Jurnal Ilmiah Pangabdhi

Volume 11 No 1 April 2025
https://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi
ISSN: 2477-6289

Percepatan Pemulihan Ekonomi Desa Melalui Pendampingan Pengembangan Produk dan Digitalisasi Produk UMKM

Rohmawan Adi Pratama[1*], Arbelia Mutiara[1], Annisa Nuur A[1], Asyraf Akhdan[1], Dodi Yudha[1]
Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jalan Kolonel Sutarto Nomor 150 Jebres Surakarta 57126 Jawa Tengah
*adi.pratama117@staff.uns.ac.id
DOI: https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v11i1.27591
Naskah 2 Oktober 2024, Revisi 14 April 2024, Terbit 30 April 2025

Abstrak

Desa Pucangan memiliki banyak potensi sumber daya alam dan manusia yang dapat dimanfaatkan, salah satunya produk UMKM berupa emping melinjo, kerupuk, dan usaha mebel. Namun dalam kenyataannya potensi tersebut belum dikembangkan secara optimal, karena belum tahu bagaimana melaksanakan *digital marketing* dengan potensi yang ada di Desa Pucangan tersebut. Kami dapat membantu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di Desa Pucangan sebagai pengabdian untuk perkembangan ekonomi khususnya UMKM sekitar, di era digitalisasi ini pengoptimalan pemasaran melalui digital marketing sangat penting agar dapat meningkatkan perekonomian dengan lebih cepat dan efisien. Pelatihan ini bermanfaat untuk memahami pasar digital marketing yang mempunyai potensi bahwa pengembangan perekonomian akan meningkat. Tujuan adanya kegiatan ini adalah untuk memberdayakan masyarakat desa dengan adanya sumber daya manusia yang dapat membimbing masyarakat untuk menjadikan lebih berkembang dan dapat mengembangkan sumber daya alam agar digunakan dengan lebih efisien dan menghasilkan produk yang memiliki nilai di masyarakat dengan adanya digitalisasi sehingga masyarakat lebih mengetahui pasar dengan lingkup yang lebih luas bagi para umkm khususnya masyarakat desa. Peningkatan produksi dan pemasaran produk di Desa Pucangan yang terjalinnya kemitraan antara Desa Pucangan dan Universitas Sebelas Maret dapat mewujudkan perekonomian yang lebih terbuka terhadap dunia digital khususnya memahami produksi dan pemasaran yang akan meningkatkan produktivitas UMKM.

Kata Kunci : Desa Pucangan, emping, UMKM, digital marketing, legalitas

Abstract

Pucangan Village has many potential natural and human resources that can be utilized, one of which is MSME products in the form of emping melinjo, crackers, and furniture businesses. But in reality, this potential has not been optimally developed because it does not know how to carry out digital marketing with the potential that exists in Pucangan Village. We can help by utilizing the resources in Pucangan Village as a dedication to economic development, especially surrounding MSMEs. In this digitalization era, marketing optimization through digital marketing is very important in order to improve the economy more quickly and efficiently. This training is useful to understand the digital marketing market, which has the potential to increase economic development. The purpose of this activity is to empower rural communities with human resources that can guide the community to become more developed, develop natural resources to be used more efficiently, and produce products that have value in the community with digitalization so that people know more about the market with a wider scope for MSMEs, especially rural communities. Increasing production and marketing of products in Pucangan Village with the establishment of a partnership between Pucangan Village and Sebelas Maret University can create an economy that is more open to the digital world, especially understanding production and marketing that will increase MSME productivity.

***Key words** : Pucangan village, Emping, MSMEs, digital marketing, legality*

PENDAHULUAN

Pembangunan desa merupakan kekuatan dasar dari suatu negara. Pembangunan yang merata merupakan program prioritas dari pemerintah yang telah disesuaikan dengan hukum serta regulasi sebagai perwujudan semangat untuk melindungi hak konstitusi, untuk kesejahteraan seluruh masyarakat Indonesia. Desa Pucangan memiliki potensi UMKM berupa emping melinjo, kerupuk, dan usaha mebel. Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) bertujuan untuk menciptakan integrasi menuju sistem modernisasi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Desa Pucangan secara komprehensif.

