



USM

Published by:
Fakultas Ekonomi

Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol.2, No.2, Juni 2025, pp. 9 - 21

<https://journals.usm.ac.id/index.php/ji2e>

Pengembangan Usaha Produksi UMKM Jamu Bu'ne Nurhidayah Dusun Sikentung Kelurahan Petarukan Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang

Diah Wuriyah Ningsih*¹, Eli Erfandi², Uswatun Khasanah³, Paskal Fajri Dwipangga⁴,
Valentina Elsa Gunawan⁵, Ikmalia Khaerunisa⁶, Isna Kistiana Agustin⁷

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Adias¹²³⁴⁵⁶⁷

Diahwningsih21@gmail.com*¹

DOI : [10.26623/ji2e.v2i2.12008](https://doi.org/10.26623/ji2e.v2i2.12008)

Informasi Artikel

Diterima : (7 Mei 2025)
Direview : (21 Juni 2025)
Disetujui : (25 Juni 2025)

*) Penulis Korespondensi

Keywords:

Business Development,
MSMEs, Digital Media, Digital
Marketing

Abstract

The Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in focus is "Jamu Bu'ne," which operates in the beverage sector, specifically in the production of various traditional herbal drinks (jamu). The MSME, named "Jamu Bu'ne Nurhidayah," is located in Petarukan Village, Taman District, Pemalang Regency. This business produces a variety of herbal drinks aimed at promoting public health. Its product range includes jamu kunir asem (turmeric and tamarind), white turmeric, lempuyang, wajah, bitter herbs, stomach herbal remedies, betel leaf, beras kencur (rice and aromatic ginger), and chili lempuyang.

The mentoring methods implemented include several programs such as creating production and promotional videos as a means of product marketing, preparing simple bookkeeping, developing an organizational structure and business profile to provide information about the business's background, brief history, vision and mission, and best-selling products to consumers, and developing a digital map presence to improve the online visibility and accessibility of Jamu Bu'ne to a broader consumer base.

Kata Kunci:

Pengembangan Usaha,
UMKM, Media Digital,
Pemasaran Digital

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menjadi objek adalah UMKM Jamu Bu'ne yang bergerak di bidang minuman tepatnya olahan aneka jamu. UMKM tersebut bernama Jamu Bu'ne Nurhidayah yang berlokasi di Desa Petarukan, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang. UMKM ini memproduksi produk olahan minuman jamu untuk menjaga kesehatan masyarakat. Dengan banyak variannya antara lain jamu kunir asem, kunir putih, lempuyang, wajah, pahitan, jamu lambung, sirih, beras kencur dan cabe lempuyang.

Metode pendampingan yang dilakukan yaitu melaksanakan beberapa program seperti pembuatan video produksi & promosi sebagai media promosi produk, pembuatan pembukuan sederhana, pembuatan struktur organisasi dan profil usaha sebagai informasi mengenai profil, sejarah singkat, visi & misi dan produk best seller kepada konsumen,

pengembangan maps digital untuk untuk meningkatkan rating maps digital Jamu Bu'ne sehingga lebih mudah dikenal dan dijangkau banyak konsumen.

1. PENDAHULUAN

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan (Sarfiah, et al., 2019).

Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik, gas, komunikasi, dan pertambangan. Maka hal ini membuktikan bahwa UMKM dan usaha besar saling melengkapi dan saling membutuhkan, meskipun pada kenyataannya UMKM lebih dominan dalam penyerapan tenaga kerja hingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada bagian bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat (Erfandi et al., 2024). Kemunculan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membawa pengaruh positif pada perekonomian. Usaha Mikro dan Usaha Kecil merupakan usaha informal yang mulai dimunculkan dengan melihat peluang yang ada di sekitar. Tentunya usaha tersebut merupakan usaha produktif yang tentunya menghasilkan pendapatan untuk para usahawan yang mendirikan usaha tersebut. Respon tersebut ditunjukkan dengan keberhasilannya yang diperoleh serta dapat bertahan (D. W. Ningsih et al., 2024) .

Sama halnya dengan usaha lain "Jamu Bu'ne Nurhidayah" juga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pemalang Jawa Tengah. UMKM ini didirikan orang tua ibu Nurhidayah pada tahun 2015. Jamu Bu'ne Nurhidayah merupakan usaha turun temurun dari orang tua ibu Nurhidayah setelah orang tua dari ibu Nurhidayah meninggal. Lalu ibu Nurhidayah mencoba untuk menjual jamu sendiri dan respon konsumen ternyata positif sehingga hingga berkembang sampai saat ini. Nama "Jamu Bu'ne" diambil dari kebiasaan si penjual menawarkan produk kepada konsumen. Usaha ini menjadi salah satu UMKM yang mempunyai produk berkualitas dan harga yang ekonomis, begitupun usaha ini sudah memiliki NIB (Nomor Izin Berusaha).

