif untuk usaha mereka masing-masing.

Tempat pelaksanaan :

Pelatihan strategi branding produk untuk kelompok UMKM Muktiharjo Kidul RW 18 dilaksanakan pada Sabtu, 30 November 2024, bertempat di rumah RW 18, Jalan Tejokusumo 2 No. 15/16, Tlogosari, Kota Semarang. Acara berlangsung dari pukul 11.00 WIB hingga 14.00 WIB dan dihadiri oleh 11 peserta yang merupakan pelaku UMKM.

Peserta yang hadir memiliki latar belakang usaha yang beragam, mayoritas bergerak di bidang produksi makanan olahan seperti jajanan, makanan siap saji, kedai nasi, minuman jahe, serta jasa katering. Kegiatan ini diselenggarakan berdasarkan kondisi UMKM yang masih menghadapi kendala dalam meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang kewirausahaan dasar, terutama dalam hal branding produk. Meskipun produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dan keunikan dibandingkan produk sejenis di pasaran, banyak pelaku UMKM yang beranggapan bahwa memiliki merek saja sudah cukup untuk mengembangkan bisnis mereka. Padahal, kenyataannya, usaha mereka cenderung stagnan dan mengalami kesulitan untuk berkembang lebih jauh.

Kegiatan pelatihan ini dibuka oleh Inge Damayanti selaku Ketua UMKM Muktiharjo Kidul di RW. 18.



Gambar 1: Foto Pembukaan

Setelah pembukaan, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pretest untuk mengetahui seberapa pengetahuan para pemilik UMKM mengenai kewirausahaan dasar, yang nantinya pretest ini akan digunakan sebagai bahan evaluasi kegiatan pengabdian. Setelah pretest kegiatan selanjutnya adalah pemaparan materi sesi pertama oleh tim pengabdian mengenai pentingnya memiliki minat usaha, strategi bisnis dan packadging yang menarik, labeling dan logo pada usaha masing-masing. Kegiatan pelatihan sesi pertama dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 2: Pemaparan materi sesi pertama

Materi berikutnya membahas tentang peran merek atau brand, definisi branding, tujuan dari branding produk, serta strategi agar sebuah brand lebih mudah dikenal oleh konsumen. Setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan, tim PKM mengajak para pelaku UMKM untuk mempraktikkan pembuatan strategi produk sesuai dengan bisnis masing-masing. Selanjutnya, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Antusiasme peserta terlihat dari banyaknya pertanyaan dan diskusi yang berlangsung mengenai permasalahan yang mereka hadapi. Sesi tanya jawab dapat dilihat pada gambar 3.

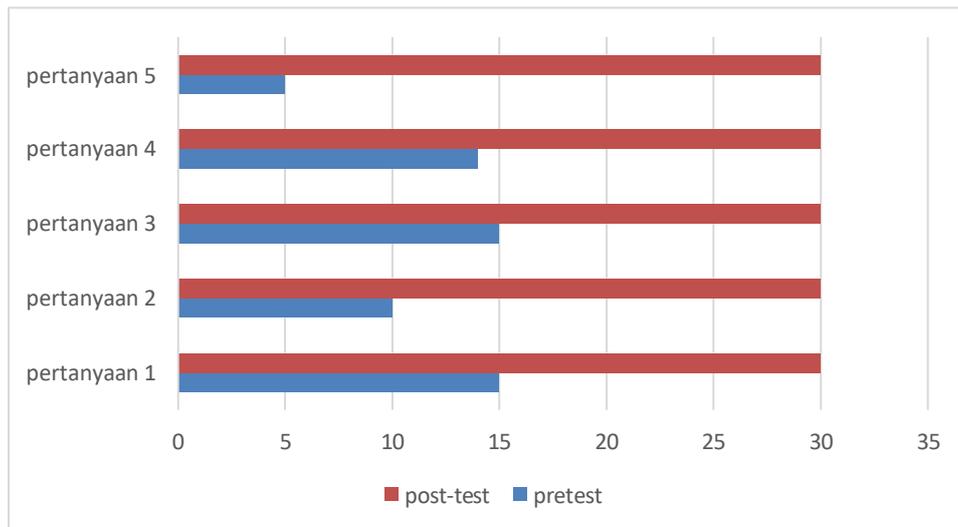


Gambar 3: Sesi tanya jawab

Beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peserta diantaranya,

- a. Seberapa penting kita mempelajari kewirausahaan dasar ? (bapak Tri Yogo)
- b. Seberapa penting pengemasan yang baik pada produk makanan lontong sayur usaha saya?(Tri Saranti)
- c. Produk saya memiliki cita rasa yang enak, apakah itu sudah cukup untuk dijadikan branding? (Ambarwati)
- d. Branding yang efisien dan murah tadi dikatakan adalah melalui promosi pada sosial media, bagaimana cara membuat konten yang menarik? (ibu Valencia)

