
Coaching on the Spot: Pendampingan Kelompok Usaha Bersama (KUB) di Provinsi Jawa Tengah dalam Peningkatan Proses Produksi dan Pemasaran

Coaching on the Spot for Joint Business Groups (KUBs) in Central Java Province in Improving Production and Marketing Processes

Alfin Nur Fahmi Mufreni¹, Indi Ramadhani², Rubi'ah Sugiarti³, Rani Nurnawati^{4*}

^{1,2,3} Universitas Siliwangi, Indonesia

⁴ Institut Agama Islam Tasikmalaya, Indonesia

Email: alfinnfm@unsil.ac.id¹, indiramadhani@unsil.ac.id², rubiahsugiarti@unsil.ac.id³, raninurnawati70@gmail.com^{4*}

*Corresponding author: raninurnawati70@gmail.com

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan daya saing Kelompok Usaha Bersama (KUB) melalui metode Coaching on the Spot (CotS). Metode ini diterapkan dengan pendekatan langsung ke lokasi mitra, memungkinkan tim yang terdiri dari akademisi dan praktisi untuk secara aktif mengidentifikasi permasalahan nyata yang dihadapi oleh KUB. Permasalahan yang diangkat meliputi aspek produksi dan pemasaran yang kurang optimal. Melalui interaksi intensif, diskusi kelompok, dan praktik lapangan, anggota KUB memperoleh pemahaman baru dan keterampilan teknis yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha mereka. Kegiatan ini juga mendorong terciptanya kolaborasi berkelanjutan antara akademisi dan masyarakat, sehingga proses pendampingan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga memperkuat sistem pembelajaran partisipatif di tingkat komunitas. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan anggota KUB dalam mengelola proses produksi serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Pendekatan CotS terbukti efektif dalam mempercepat proses pemecahan masalah dan memperkuat fondasi usaha mikro berbasis komunitas secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *coaching on the spot*; kelompok usaha bersama; kemasan; IKM; UKM

ABSTRACT

This community engagement program was designed to enhance the capacity, independence, and competitiveness of Joint Business Groups (KUB) through the Coaching on the Spot (CotS) method. Conducted over a four-day period, this approach involved direct field visits by a team of academics and practitioners, enabling active identification of real challenges faced by the KUB, particularly in production and marketing. Through intensive interaction, group discussions, and hands-on practice, participants gained new insights and technical skills that could be immediately applied to their business activities. The program also fostered sustainable collaboration between academia and local communities, emphasizing not only knowledge transfer but also the strengthening of participatory learning systems at the grassroots level. The results demonstrated a notable improvement in the KUB members' understanding and ability to manage production processes and develop more effective and efficient marketing strategies. The CotS method proved to be an effective

means of accelerating problem-solving and reinforcing the foundations of sustainable, community-based microenterprises.

Keywords: *coaching on the spot; joint business groups; packaging; SMEs; MSMEs*

PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah (IKM), yang sering disebut sebagai sektor produksi barang-barang konsumen, melibatkan berbagai kegiatan manufaktur untuk menciptakan produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari manusia (Dwicahyani & Muttaqin, 2020). Ini mencakup proses pembuatan berbagai jenis barang, mulai dari makanan hingga produk rumah tangga dan kerajinan tangan (Wibowati & Nasrullah, 2020). Sebaliknya, Usaha Kecil Menengah (UKM) lebih fokus pada kegiatan pemasaran dan distribusi produk-produk yang telah diproduksi sebelumnya oleh IKM.

UKM berperan penting dalam menghubungkan produk-produk IKM dengan konsumen akhir melalui berbagai saluran distribusi, seperti pengecer, agen, atau platform e-commerce (Prasetyo, 2020). Perbedaan utama antara IKM dan UKM terletak pada fokus utama mereka, di mana IKM berpusat pada produksi barang-barang konsumen, sementara UKM lebih berfokus pada distribusi dan pemasaran produk-produk tersebut.

Selain perbedaan fokus utama, perbedaan lainnya antara IKM dan UKM terletak pada peran masing-masing dalam rantai pasok produk. IKM berperan sebagai pelaku utama dalam menciptakan barang, mengembangkan inovasi, dan memastikan kualitas produk. Di sisi lain, UKM memiliki peran yang lebih mendalam dalam menciptakan jaringan distribusi yang efisien, memasarkan produk, dan

menjembatani hubungan antara produsen dan konsumen. Dengan demikian, sementara IKM berfokus pada aspek produksi, UKM lebih berorientasi pada aspek pemasaran dan distribusi untuk memastikan produk-produk IKM mencapai pasar dengan efektif (Juminawati & Harsono, 2024).