Berbekal sering membantu ibunya berjualan ibu Nurhidayah mampu menjalankan usaha serta dapat mengembangkan usahanya. UMKM ini memproduksi aneka macam jenis jamu dengan kualitas terbaik dan harga yang ekonomis. Pemasaran produk ini mencakup semua segmentasi pasar dengan melayani pesanan dari konsumen melalui online dan offline.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 24 Juni - 24 Juli 2024, objek dalam kegiatan ini adalah Jamu Bu'ne Nurhidayah yang berlokasi di Desa Petarukan, Kecamatan Taman, 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 Jamu Bu'Ne. Kegiatan pelaksanaan meliputi pendampingan dan pembinaan untuk UMKM serta memberikan solusi untuk permasalahan yang menjadi kendala pada UMKM. Kegiatan pelaksanaan meliputi:
 - a. Pembuatan NIB
 - b. Pembuatan *Banner*
 - c. Pembuatan Logo
 - d. Pembuatan Stempel Usaha
 - e. Pembuatan Stiker Kemasan
 - f. Pembuatan Katalog Menu
 - g. Pembuatan Profil Usaha
 - h. Pembuatan Akun *Facebook*
 - i. Pembuatan Titik Lokasi pada *Google Maps*
 - j. Pembuatan Struktur Organisasi
 - k. 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 kegiatankegiatan 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 Jamu Bu'Ne

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 social seperti *facebook*, titik lokasi pada *google maps* 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 Jamu Bu'ne Nurhidayah Desa Petarukan, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang. 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 NIB

Nomor Induk Berusaha merupakan identitas pelaku usaha baik usaha perorangan, badan usaha, maupun badan hukum yang diterbitkan oleh Lembaga OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. Aturan dalam bidang perizinan sudah diterapkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI sejak bulan Mei 2018. Aturan tersebut menganjurkan agar para pemilik usaha segera melakukan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), sebagai identitas suatu perusahaan. Dengan adanya Nomor Induk Berusaha (NIB), pelaku usaha dapat menikmati kemudahan dalam mengurus legalitas Perusahaan.



Gambar 1. Nomor Induk Berusaha UMKM

b. Pembuatan *Banner*

Pembuatan spanduk atau *banner* bertujuan sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya tarik. Dengan memasang spanduk yang menarik, diharapkan konsumen akan tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Kreativitas dalam pembuatan spanduk juga dianggap sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan kredibilitas bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan.



Gambar 2. *Banner* Usaha

c. Pembuatan Logo

Pengembangan logo bagi UMKM akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri. Komponen-komponen ini membantu pembeli dalam memvisualisasikan, menggambarkan dan membedakan barang yang ditawarkan. Adanya logo UMKM Jamu Bu'Ne 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.



Jamu Bu'ne

Gambar 3. Logo

d. Pembuatan Stempel Usaha.

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 produk.



Gambar 4. Stempel

e. Pembuatan Stiker Kemasan

Stiker adalah media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh target market dan membedakan dengan pesaing. Pembuatan Stiker kemasan yang unik dan mudah diingat diharapkan bisa menjadi ciri khas dari produk dan menjadi daya tarik konsumen.



Gambar 5. Stiker Kemasan

f. Pembuatan Katalog Menu

Katalog adalah tampilan berbagai pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Katalog dapat membantu konsumen untuk mengenal dan memahami pilihan produk yang tersedia. Pembuatan Katalog yang sederhana namun memuat informasi yang jelas sehingga memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan oleh konsumen (Jasmadi dan Giyarsi, 2018).



