

Pendampingan Manajemen Usaha Laundry Berbasis Teknologi (*Technology - Based Laundry Business Management Assistance*)

Sunarmi Sunarmi^{1*}, Yenny Marthalena², Tika Putri Utami³, Milan Juliyana⁴

Prodi Akuntansi, Fakultas Sosial dan Bisnis, Universitas Aisyah Pringsewu^{1,2,3,4}

nikinarmi@gmail.com^{1*}, yennymarthalena@aisyahuniversity.ac.id², nikinarmi@gmail.com³,

nikinarmi@gmail.com⁴



Riwayat Artikel

Diterima pada 24 November 2022

Revisi 1 pada 2 Desember 2022

Revisi 2 pada 5 Desember 2022

Disetujui pada 4 Januari 2023

Abstract

Purpose: This mentoring program aims to help partners increase their business capacity through promotion and repair/addition of business equipment.

Research Methodology: The partner in this program is Laundry Bunda, a business that was just started in September 2015 by the owners Sri Wahyuni and Henry Yudo Pranoto, located at Blok V No.5, Jl. Perum BKP, Kemiling Permai, Kec. Kemiling, Bandar Lampung City, Lampung 35152, Indonesia. The problems faced by partners include: 1) promotional activities are not yet optimal, 2) equipment is not adequate/not enough, and 3) business layouts are not well organized. To overcome these problems in this service program the activities that have been carried out are: Expanding the market and maximizing promotional media by: Making business signboards, making and distributing brochures, promoting through social media, giving discount cards to customers.

Results: The results of this program are: 1) Laundry Bunda business has a bigger and more attractive signage; 2) partners have online promotion media on Instagram; 3) partners have online brochures through Imooji; 4) the presence of additional equipment and a neat and comfortable business layout

Conclusions: Availability of partner awareness to optimize business promotion activities, Availability of promotional media both simple and promotional media on Instagram, Availability of partner awareness to maintain service quality, Availability of additional equipment which supports the laundry business process.

Keywords: *Laundry Business, Management, Mentoring*

How to Cite: Sunarmi, S., Marthalena, Y., Utami, T.P., Juliyana, M. (2023). Pendampingan Manajemen Usaha Laundry Berbasis Teknologi. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(2), 73-80.

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa dapat dilihat dari banyaknya wirausahawan yang aktif mengembangkan usahanya, baik usaha jasa maupun usaha bidang lainnya. Salah satu pilar perekonomian suatu bangsa ditandai oleh banyak wirausahawan. Keberadaan para wirausahawan baik yang memiliki skala usaha kecil (UMKM), menengah maupun besar mampu berperan sebagai penggerak roda perekonomian bangsa (Hidayat, 2016). Pasca pandemi keberadaan UMKM menjadi solusi bagi masyarakat yang secara langsung terkena dampak, terutama mereka yang kehilangan pekerjaan, upaya untuk tetap produktif menjadikan wirasausaha sebagai pilihan agar roda perekonomian tetap berjalan (Hirmantono, 2021). Meski banyak lahir UMKM dengan jenis usaha yang bermacam-macam akan tetapi masih banyak UMKM yang masih terkendala dalam menghadapi tantangan persaingan dan kurangnya edukasi pada bidang pemasaran sehingga menghambat perkembangan usahanya (Mardiatmi, Nopiyanti, & Resti, 2022). Meliala, Matondang, and Sari (2014), menyatakan bahwa tantangan internal yang sering dihadapi UMKM diantaranya : peralatan masih sederhana, kualitas dan motivasi kerja karyawan masih rendah, pengelolaan produksi kurang

efisien, keterbatasan modal dan standarisasi kualitas belum ada bagi produk UMKM. Terbatasnya sarana dan prasana untuk mendukung UMKM mampu menghadapi persaingan yang makin ketat.