IKM di Indonesia adalah pilar utama dalam struktur ekonomi negara, memainkan peran vital dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional (Syamsuadi et al., 2020). Sektor IKM di Indonesia sangat beragam, mencakup berbagai industri seperti makanan dan minuman, tekstil, kerajinan, elektronik, dan sektor jasa (Suparmanto et al., 2025; Wibowati & Nasrullah, 2020). Keberagaman ini mencerminkan kekayaan budaya dan sumber daya alam Indonesia yang menjadi inspirasi bagi banyak pengusaha lokal.

Meskipun memiliki potensi besar, IKM di Indonesia juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Kendala akses terhadap modal, teknologi, dan pasar seringkali menjadi hambatan bagi pertumbuhan dan daya saing IKM (Budijati et al., 2022). Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan dukungan terhadap sektor IKM melalui berbagai kebijakan, program pelatihan, dan fasilitas pendanaan, hingga bantuan berupa hibah peralatan produksi untuk membantu pengusaha kecil dan menengah mengatasi kendala-kendala tersebut (Rastuti et al., 2024). Peningkatan keterampilan tenaga kerja, pengembangan inovasi produk, serta

penguatan konektivitas dengan pasar global menjadi fokus utama dalam mendukung pertumbuhan berkelanjutan dan daya saing IKM di Indonesia (Dzikrullah & Chasanah, 2024; Sinuhaji & Ibrahim, 2024)

Pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat di Indonesia telah mengakar pada upaya pemberdayaan kelompok usaha bersama (KUB) sebagai pilar utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Sarwoto et al., 2021). Provinsi Jawa Tengah, sebagai salah satu sentra kegiatan ekonomi di Indonesia, telah mengadopsi program pendampingan KUB sebagai strategi kunci dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas proses produksi yang langsung dibawah oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Tengah.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Tengah yang tersebar di berbagai kota/kabupaten. KUB ini mayoritas bergerak di bidang kuliner berbasis potensi lokal dan dikelola oleh pelaku usaha mikro, terutama ibu rumah tangga, dengan skala usaha rumahan.

Meskipun telah mampu menghasilkan produk yang bernilai jual, sebagian besar anggota KUB masih menggunakan teknik produksi tradisional, kemasan yang sederhana, serta belum memiliki izin edar resmi seperti BPOM maupun sertifikasi halal. Di sisi lain, KUB memiliki potensi besar yang ditunjukkan melalui ketersediaan sumber daya alam yang mendukung jenis usaha mereka, semangat juang tinggi, dan motivasi belajar yang kuat dari para anggotanya.

Sejauh ini, mereka telah memperoleh bantuan peralatan produksi dari Disperindag Jateng sebagai bentuk fasilitasi peningkatan kapasitas. Untuk melengkapi intervensi tersebut, saat ini mitra juga mendapatkan pendampingan tambahan berupa program *coaching* langsung oleh praktisi dan akademisi, guna mendorong transformasi usaha ke arah yang lebih profesional.

Fokus perbaikan dalam program ini mencakup peningkatan teknik produksi yang higienis dan efisien, perancangan ulang kemasan yang lebih menarik dan sesuai standar pasar, serta pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha. Dengan kombinasi dukungan peralatan dan penguatan kapasitas SDM melalui pendampingan, diharapkan KUB mampu meningkatkan daya saing dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Untuk menjalankan program pendampingan tersebut, Disperindag Jateng bekerja sama dengan Inopak Institute Tasikmalaya, yang memiliki fokus pada pengembangan inovasi produk dan pemberdayaan usaha mikro. Inopak juga memaksimalkan timnya dengan mengundang narasumber dari kalangan akademisi dari Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna memperkaya pendekatan berbasis pengetahuan. Dalam konteks ini, konsep "*Coaching on the Spot*" menjadi landasan untuk mempercepat pembelajaran dan penerapan praktik terbaik di kalangan anggota KUB.

Artikel ini bertujuan untuk menjelajahi secara mendalam bagaimana program pendampingan KUB di Provinsi Jawa Tengah berperan dalam memperkuat proses

produksi mereka. Dengan merinci strategi coaching yang digunakan sebagai sarana perbaikan proses produksi dan dampak positifnya terhadap kualitas produk, artikel ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pembaca yang tertarik dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat di tingkat lokal (Panjaitan et al., 2020; Sundari et al., 2021).