Gambar 6. Katalog Menu

g. Pembuatan Profil Usaha

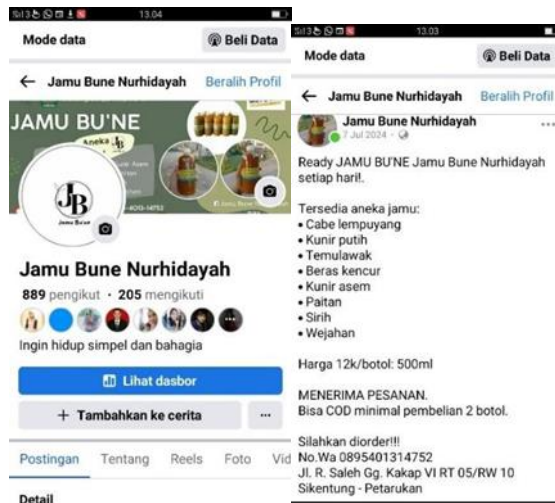
Profil usaha dibuat sebagai gambaran singkat yang dapat mendeskripsikan dan membangun citra suatu usaha untuk menciptakan pemahaman yang tepat mengenai usaha tersebut. Manfaatnya adalah untuk memperkuat branding, promosi, dan sebagai alat pemasaran. Profil usaha berisi informasi mengenai deskripsi umum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



Gambar 7. Profil UMKM

h. Pembuatan Akun *Facebook*

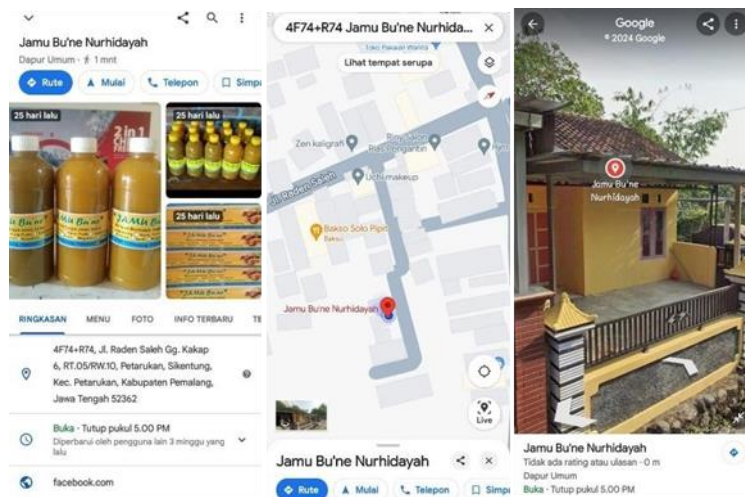
Media Sosial Facebook dipilih sebagai media promosi karena melihat di era digital hampir semua masyarakat memiliki akun facebook, hal ini dapat memperluas jangkauan target pasar bagi pengusaha UMKM agar usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas (Santoso, 2019).



Gambar 8. Akun *Facebook*

i. Pembuatan Titik Lokasi pada *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 9. *Google Maps*

j. Pembuatan Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka atau susunan yang mengatur tata hubungan, tanggung jawab, dan wewenang antara bagian-bagian dalam sebuah Organisasi (Robbins & Coulter, 2020).



Gambar 10. Struktur Organisasi

k. Pembuatan Catatan Keuangan Sederhana dan Perhitungan HPP.

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 (Sumardi & Suharyono, 2020).

Tabel 1.

Harga Pokok Produksi UMKM

BIAYA BAHN BAKU (BBB)			
Biaya Bahan Baku			
1. Kunir	750 gram	Rp10,000	
2. Lempuyang	500 gram	Rp 8,000	
3. Kunir Putih	250 gram	Rp10,000	
4. Cabe Jawa	2 gram	Rp 2,000	
5. Asem Jawa	100 gram	Rp 5,000	
6. Temulawak	250 gram	Rp 8,000	

7. Daun Sirih	10 gram	Rp 3,000	
8. Jahe	40 gram	Rp 4,000	
9. Beras Kencur	250 gram	Rp 8,000	
10. Daun Wejah	50 gram	Rp 5,000	
11. Daun Sambiloto	250 gram	Rp 8,000	
12. Air	60 liter	Rp20,000	+
TOTAL BBB			Rp 91,000
BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG (BTKL)			
Biaya Gaji Pegawai			
1. Gaji Karyawan(3xRp15000)	3 Orang	Rp45,000	+
TOTAL BTKL			Rp 45,000
BIAYA OVERHEAD PRODUKSI (BOP)			
1. Biaya Kemasan			
Botol 500 MI(45xRp2000)	45 Botol	Rp90,000	
Plastik	250 gram	Rp 2,000	
Stiker Kemasan(45xRp300)	45 Pcs	Rp13,500	
2. Biaya Ongkos Kirim			
Bensin	1 liter	Rp12,000	
3. Biaya Bahan Bakar			
Gas	5 kg	Rp20,000	+
TOTAL BOP			Rp 137,500
HPP 45 Botol			Rp 273,500
HPP 1 bulan			Rp 8,205,000
HPP 1 botol			Rp 6,077
Harga Jual			Rp 12,000
Keuntungan			Rp 5,922