Kota Bandar Lampung, merupakan kota yang terus berkembang hal ini ditandai makin banyaknya jumlah perguruan tinggi, sekolah-sekolah swasta dan banyaknya pendatang. Sementara jumlah UMKM di Bandar Lampung tiap tahun makin meningkat jumlahnya, baik di bidang kuliner, mapupun di bidang jasa. Hal ini sejalan dengan pemikiran Raharja, Putra, and Krismawintari (2017), yang menyatakan bahwa keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat mendukung bagi kehidupan perekonomian khususnya dalam pemenuhan penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Salah satu jenis usaha UMKM yang saat ini makin banyak bermunculan di beberapa daerah adalah usaha *laundry*. Usaha *Laundry* di Bandar Lampung saat ini berkembang pesat, hampir disetiap tempat yang padat penduduk, terdapat usaha *Laundry*, sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha *Laundry* merupakan usaha dengan tingkat persaingan yang cukup ketat. Untuk menghadapi persaingan yang makin kompetitif, maka pelaku usaha *Laundry* dituntut untuk terus berinovasi dan kreatif dalam mengelola usahanya.

Usaha *Laundry* yang menjadi mitra pada program ini adalah “Bunda *Laundry*”. Usaha yang baru dirintis pada bulan September 2015 oleh pemiliknya Sri Wahyuni dan Henry Yudo Pranoto beralamatkan di di Blok V No.5, Jl. Perum BKP, Kemiling Permai, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung 35152, Indonesia. Usaha yang modal awal pendiriannya sekitar Rp. 52.500.000 ini menawarkan jasa cuci reguler, cuci kilat, cuci basah, cuci kering, dan setrika dengan harga yang terjangkau. Sebagai usaha yang baru berdiri ditengah pesaing usaha jasa *laundry* kiloan yang sangat ketat, maka mitra perlu mendapatkan pendampingan manajemen usaha agar tidak kalah bersaing dengan usaha sejenis. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh mitra terutama kegiatan promosi hingga saat ini masih belum optimal. Media promosi satu satunya hanya papan nama sederhana yang terlalu kecil jadi tidak terlalu keliatan dari jalan. Sementara disekitar lokasi usaha, banyak pesaing usaha *laundry* yang lainnya dengan papan nama yg besar dan terlihat jelas. Mitra selama ini belum pernah melakukan promosi secara intensif, promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode “*words of mouth*”. Mitra juga belum memanfaatkan *internet marketing* dalam mempromosikan usahanya. *Internet marketing* yang paling sederhana yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan usaha *laundry* mitra adalah melalui media sosial. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan dan atau mempengaruhi konsumen untuk membeli/menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi promosi yang sesuai dan efektif penting dilakukan UMKM agar usaha yang dijalankan lebih dikenal oleh masyarakat luas, mendatangkan konsumen dan mempertahankan konsumen loyal (Fildzah & Mayangsari, 2018)

Pengelolaan usaha pada “Bunda *laundry*” sudah dilakukan secara rapi oleh admin menggunakan peralatan komputer dengan *software* ms excell. Setiap transaksi keuangan berupa pemasukan dan pengeluaran serta saldo per periode dilaporkan dan dapat dikontrol setiap saatoleh pemilik usaha. Pendapatan bersih usaha “Bunda *laundry*” dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Pada awal masa pendirian pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp. 4.800.000,- per bulan. Perkembangannya saat ini pendapatan bersih mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 9.500,000,- perbulan. Lokasi usaha “Bunda *Laundry*” cukup strategis,berada di kawasan padat penduduk, dekat dengan klinik kesehatan dan fasilitas umum lainnya. Akan tetapi di kawasan yang sama terdapat beberapa usaha sejenis. Untuk dapat tetap bersaing maka kualitas jasa *laundry* yang meliputi kebersihan, kerapian hasil *laundry* sampai *packaging* dan pelayanan perlu selalu dijaga dan dioptimalkan termasuk ketepatan waktu pengerjaan. Menjaga keterikatan pelanggan terus dilakukan akan pelanggan tetap setia dan tidak berpindah ke tempat kompetitor. Layanan yang optimal kepada konsumen sangat penting dilakukan untuk mempertahankan konsumen loyal dan bahkan dari pelanggan kita bisa memaksimalkan pemasaran. Peralatan yang dimiliki sekarang kurang memadai untuk permintaan jasa yang *laundry* yang semakin meningkat. Mitra memerlukan tambahan peralatan berupa rak susun untuk tempat pakaian dan keranjang. Penataan ruang sterika belum rapi sehingga aktivitas karyawan kurang leluasa. *Layout* usaha *Bunda laundry* saat ini masih perlu ditata ulang

karena terkesan “kurang rapi”. Ruang cuci dan setrika lubang udara sedikit sehingga hawanya panas, hal ini dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi karyawan.