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian pada masyarakat (PPM) merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para praktisi dan akademisi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berbasis pada pendekatan **pelatihan partisipatif** yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan peserta secara langsung. Dalam pelatihan ini, tidak hanya diberikan materi secara teoritis dan praktik terstruktur, namun juga disertai dengan *coaching on the spot*, yaitu pendampingan langsung di tempat kegiatan untuk membantu peserta menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh dalam konteks nyata.

Pendekatan *coaching* ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang lebih intensif, identifikasi kebutuhan spesifik peserta, serta pemberian umpan balik secara *real-time*, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual, aplikatif, dan berdampak langsung terhadap peningkatan kompetensi dan kepercayaan diri

peserta dalam menghadapi tantangan di lingkungan mereka.

Dalam pelaksanaannya, tim PPM melakukan kunjungan langsung ke tempat KUB sebagai mitra kerja. Pendekatan langsung ini memungkinkan para praktisi dan akademisi untuk secara aktif memantau permasalahan yang tengah dihadapi oleh KUB, sehingga dapat diberikan solusi secara tepat dan efektif (Zunaidi, 2024).

Dengan metode CotS, interaksi antara tim PPM dan masyarakat menjadi lebih intensif, memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dan keterampilan secara langsung, serta mempercepat proses pemecahan masalah (Setiawan et al., 2022). Selain itu, kegiatan PPM dengan metode CotS juga memberikan dampak positif terhadap pembangunan kapasitas masyarakat. Melalui diskusi interaktif dan praktik langsung, anggota KUB dapat lebih memahami konsep-konsep yang diajarkan, sehingga mampu mengimplementasikannya dengan lebih baik dalam kegiatan sehari-hari mereka (Ariska, 2023).

Selain itu, metode ini juga memperkuat sinergi antara akademisi dan praktisi dengan masyarakat, menciptakan hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan. Dengan demikian, metode PPM ini tidak hanya memberikan solusi konkret terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, tetapi juga menciptakan proses pembelajaran yang berkelanjutan dan

meningkatkan kapasitas serta kemandirian masyarakat dalam mengatasi tantangan yang dihadapi (Dwicahyani & Muttaqin, 2020; Reza et al., 2015).

Tahapan CotS untuk pelaku IKM dimulai dengan **identifikasi kebutuhan** melalui observasi langsung ke lokasi usaha dan wawancara singkat untuk memahami tantangan, kebutuhan, serta potensi perbaikan. Selanjutnya dilakukan **penetapan fokus coaching** dengan menentukan topik utama yang relevan, seperti manajemen produksi, pemasaran digital, pencatatan keuangan, atau pengemasan produk, yang disesuaikan dengan kondisi dan kapasitas IKM. **Penyampaian materi ringkas** dilakukan secara praktis dan kontekstual, disertai contoh agar mudah dipahami. Setelah itu, ada **pendampingan praktis langsung**, yaitu mempraktikkan arahan dengan bimbingan fasilitator, yang memberikan koreksi dan saran secara *real-time*. Dilanjutkan dengan **diskusi dan refleksi singkat** untuk menggali kendala serta memberikan solusi yang aplikatif. **Evaluasi sementara** dilakukan untuk menilai perubahan yang terjadi selama coaching dan mencatat area yang masih perlu ditingkatkan. Terakhir, disusun **rencana tindak lanjut (RTL)** berupa langkah konkret yang dapat dilakukan pasca-*coaching*, serta rencana pendampingan lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan CotS pertama dilaksanakan di Kabupaten Pemalang dan Kabupaten Batang. Ada dua KUB yang dikunjungi di Kabupaten Pemalang yaitu KUB Beluk Jaya di Kecamatan Bilik yang memproduksi berbagai olahan buah nanas, lalu KUB Mekar Sari di Kecamatan Taman yang mengolah bawang merah untuk dijadikan bawang goreng kemasan. Selanjutnya ada KUB Lancar Berkah di Kabupaten Batang yang di dalamnya terdapat berbagai jenis produk seperti wedang uwuh, keripik pegagan, keripik tempe, keripik pisang, sale pisang, singkong goreng, dan klanting.

Pada KUB Beluk Jaya, perbaikan yang dilakukan yaitu pada proses produksi termasuk di dalamnya efektivitas penggunaan mesin dan efiseiensi sumber daya manusia.