Wujud keikutsertaan dan peran aktif masyarakat untuk membangun desa menjadi desa dengan perekonomi kreatif. Sinergi antara motivasi desa sasaran dengan tujuan pelaksanaan program oleh tim P2MD Universitas Sebelas Maret kemudian diwujudkan dalam skema program yang diharapkan juga dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Pucangan adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Desa Pucangan berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Klaten (Anwar, 2017). Desa ini berjarak kurang lebih 15 KM dari Universitas Sebelas Maret. Oleh sebab itu dapat dikatakan Desa Pucangan merupakan desa yang paling pojok bagian barat di Kabupaten Sukoharjo. Total jumlah penduduk Desa Pucangan 13.842 jiwa. Menurut hasil observasi di lapangan dan wawancara dari perangkat desa diperoleh presentase 80% masyarakat tidak menguasai teknologi informasi, dan baru sekitar 20% masyarakat yang paham akan teknologi informasi.

Selama ini pemasaran yang dilakukan pelaku UMKM masih secara konvensional dengan penjualan mulut ke mulut dan penjualan secara langsung. Selain itu organisasi kemasyarakatan PKK di Desa Pucangan belum dilibatkan secara optimal dalam pemulihan percepatan ekonomi desa. Dengan adanya kondisi tersebut dan adanya dukungan dari pemerintah desa, kelompok P2MD HMPS MPD memikirkan cara akan permasalahan tersebut supaya menjadikan masyarakat Desa Pucangan yang aktif untuk membangun Desa Pucangan menjadi desa yang dengan memiliki ekonomi kreatif, dan menaikkan jumlah omset penjualan serta menjadikan emping melinjo sebagai makanan khas Desa Pucangan.

Digital marketing atau pemasaran melalui e-commerce memiliki banyak manfaat terhadap industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memperluas peluang perusahaan di pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi , meningkatkan citra perusahaan, mempercepat proses, dan meningkatkan produktivitas karyawan (Rahayu & Day, 2017). Salah satu tugas sebagai anggota civitas akademika dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, tim Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) HMPS MPD terpanggil untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi di desa tersebut. Dengan adanya latar belakang tersebut, tim P2MD HMPS MPD tertarik untuk turut serta berperan aktif dalam mengupayakan pengembangan potensi tersebut melalui penyuluhan dan pelatihan pemasaran produk yang menyeluruh dari mulai pengembangan dan pengemasan produk yang menarik hingga penjualan melalui platform digital disertai *workshop digital marketing* yang akan diisi oleh pemateri yang kompeten agar industri yang ada di Desa Pucangan dapat berkembang dan mampu bersaing seiring dengan perkembangan zaman.

METODE

Kegiatan Program Pemberdayaan Masyarakat desa dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Sosialisasi dan pelatihan yaitu mensosialisasikan program P2MD dengan cara mengkomunasikan program pemberdayaan masyarakat yang telah disusun berupa *workshop* untuk penyuluhan dan pelatihan pemasaran digitalisasi produk UMKM supaya dapat memperluas jangkauan penjualan ke daerah luar.
2. Penggalian dan observasi dengan melakukan penggalian dan observasi untuk mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki Desa Pucangan untuk dikembangkan sumber daya alam dan manusia yang ada. Dengan cara melalui survei dan wawancara agar mendapatkan data secara langsung untuk selanjutnya dapat dikelola sebagai bahan evaluasi, sehingga dapat menciptakan program yang sesuai dengan solusi permasalahan yang ada.
3. Pengadaan alat dan bahan dalam pemanfaatan SDA yaitu dengan memberikan sosialisasi untuk masyarakat desa pucangan agar dapat memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh desa tersebut guna menunjang keberlangsungan ekonomi dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada, selain itu pengadaan alat dan bahan guna melaksanakan pemanfaatan SDA yang nantinya menjadi sumber pendapatan Desa Pucangan.
4. Monitoring dan evaluasi, dengan memantau hasil penyuluhan dan pelatihan yang telah dilakukan serta mencari beberapa kendala yang terjadi selama waktu yang telah berjalan, dan dilakukan evaluasi untuk memperbaiki kesalahan yang ditemukan saat pelaksanaan evaluasi tersebut.
5. Penilaian kemajuan pada pelaksanaan kegiatan, mengelola hasil evaluasi kegiatan penyuluhan dan pelatihan dengan menitikberatkan pada aspek penilaian sebagai acuan terhadap kemajuan dari pelaksanaan program desa binaan kedepannya. Dengan demikian dari pernyataan tersebut dapat

diketahui tingkat keberhasilan pelaksanaan program dan dapat digunakan untuk menjadi tolak ukur pelaksanaan yang dilakukan pada program selanjutnya.