Sebelum kegiatan selesai, peserta diberikan post-test mengenai strategi branding produk. Langkah ini bertujuan untuk mengukur peningkatan pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa para pelaku usaha mampu memahami pentingnya wawasan kewirausahaan, terutama dalam strategi branding produk untuk bisnis. Evaluasi hasil kegiatan pengabdian dapat dilihat pada gambar 5.4.



Gambar 4: hasil pretest dan post-test

Berdasarkan grafik, terlihat bahwa sebelum menerima pelatihan mengenai strategi produk branding, banyak peserta yang belum memahami konsep, manfaat, serta cara menyusun strategi tersebut. Namun, setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh wawasan mengenai pentingnya kewirausahaan, khususnya dalam aspek branding produk, serta mampu menyusun laporan keuangan sederhana untuk produk mereka masing-masing.

Para peserta sepakat bahwa pemahaman tentang kewirausahaan, mulai dari pemasaran hingga branding, merupakan aspek krusial bagi UMKM. Oleh karena itu, jika Tim PKM FE USM kembali menyelenggarakan kegiatan serupa, peserta tertarik untuk berpartisipasi.

Adapun hasil dan pencapaian dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil dan Capaian Kegiatan

Indikator permasalahan	Kondisi sebelum pelatihan	Solusi mengatasi permasalahan	Kondisi setelah pelatihan
Kurangnya pengetahuan mengenai kewirausahaan	Kurangnya pengetahuan mengenai kewirausahaan	Pelatihan dan penyuluhan tentang kewirausahaan	Peningkatan pengetahuan pentingnya strategi produk dengan mempelajari wirausaha
Belum ada penyusunan laporan keuangan masing-masing usaha	Belum ada penyusunan laporan keuangan masing-masing usaha masing-masing pelaku UMKM	Pelatihan dan penyuluhan pembuatan laporan keuangan sederhana	Menyusun laporan keuangan sederhana

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik, serta sesi tanya jawab dalam penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan serta penyusunan laporan keuangan sederhana, dapat disimpulkan bahwa: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan bagi pelaku UMKM di Muktiharjo Kidul RW 18 berlangsung dengan baik dan lancar. Para peserta menunjukkan antusiasme dan semangat tinggi dalam mengikuti setiap tahap kegiatan.

Program ini berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya ilmu kewirausahaan, khususnya dalam aspek strategi pemasaran dan branding produk. Melalui sesi praktik dan diskusi mengenai strategi pemasaran dan branding, peserta lebih memahami cara menerapkan strategi pemasaran yang efektif serta mampu menciptakan branding produk yang lebih menarik. Dalam praktik penyusunan laporan keuangan, peserta dapat langsung menerapkan contoh laporan yang telah disediakan oleh tim.

Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari hasil evaluasi pretest dan posttest yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Saran