Berdasarkan kondisi mitra yang di uraikan di atas, maka program ini difokuskan pada program peningkatan kapasitas usaha melalui optimalisasi promosi, terciptanya mitra usaha dan perbaikan kualitas layanan dengan rincian kegiatan yaitu: (1) Pembuatan akun promosi di media sosial (2) Pembuatan proposal usaha dan kerjasama dengan mitra atau lembaga pendidikan/pondok pesantren (3) Pengadaan papan nama; (4) Pendampingan pemasaran *online* dan *offline*.; (5). Penataan Layout usaha; dan (6) Pengadaan Peralatan tambahan. Program pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra agar dapat memaksimalkan kapasitas usahanya melalui optimalisasi pemasaran dan perbaikan kualitas layanan, terbangunnya mitra usaha berupa kerja sama dengan lembaga pendidikan seperti pondok pesantren, sehingga pemasaran usaha lebih efektif dan efisien. Kegiatan promosi yang optimal dan kualitas layanan yang semakin baik diharapkan akan memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan demikian diharapkan omzet penjualan akan meningkat dan pada akhirnya diharapkan kapasitas usaha akan meningkat. Melalui kegiatan pendampingan kegiatan pengabdian pada masyarakat maka permasalahan di UMKM dapat ditangani dan kemampuan UMKM semakin meningkat sehingga mendukung perluasan pangsa pasar UMKM (Permana, Prayudi, & Wirahyuni, 2019).

2. Metode Penelitian

Berdasarkan hasil obsevasi dan wawancara pada mitra, maka berbagai informasi yang telah dikumpulkan dari Bunda Loundy, maka prioritas permasalahan yang telah disepakati dengan mitra, metode pelaksanaan pendampingan dan pemecahan masalah yang dihadapi mitra dilaksanakan secara luring pada tanggal 6 September 2022, sedangkan akar masalah usaha dan solusi yang diberikan pada saat pendampingan dirangkum dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Metode Pemecahan Masalah dan Partisipasi Mitra

No	Masalah	Solusi / Metode Pemecahan Masalah
1.	<p>Pemasaran: Saat ini pemasaran oleh mitra belum optimal, jika dianalisa berdasarkan dari makin ketatnya persaingan usaha <i>laundry</i> saat ini, maka dibutuhkan media promosi yang mampu memfasilitasi mitra untuk menghadapi persaingan. Media promosi promosi yang digunakan mitra masih sangat sederhana yaitu dengan metode “<i>words of mouth</i>”. Papan nama sebagai Media promosi masih sederhana dan terlalu kecil sehingga tidak terlalu terlihat oleh konsumen.</p>	<p>Solusi untuk memperluas jangkauan pemasaran maka dilakukan beberapa kegiatan yaitu:</p> <p>Pembuatan media promosi berupa: papan nama usaha dibuat lebih besar dan menarik, pembuatan proposal usaha untuk mitra atau lembaga pendidikan dalam hal ini adalah pondok pesantren, untuk menjangkau pelanggan secara berkelanjutan. Pembuatan akun usaha di media sosial dan promosi melalui aplikasi Instagram.</p> <p>Partisipasi dari Mitra: Mitra menyediakan info, materi berupa foto dan informasi terkait yang dibutuhkan untuk membuat media promosi, termasuk mendata kolega yang memiliki potensi yang bisa dijadikan mitra kerja sama.</p> <p>Pendampingan Pemasaran Pendampingan pemasaran oleh tim diberikan selama program pendampingan berjalan. Pendampingan berupa asistensi dalam merumuskan strategi pemasaran usaha untuk</p>