Tabel 1. Tahap Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Indikator
1	Identifikasi kendala dan kebutuhan pelaku UMKM	Mengidentifikasi kendala dan kebutuhan guna memberikan program yang benar-benar dibutuhkan pelaku UMKM, sehingga kendala yang dihadapi dapat teratasi
2	Pengembangan Inovasi dan teknologi yang tepat	Digital marketing, legalitas Usaha, Branding Produk
3	Expo Desa Binaan	Peningkatan penjualan dan *brand awareness* produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survei menunjukkan Desa Pucangan adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Desa ini berjarak kurang lebih 15 KM dari Universitas Sebelas Maret. Dengan total penduduk 13.842 jiwa, menurut hasil observasi lapangan sekitar 80% penduduk yang menjalankan UMKM di Desa Pucangan belum menguasai teknologi digital, hanya sekitar 20% masyarakat yang memahami teknologi digital. Selain itu, organisasi kemasyarakatan di Desa Pucangan belum dilibatkan secara optimal dalam pemulihan percepatan ekonomi desa.

Teknologi atau inovasi yang dikembangkan dalam program ini yaitu penerapan digital marketing atau pemasaran melalui e-commerce memiliki banyak manfaat terhadap industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memperluas peluang perusahaan di pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi, meningkatkan citra perusahaan, mempercepat proses, dan meningkatkan produktivitas karyawan. Berawal dari pengurusan dokumen perizinan legalitas bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Pucangan. Pendataan dan pendaftaran dilakukan dengan koordinasi langsung dengan pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sukoharjo.

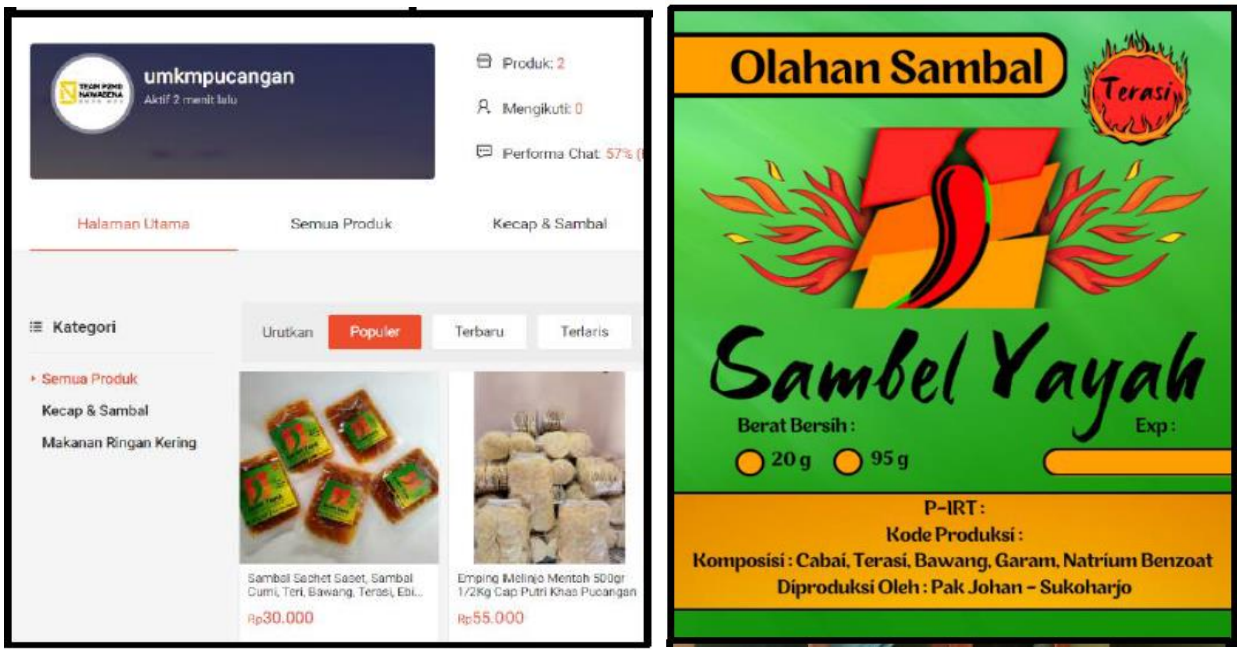
Kemudian, dilaksanakan workshop dan pelatihan terkait branding dari produk hasil usaha para pelaku UMKM Desa Pucangan. Branding dilakukan dengan pembuatan logo atau label produk usaha, MMT dan X Banner sebagai identitas usaha UMKM, pemasaran dan penjualan melalui platform online. Platform online yang sudah digunakan sejauh ini, yaitu WhatssApp Business dan Shopee. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya akan menggunakan platform online yang lainnya.