Gambar 1. Karyawan KUB Beluk Jaya memproduksi Olahan Nanas

Selain modifikasi kemasan untuk peningkatan pemasaran, proses produksi juga menjadi perhatian. Tadinya KUB Beluk Jaya hanya memiliki dua orang saja yang dapat menjalankan produksi. Namun setelah dilakukan pendampingan, bertahap semakin banyak karyawan

walau masih belum ke tahap yang mahir menggunakan mesin, jadi proses produksi masih semi-manual.

Gambar 2. Kemasan Olahan Nanas



yang telah Dimodifikasi

KUB Mekar Sari juga mulai menerapkan modifikasi pada kemasannya untuk meningkatkan estetika juga mempertimbangkan keawetan dari produk. Berikut perubahannya, setelah sebelumnya dilakukan pendampingan dan sesi konsultasi antara pelaku usaha, para karyawan dan konsultan dari kalangan praktisi dan akademisi.



Gambar 3. Pendampingan (CotS) KUB Mekar Sari (Bawang Goreng)



Gambar 4. Kemasan Bawang Goreng yang telah Dimodifikasi

Selanjutnya merupakan salah satu contoh produk di KUB Lancar Berkah Kabupaten Batang yaitu keripik tempe yang dilakukan modifikasi pada kemasan juga pendampingan konsultasi terkait produk.



Gambar 5. Sesi Konsultasi Produk dan Proses Produksi



Gambar 6. Kemasan Keripik Tempe yang telah Dimodifikasi

Gambar 5 menampilkan sesi CotS para ahli bersama pelaku usaha dan beberapa produknya sebelum rilis kemasan yang baru. Pada Gambar 6 terlihat perbedaan desain pengemasan yang signifikan. Hal ini merupakan salah satu hasil CotS pada modifikasi kemasan menjadi lebih menarik untuk dipasarkan.

Kegiatan CotS yang kedua dilaksanakan di Kabupaten Semarang dan Kabupaten Klaten. Ada satu KUB yang dikunjungi di Kabupaten Semarang dengan dua lokasi terpisah

yaitu KUB Kelompok Tani Brongkol dan Kelompok Tani Banyu Biru yang mengolah biji kopi untuk dijadikan kopi kemasan juga café kopi.

Pada dua KUB yang memproduksi kopi, pendampingan dan konsultasi dikhususkan pada pengecekan mesin produksi dan jenis biji kopi yang diolah.



Gambar 7. Pengecekan Mesin Kopi



Gambar 8. Berbagai Biji Kopi hasil Produksi KUB



Gambar 9. Kopi Kemasan sebelum dan sesudah Program Pendampingan

Kegiatan CotS yang ketiga dilaksanakan di Kabupaten Boyolali dan Kota Magelang. Ada satu KUB yang dikunjungi di Kabupaten Boyolali yaitu KUB Forum Brand Lokal yaitu beberapa produsen berbagai jenis produk seperti pizza susu Boyolali, keju susu Boyolali, minuman kekinian, dan sebagainya.



Gambar 10. Sesi CotS “Suboli”

Selanjutnya gambar di bawah ini merupakan kemasan produk yang telah dimodifikasi.



Gambar 11. Olahan Pizza Susu

Selain soal pengemasan, tim juga melakukan *coaching* terkait pemasaran produk dan strategi pengelolaan SDM.



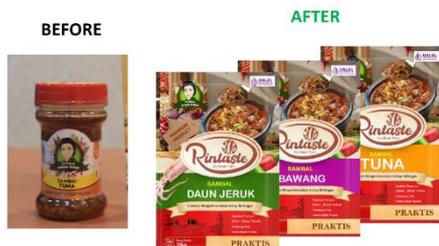
Gambar 12. *Coaching* SDM & Pemasaran

Lalu ada KUB Tidar di Kota Magelang yang mengolah sambal berbagai varian dalam kemasan jar kaca dan keripik mujaer juga keripik ikan lele.



Gambar 14. Tempat Produksi Sambal

Setelah meninjau proses pembuatan sambal serta alat dan bahan yang digunakan, tim pemasaran juga sudah memodifikasi kemasannya menjadi lebih praktis menggunakan *sachet* agar bisa tahan lama walau tanpa bahan pengawet.