		<p>menghadapi tingkat persaingan usaha, dan pendampingan dalam memberikan pelayanan prima ke konsumen, pendampingan dalam membuat proposal kerja sama dan pendampingan dalam membangun jaringan kerja sama.</p> <p>Partisipasi dari Mitra: Mitra sangat kooperatif dan terlibat aktif dalam pendampingan dan bersama sama pendamping menjalankan program yang diusulkan secara berkelanjutan.</p>
2.	<p>Kualitas Pelayanan: Jasa <i>laundry</i> yang diberikan mitra meliputi kebersihan, kerapian hasil <i>laundry</i> sampai <i>packaging</i> perlu dijaga dan di optimalkan secara berkelanjutan. Dengan adanya pendampingan usaha, memaksimalkan pemasaran maka, dibutuhkan tambahan peralatan mengingat peralatan yang dimiliki saat ini masih kurang memadai untuk permintaan jasa yang <i>laundry</i> yang semakin meningkat. Mitra memerlukan peralatan tambahan berupa rak pakaian dan keranjang . Layout usaha atau dasbor depan pada <i>laundry</i> Bunda saat ini masih perlu ditata ulang karena kurang rapi. Penataan ruang setrika kurang maksimal sehingga terkesan sempit dan kurang luas, sehingga suasana ruang terasa panas dan tidak nyaman. Diperlukan penataan meja setrika yang berurutan dan tambahan kipas angin atau ventilasi agar suasana kerja lebih nyaman,</p>	<p>Solusi untuk meningkatkan layanan jasa <i>laundry</i> maka dilakukan beberapa kegiatan yaitu: Mitra akan diberikan pendampingan berupa penyuluhan pengelolaan usaha. Pada program pendampingan ini mitra akan dibantu dalam pengadaan beberapa peralatan yang dibutuhkan mitra seperti pengadaan rak susun, penataan ulang untuk dasbor, atau lay out depan, penataan ulang untuk ruang setrika , penataan keranjang pakaian , dan tambahan kipas angin. Sehingga karyawan dapat leluasa menjalankan pekerjaannya dan nyaman, begitu pula agar pelanggan merasa nyaman bertansaksi dengan mitra.</p> <p>Partisipasi dari Mitra : Mitra kooperatif, terbuka menerima saran masukan dan terlibat aktif dalam pendampingan, mitra juga telah mengalokasikan dana untuk tambahan investasi berupa pembelian peralatan tambahan dan berkoordinasi dengan para karyawannya terkait perunagan tata letak peralatan.</p>

3. Hasil dan Pembahasan

Jenis usaha jasa *laundry* di Lampung saat ini memiliki tingkat persaingan yang ketat, hampir di setiap kawasan penduduk di daerah Lampung sudah terdapat usaha sejenis, untuk itu mitra perlu merancang suatu strategi untuk tetap dapat bertahan dan berkembang. Untuk dapat mengembangkan usaha diantara persaingan yang ketat maka pelaku bisnis harus terus melakukan berbagai upaya yang dapat menarik minat pelanggan agar tetap setia menggunakan jasa yang kita. Untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya harus ditunjang dengan sistem, baik pembukuan atau pencatatan ataupun dari bidang manajemen yang handal (Rahmawati & Antoni, 2021). Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di “*Laundry Bunda*” adalah sebagai berikut:

3.1 Mengoptimalkan Promosi dan Pemasaran

Salah satu upaya untuk tetap dikenal dan diminati pelanggan maka, suatu usaha harus terus mempromosikan usahanya. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara dimana kegiatan promosi dilakukan untuk memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian/penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen (Ekasari, Siagian, Matusin, & Nilawati, 2021). Tujuan promosi pada dasarnya untuk mengkomunikasikan produk bisnis baik barang maupun jasa kepada pasar target (Pambudy & Priatna, 2017). Menurut pemikiran Griffin and Ebert (2015), yang menyatakan bahwa perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan akhir