2. Catatan Keuangan Sederhana

Tabel 2. Laporan Catatan Hasil Penjualan

UMKM JAMU BU'NE NURHIDAYAH		
LAPORAN CATATAN HASIL PENJUALAN USAHA BULANAN		
BULAN JUNI 2024		
PENJUALAN		
Tunai	Rp 11,352,000	
Kredit		
JUMLAH		Rp 11,352,000
BEBAN		
Biaya Modal	Rp 4,095,000	
Biaya Rutin Usaha	Rp 1,350,000	
Promosi	Rp 405,000	

Lain-lain	Rp 2,393,000	
JUMLAH		Rp 8,243,000
UNTUNG/RUGI	Rp 3,109,000	

3. Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil

Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil dilakukan untuk melihat perkembangan pemasaran produk usaha secara digital di UMKM Jamu Bu'Ne. 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 Jamu Bu'Ne.

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 Jamu Bu'Ne 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 Jamu Bu'Ne 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 Nurhidayah. 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 :

- a. Pembuatan NIB
- b. Pembuatan Sertifikat Halal
- c. Pembuatan *Banner*
- d. Pembuatan Logo
- e. Pembuatan Stempel Usaha
- f. Pembuatan Stiker Kemasan
- g. Pembuatan Katalog Menu
- h. Pembuatan Profil Usaha
- i. Pembuatan Akun *Facebook*
- j. Pembuatan Titik Lokasi pada *Google Maps*
- k. Pembuatan Struktur Organisasi
- l. Pembuatan Catatan Keuangan Sederhana dan Perhitungan HPP

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pelaku UMKM, khususnya UMKM Jamu *Bu'ne Nurhidayah*, atas kerja sama dan partisipasinya selama kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat Dusun Sikentung, Kelurahan Petarukan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, yang telah berperan aktif dan memberikan dukungan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh tim pengabdian yang telah bekerja keras, berdedikasi, dan saling mendukung sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar, tertib, dan mencapai hasil yang bermanfaat bagi mitra UMKM maupun masyarakat sekitar. Semoga hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Erfandi, E., Ningsih, D. W., Ikhwatunnahdiyah, T., & Idayanti, H. (2024). *Pengembangan Usaha Pada UMKM Yu Min Batik & Butik Desa Sidorejo Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang*. 1(2), 83–97.
- 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. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Jasmadi & Giyarsi. (2018). *Cara Praktis Bikin E-Catalog: Panduan Praktis UKM/IKM dalam Membuat Katalog Online*.
- Ningsih, D. W., Azahroh, F., Kuncoro, A. T., & Chynta, T. T. J. (2025). MEMBANGUN EKONOMI KREATIF MELALUI UKM SANGKAR BURUNG DENMAS SANGKAR DI DESA ASEMDOYONG KECAMATAN TAMAN KABUPATEN PEMALANG. *Jurnal Implementasi Ilmu Ekonomi*, 2(1), 22-38.
- Ningsih, D. W., Prasetyo, A. H., Syah, S. F. S. F., Marddy, N. M., & Nurhati, E. (2024). Pengembangan Usaha Berbasis Kreativitas Fake Nail Art Pada UMKM Ulfa Art Pemalang. *Jurnal Implementasi Ilmu Ekonomi*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.26623/ji2e.v1i1.9481>
- Ningsih, P. T. S., Febrianti, R., Gusvarizon, M., Widodo, Y. B., & Sari, N. L. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 11–23. <https://doi.org/10.37012/ileka.v3i1.883>
- Nuwa, Cicilia A. W., et al. (2025). *Manajemen Keuangan II*. Edited by Edinov, Shelby, Eureka Media Aksara,
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2020). *Management* (15th ed., Global Edition). Pearson Education.
- Santoso.(2019). *Facebook Marketing: Cara Efektif Memasarkan Produk Melalui Facebook*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sumardi, R., & Suharyono. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*.
- Rosyadi, N., & Ningsih, D. W. (2022). UPAYA PENGEMBANGAN UMKM USAHA KULINER AZAULA CAKE. *Economy and Bussiness*, 2(1), 10-18.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sulistianingsih, Henny, et al. (2024). *Konsep Dasar Manajemen Keuangan*. Edited by Arianto, Bambang, Eureka Media Aksara,