Gambar 14. Sambal berbagai Varian

Kegiatan CotS yang selanjutnya dilaksanakan di Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo. Ada satu KUB yang dikunjungi di Kabupaten Temanggung yaitu KUB Bina Mandiri di Kecamatan Bulu yang di dalamnya terdapat produsen yang memproduksi berbagai jenis produk yaitu susu kambing dan beragam kue basah juga kain eco-print. Lalu KUB Tani Bangun Suruhan di Wonosobo yang mengolah keripik salak dan

keripik pisang dengan menggunakan mesin vacuum.

a)



b)



Gambar 13. a) CotS; b)Kemasan Susu Kambing yang telah Dimodifikasi

a)



b)



Gambar 14. a) CotS; b) Kemasan Keripik Salak yang telah Dimodifikasi

Perubahan pada kemasan merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya tarik produk KUB. Kemasan yang lebih menarik dan fungsional dapat memperkuat persepsi konsumen terhadap kualitas produk, yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian yang menyatakan bahwa kemasan yang tepat dapat membedakan produk di pasar yang kompetitif dan menciptakan persepsi positif tentang kualitas produk (Hendrayati & Manihuruk, 2020; Juyantari et al., 2021; Purnavita et al., 2018).

Pembaruan kemasan ini memungkinkan produk KUB untuk lebih mudah bersaing di pasar, karena kemasan yang baik mampu menciptakan diferensiasi dan menarik perhatian konsumen yang lebih luas. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif harus mendukung perubahan kemasan tersebut. Pemasaran yang terarah, melalui saluran distribusi yang efisien dan komunikasi yang tepat kepada konsumen, dapat memperluas jangkauan produk KUB (Sinuhaji & Ibrahim, 2024). Penggunaan pemasaran digital dan e-commerce juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam mengenalkan produk dengan kemasan baru ke pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun global (Prasetyo, 2020).

Selain itu, di masa mendatang, melakukan pendampingan khusus mengenai *Standard Operating Procedure* (SOP), memperkuat dan

memperbaiki SOP serta pengelolaan SDM agar lebih terstruktur dan berkelanjutan merupakan saran pengabdian selanjutnya, guna memastikan kualitas produk dan proses produksi tetap terjaga seiring dengan perkembangan usaha KUB (Husda, 2019; Irawan et al., 2021; Subarjo et al., 2023).

Setelah pendampingan, kemampuan mitra meningkat dalam hal produksi higienis, perbaikan kemasan, pencatatan keuangan sederhana, dan pemahaman proses perizinan. Hasilnya, mitra mulai menyiapkan legalitas usaha dan siap memasarkan produk secara lebih luas, termasuk melalui platform digital. Program ini dirancang berkelanjutan melalui penguatan jejaring antar-KUB dan akses ke pembinaan lanjutan, dengan tujuan akhir membentuk unit usaha mikro yang mandiri, legal, dan berdaya saing tinggi.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan daya saing Kelompok Usaha Bersama (KUB) melalui penerapan metode *Coaching on the Spot* (CotS). Melalui pendekatan langsung yang dilakukan dalam waktu empat hari, tim akademisi dan praktisi dapat mengidentifikasi dan memberikan solusi atas masalah produksi dan pemasaran yang dihadapi KUB. Interaksi intensif, diskusi kelompok, dan praktik lapangan memungkinkan

anggota KUB memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

Selain itu, program ini memperkuat kolaborasi antara akademisi dan masyarakat, menciptakan sistem pembelajaran partisipatif yang berkelanjutan. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan anggota KUB dalam mengelola produksi dan pemasaran, serta menunjukkan efektivitas CotS dalam mempercepat pemecahan masalah dan membangun fondasi usaha mikro berbasis komunitas yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, D. (2023). Pengembangan Industri Baru Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Calory Journal : Medical Laboratory Journal*, 1(4), 160–173.
<https://doi.org/10.57213/caloryjournal.v1i4.140>
- Budijati, S. M., Astuti, F. H., & Jatiningrum, W. S. (2022). *Pendampingan Implementasi Strategi Bisnis UPJ Kunir Jalak SMK Muhammadiyah 1 Moyudan untuk Peningkatan Daya Saing*.
- Dwicahyani, A. R., & Muttaqin, B. I. A. (2020). Peningkatan Produktivitas IKM melalui Perbaikan Keseimbangan Lintasan Produksi (Studi Kasus: IKM Mebel di Solo). *Jurnal SENOPATI*, 2(1), 51–57.
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi dalam Mendukung UMKM: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, dan Ekspansi Pasar. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668.
- Hendrayati, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain Kemasan dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Unggulan UKM Cilodong Berkarya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212–220.
- Husda, N. E. (2019). Pembimbingan Pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) pada Usaha Batu Bata di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 1(3), 14–20.
<https://doi.org/10.33884/jpb.v1i3.1365>
- Irawan, A., Umam, A., & As'ad, M. (2021). Kegiatan Pendampingan dalam Penyusunan Standar Operasional Prosedur Pelayanan Publik dalam Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung, November (XLI) I*, 35–44.
- Juminawati, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri

- Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(01), 1–10.
- Julyantari, N. K. S., Purnama, I. G. A. V., Bagiarta, I. G. N. N., Pertama, P. P. G. P., & Liandana, M. (2021). Implementasi Website untuk Media Pemasaran Online dan Perbaikan Kemasan Produk. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 26–33. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.134>
- Panjaitan, A., Silalahi, R. V., & Putra, F. P. (2020). Perbaikan Proses Produksi dan Kualitas Produk Kembang Goyang di UMKM Ibu Supiyah. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 229–236. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.956>
- Prasetyo, R. (2020). Peran Pemerintah Daerah dalam Akselerasi Transformasi Digital Industri Kecil dan Menengah. *IPTEK-KOM*, 22(1), 59–75. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.22.1.2020.59-75>
- Purnavita, S., Yoseph Sriyana, H., & Widiastuti, T. (2018). Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 88–97. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>
- Rastuti, U., Purwanto, Yunanto, A., Sutarmin, Fajriyah, B. S. R., Alriski, M. F. N., Saputra, D., & Safitri, F. I. (2024). Pelatihan Manajemen dan Hibah Alat Huller sebagai Upaya Meningkatkan Produktivitas dan Kapasitas Greenbean pada KUB Lulumpang Kec. Salem Kab. Brebes. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(10), 4295–4300.
- Reza, M., Rohayati, Y., & Wulandari, S. (2015). Perbaikan Proses Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah Nutrity Menggunakan Metode Business Process Improvement. *EProceedings of Engineering*, 2(2), 4361–4366. <http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/1868>
- Sarwoto, S., Wahyudi, L., Suyono, J., Risgiyanti, R., & Sarjiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Pelaku Usaha Kuliner Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Karanganyar. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(2), 89–96.

- <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i2.778>
- Setiawan, H., Kurniawan, B., Mutaqin, A. I. S., & Ferdinant, P. F. (2022). Identifikasi kebutuhan dan peluang pengembangan teknologi pada industri kecil menengah. *Journal of Systems Engineering and Management*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.36055/joseam.v1i1.17483>
- Sinuhaji, T. N. R., & Ibrahim, H. (2024). Tantangan Pengembangan Jaringan Pasokan Global Bagi Usaha Kecil, Mikro Dan Menengah (UMKM). *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 227–232. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i2.1826>
- Subarjo, A. H., Hermawan S., D., Nugroho, F., Sudarmanto, S., Mulyani, S., & Gunawan, G. (2023). Pengenalan Pentingnya dan Manfaat Standar Operasional Prosedur bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan Secara Online. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 6(02), 122–129. <https://doi.org/10.36456/penamas.vol6.no02.a6570>
- Sundari, A. S., Jwalita, Y. H., Rimantho, D., & Hidayah, N. Y. (2021). Strategi Perbaikan Produksi Kemeja di UMKM Konveksi. *Universitas Sahid Jakarta*, 3(1), 18–27.
- Suparmanto, N., Fitrihana, N., & Grahita Prisca Brilianti, dan. (2025). Analisis Pemenuhan TKDN Produk Pada Industri Kreatif Sektor Fesyen, Kuliner, dan Kerajinan DI Yogyakarta. *Manajemen IKM*, 20(1), 45–54. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Syamsuadi, A., Hartati, S., Trisnawati, L., & Arisandi, D. (2020). Strategi Kebijakan Pengembangan Sagu Berbasis Sentra Industri Kecil Menengah (IKM). *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(2), 114. <https://doi.org/10.33474/jisop.v2i2.6666>
- Wibowati, J. I., & Nasrullah. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada Usaha Kerajinan Tangan (Handicraft) di Sentra Produksi Rumah Tangga Kota Palembang. *Ekonomia*, 11(2), 9–19. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian kepada Masyarakat “Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas”* (U. S. Hidayatun, Ed.; 1st ed.). Yayasan Putra Adi Dharma.