untuk meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang dilakukan unit usaha perlu dikembangkan dan disesuaikan dengan kondisi usaha. Terdapat lima alat promosi yang paling berpengaruh dalam pemasaran yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, serta hubungan masyarakat. Pada kegiatan pendampingan ini, upaya promosi yang disarankan untuk dilakukan dalam mengatasi masih terbatasnya pasar atau pelanggan usaha *Laundry Bunda* adalah sebagai berikut:

a. Mendesain papan nama usaha yang lebih menarik

Untuk mempermudah pemilik usaha dalam menawarkan jasa atau produk yang dihasilkannya adalah melalui merk usaha, atau nama usaha, dan papan nama usaha menjadi alat atau sarana promosi yang konvensional dan mudah dilakukan oleh UMKM. Keberadaan papan nama ini menjadi penting artinya bagi suatu usaha karena melalui papan nama yang menarik maka setiap orang yang lewat akan tergerak untuk melihat, membaca bahkan diharapkan menggugah keinginan masyarakat untuk mampir dan bertransaksi di kemudian hari. Penentuan papan nama yang menarik dan jelas serta mudah dibaca akan memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi usaha. Sebelum program pendampingan, mitra belum memiliki papan nama yang terpasang dengan jelas dan desain tidak begitu menarik. Karena itu dalam program ini kegiatan yang dilakukan diawali dengan pembuatan desain papan nama, membuat dan melakukan pemasangan papan nama tersebut (gambar 1 & gambar 2).



Gambar 1. Papan nama usaha



Gambar 2. Papan nama usaha dengan aktivitas ekonomi

b. Pembuatan proposal kerjasama, brosur dan voucher discount

Upaya yang dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, kegiatan promosi selanjutnya yang dilakukan dalam program ini adalah mendampingi dan membantu mitra dalam proposal kerjasama selanjutnya proposal kerjasama ditawarkan ke mitra seperti pondok pesantren, dan membuat brosur. Brosur dibuat secara fisik dan disebar ke masyarakat sekitar. Selain brosur secara fisik, mitra juga juga didampingi dalam pembuatan brosur *online* Brosur *online* ini memiliki kelebihan dibanding brosur yang secara fisik, diantaranya mudah disebar, jangkauan lebih luas, biaya murah dan lebih menarik untuk dilihat. Untuk mengikat konsumen yang sudah menggunakan jasa *laundry* Bunda, diadakan program berupa pemberian voucher *laundry* gratis, pemberian diskon dan pemberian kartu langganan.

c. Pembuatan Akun IG di Media Sosial

Media sosial menjadi metode yang populer dan banyak digunakan masyarakat di era digital saat ini. Kenyataan seperti ini mendorong pelaku usaha untuk mengoptimalkan promosi melalui media sosial (Hasan, Haliah, & Fahdal, 2022). Salah satu media sosial yang efektif digunakan sebagai media promosi oleh UMKM adalah *Instagram*. Banyak pelaku usaha yang mempromosikan produk/jasa mereka melalui *Instagram* karena memiliki jangkauan yang luas, efisien dan efektif dalam menjangkau konsumen. Khairani, Soviyant, and Aznuriyandi (2018), dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa efektivitas promosi melalui *instagram* cukup tinggi, artinya promosi

yang dilakukan melalui instagram menimbulkan perhatian, ketertarikan dan melakukan *feedback* berupa pembelian atau pemakaian produk/jasa yang ditawarkan.



Gambar 3. Pembuatan akun Instagram di media social

3.2 Peningkatan kualitas layanan jasa laundry

Upaya Bunda Loundy dalam meningkatkan kualitas jasa *laundry* berupa kebersihan, kerapian dan ketepatan waktu pengerjaan dan mengoptimalkan layanan baik sebelum maupun setelah transaksi. Upaya untuk menjaga kualitas layanan tersebut dalam hal ketepatan waktu pengerjaan, untuk itu mitra perlu menambah peralatan penunjang. Peralatan yang perlu ditambah ini untuk memenuhi kebutuhan permintaan jasa yang semakin meningkat. Peralatan tambahan berupa: rak susun pakaian, keranjang, dan gantungan baju. Disamping itu itu layout usaha perlu ditata ulang agar lebih nyaman bagi konsumen, lay out ruang setrika perlu di tata ulang agar karyawan dapat lebih leluasa dalam menjalankan pekerjaannya.