Para pelaku usaha masih membutuhkan pendampingan yang lebih intensif dalam menyusun strategi branding produk. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan ini memiliki durasi yang lebih panjang dan dilaksanakan secara bertahap guna memperoleh hasil yang lebih optimal. Ke depannya, kami berencana untuk kembali mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pengembangan manajemen operasional, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, serta, jika diperlukan, pendampingan dalam pelaporan perpajakan. Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat semakin berkembang dan mengelola usahanya dengan lebih baik.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Apresiasi kami sampaikan kepada Ketua UMKM dan Ketua RW 18 atas dukungan serta kerja sama yang diberikan sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan program. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Muktiharjo Kidul, khususnya RW 18, yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Tak lupa, penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan kepada tim pengabdian dari Universitas Semarang yang telah menunjukkan dedikasi dan komitmen dalam mewujudkan program ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan menginspirasi pelaksanaan program serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiani R.S dan Putri V.P. (2020) Pendampingan dalam Packaging dan Branding pada Usaha Beras dan Kacang di Pakis, Kabupaten Malang. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung*. pp. 222-230.
- Arum D.P., Nurhaliza S., Putri B.N.A., Pramesthi F.A., Hayati D.H., Negara N.H.P., Harby M.F. (2023). Pengembangan Produk Branding Sebagai Penguatan Dalam Pemasaran Rumah Produksi Jamur Pada Paimo Farm. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*. Vol.1, No.2, Hal 134-146 <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i2.289>
- Budiyanto, Fatharani A. (2023). Strategi Pemasaran Dan Branding Produk Olahan. *ARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume 6 Nomor 1. <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i1.293-297>
- Fajri, Nural. (2023). Langkah Awal Membangun Kewirausahaan. Diakses pada <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16092/LANGKAH-AWAL-MEMBANGUN-KEWIRAUSAHAAN.html> pada tanggal 20 Agustus 2024.
- Genaro M.D., Zulfa N.A.A., Mariska G., et al. (2023). Penyuluhan Product Branding Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Simpang Perlang, Koba, Bangka Tengah. *Prosiding Semina Nasional Pengabdian kepada Masyarakat* Vol. 1, No. 1, Hal 172-180.
- Ilmiah I., Hariyana N, (2023). Pendampingan dan Penerapan Branding Produk sebagai Strategi Pemasaran UMKM "Rempeyek Mak Sri". *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*. Vol. 4 No 3, pp: 1627-1634. <http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1163>
- Kurniawan F.A., Hakim M.L., Mahmudi A., (2023). Penguatan Branding Produk dan Digital Marketing di Era Cyber Physical System. *Kifah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 2 No 2, <https://doi.org/10.35878/kifah.v2.i2.987>
- Ni'mah N., Astutik R.D., Shobri A.Q., Kustini. (2023). Pengembangan Branding Pada UMKM Rempeyek "Mbak Liya" Di Desa Ngepoh, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.3 No.2. 361-367.
- Prasetyo, Aji. Endro Andayani, Mohammad Sofyan. (2020). Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta. *EMBISS* Vol 1, (1), 2020, 34-39
- Purwaningsih, E., Suhaeri, & Ariyanti, E. R. N. (2020). Branding Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru melalui Reputasi Merek dan Basis Informasi Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(1), 60-69. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i1.3392>
- Putri, Annisa Agustiani dan Arief Mulyawan Thoriq. (2022). Pelatihan Pencatatan Keuangan Pada UMKM Menggunakan Aplikasi Akuntansi UKM. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 3, No. 1, April 2022 Hal. 39 – 43 e-ISSN: 2774-6755
- Rezky S.F., Hamdani R., Suherdi D., Erwansyah K., Ginting E,F., Simangunsong P.B.N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *Jurnal ABDIMAS TGD*. Vol.1, No.1. pp: 39-44
- Saputri S., Kusumaningrum H,. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Branding Logo Dan

- Kemasan Produk Ndoyan Jajan Di Desa Tambak Rejo Rt 03 Rw 01 Kec. Waru, Kab. Sidoarjo Serta Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Profit Dindoyan Jajan. *Seminar Nasional Patriot Mengabdikan I Tahun*
- Sari, Cahyani tunggal dan Etty Indriani. (2017). Pentingnya Pembukuan Sederhana Bagi Kelompok Umkm Kub Murakabi Desa Ngargoyoso. *Wanasa Nyata (Jurnal Pengabdian Masyarakat) Volume 1, Nomor 1, April*
- Suhardoyo, Napitupulu R.L., Sihol R.B., Zahra. (2022). Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Branding Produk Sebagai Strategi Bisnis Meningkatkan Pendapatan UMKM Prima Global Mart. *JPKMI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesi*. Vol. 2, No. 3, Hal. 277-288.
- Waqfin M.S.I., Komari M., Andriani R., Muhibuddin A. (2021). Strategi Branding untuk Membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandar kedung mulyo Jombang. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 2, No. 1, Hal. 1-5.
- Yanti, R.M.K., Saputra A.A.I., (2021). Branding sebagai solusi pengembangan UMKM di Kota Balikpapan. *PIKAT : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 2. Hal 47-54