Gambar 4. Ruang cuci setrika



Gambar 5. Usaha bagian depan



Gambar 6. Kegiatan wawancara



Gambar 7. Foto bersama staff

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini berfokus pada pendampingan manajemen usaha. Luaran dari kegiatan ini adalah tersedianya sistem manajemen usaha berbasis digital berupa media promosi digital, yaitu melalui akun media sosial Instagram. Melalui akun media sosial yang telah dibuat maka dapat memudahkan mitra dalam hal ini Bunda Laundry dalam membangun jaringan pemasaran dan media komunikasi dengan pelanggan. Simpulan dari pelaksanaan pendampingan ini adalah:

- a. Mitra memiliki kesadaran untuk lebih mengoptimalkan kegiatan promosi usaha melalui media sosial dan mitra mampu membangun jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan yang secara rutin membutuhkan jasa Laundry dalam hal ini lembaga yang dipilih oleh mitra adalah pondok pesantren..
- b. Mitra membuat media promosi yang efisien berupa papan nama yang besar dengan dan dipajang pada tempat yang mudah dilihat konsumen dan membuat akun media sosial *Instagram* sebagai wadah untuk melakukan promosi di internet.
- c. Mitra memiliki kesadaran yang lebih untuk menjaga kualitas layanan.
- d. Mitra mengalokasikan sebagian dana untuk tambahan investasi berupa pembelian peralatan tambahan untuk menunjang proses usaha *laundry*.
- e. Mitra memiliki kesadaran untuk menata ulang ruang usaha utama, tempat pelanggan datang melakukan transaksi usaha dan menata ulang ruang setrika agar karyawan dapat memiliki ruang gerak yang nyaman dan leluasa sehingga para karyawan dapat bekerja dengan nyaman tanpa merasa gerah sepanjang hari.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Sri Wahyuni dan bapak Henry Yudho Pranoto, selaku pemilik usaha Laundry Bunda yang menjadi mitra dalam program pendampingan ini.
2. Semua pihak yang telah turut berpartisipasi membantu dalam pelaksanaan program pendampingan ini.

Referensi

- Ekasari, A., Siagian, V., Matusin, A. R., & Nilawati, Y. J. (2021). Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 1(1), 1-10.
- Fildzah, A. N., & Mayangsari, I. D. (2018). Analisis strategi promosi pada UMKM social enterprise (Studi kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal komunikasi*, 12(2), 101-112.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2015). Pengantar Bisnis. *Edisi kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hasan, H., Haliah, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43-50.
- Hidayat, N. (2016). Upaya Menciptakan Wirausaha Baru, Mandiri Berbasis Ipteks. *Jurnal Terapan Abdimas*, 1-4.
- Hirmantono, A. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus UMKM di Kawasan Pondok Pesantren Darul'Ulum Jombang. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 43-48.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239-247.
- Mardiatmi, B. D., Nopiyanti, A., & Resti, A. A. (2022). Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 119-131.
- Meliiala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2014). Strategi peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis Kaizen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 13(2), 641-664.

- Pambudy, R., & Priatna, B. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Bogor (ID): Idemedia Pustaka Utama.
- Permana, A. A. J., Prayudi, M. A., & Wirahyuni, K. (2019). *Program Kemitraan Masyarakat UMKM Kerajinan Kayu (Bowl dan Bokor) di Kecamatan Buleleng, Singaraja-Bali*. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SENADIMAS).
- Raharja, M. A., Putra, I. M. W. A., & Krismawintari, N. P. D. (2017). Peningkatan dan Pengembangan Produksi Usaha Kerajinan Kayu Berbasis Teknologi Tepat Guna di Desa Petulu Kecamatan Ubud Gianyar. *Paradharm* (*Jurnal Aplikasi IPTEK*), 1(1).
- Rahmawati, D., & Antoni, D. (2021). Faktor-faktor UMKM dalam Mengadopsi E-Market di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 13-31.