Proses Identifikasi dan Kendala Pelaku UMKM

Proses mengidentifikasi kendala yang ada pada UMKM dan kebutuhan para pelaku UMKM di Desa Pucangan serta potensi berkembangnya UMKM dilakukan dengan metode *door to door* yaitu mendatangi langsung. Hasil identifikasi menunjukkan 48% pelaku UMKM belum mengoptimalisasi branding produk, 32% pelaku UMKM kurang mengikuti perkembangan digital marketing, dan 20% pelaku UMKM di Desa Pucangan belum ada perizinan salah satunya Nomor induk Berusaha, PIRT, Sertifikasi Halal, dan lain sebagainya.

Peningkatan Peluag Usaha dan Peningkatan penjualan Melalui Expo Desa Binaan

Dalam meningkatkan peluang usaha, meningkatkan penjualan, pada Program Binaan Desa Pucangan telah dilaksanakan Expo Desa Binaan pada Jum'at-Sabtu, 1-2 September 2023 di lingkungan Rektorat Universitas Sebelas Maret. Beberapa produk UMKM yang dipamerkan antara lain emping, usus crispy, keripik paru, dan sambal. Kegiatan ini bekerja sama langsung dengan pihak Bina Desa Center Universitas Sebelas Maret. Kemudian pada tanggal 18 September 2023 kami juga mengikuti stand UMKM pada acara EXPORT UNS 2023 yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Manajemen Perdagangan di Balai Kota Surakarta dengan sistem penjualan konsinyasi. Hasil pelaksanaan Expo mampu meningkatkan penjualan produk. Selain itu, program ini meningkatkan *brand awareness* produk UMKM Desa Pucangan.



Gambar 1. Digitalisasi Produk UMKM Desa Pucangan

Workshop Digitalisasi Produk, Branding dan Whatsapp Business

Program Worshop terkait Digitalisasi Produk, Branding dan Whatsapp Business mampu menambah ilmu bagi para UMKM dan dapat memulihkan ekonomi yang sempat terhambat oleh pandemi Covid-19, serta melebarkan jangkauan pasar para UMKM dengan ecommerce yang sudah tersedia bagi para UMKM di Desa Pucangan. Pelaksanaan digitalisasi produk mampu membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi secara operasional, dan dengan adanya digitalisasi mampu menganalisis data guna memahami tren memprediksi perilaku konsumen, serta meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan. Selain itu, digitalisasi membantu pelaku UMKM untuk menjangkau akses pasar yang lebih luas. Melalui workshop digitalisasi, pengurangan dalam penggunaan sumber daya fisik dapat mendukung inisiatif ramah lingkungan secara berkelanjutan

Workshop branding produk telah membantu pelaku UMKM di Desa Pucangan dalam memahami, mengembangkan, dan memperkuat identitas serta citra produk di pasar. Didukung dengan pelaksanaan Expo, mampu membangun kesadaran merek (*brand awareness*), membantu merumuskan elemen-elemen identitas merek seperti logo, warna, tagline, dan gaya komunikasi yang konsisten (Aaker, 2015). Identitas ini harus mencerminkan nilai, misi, dan keunikan produk atau layanan. Selain itu, branding mampu mengembangkan strategi komunikasi yang jelas dan konsisten di berbagai saluran pemasaran, baik online maupun offline, untuk memastikan pesan merek sampai dengan tepat (Oman, 2023).

Inovasi dan penggunaan whatsapp business bagi pelaku UMKM memberikan solusi komunikasi yang lebih efektif dan terstruktur. Salah satunya fitur otomatisasi dan respons cepat ketika ada pesanan di luar jam kerja, hal ini sangat membantu memberikan fast respon kepada pelanggan. Tersedianya katalog produk dan pengelolaan label bagi kontak pelanggan sehingga mempermudah pemantauan status interaksi dengan pelanggan dan mengelola banyak percakapan secara efektif (Maulidan, 2023).

Pelaksanaan Program Legalitas Usaha

Program selanjutnya yang telah dilaksanakan adalah program pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan dengan mendatangi pelaku UMKM dan melakukan pendaftaran melalui OSS. Setelah terdaftar, kemudian hardfile NIB diberikan kepada para pelaku UMKM. Realitanya di Desa Pucangan belum pernah ada pendataan NIB dan masih minim pemahaman, sehingga kami melakukan koordinasi lanjutan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sukoharjo untuk pelaksanaan program NIB kami di Desa Pucangan.

Gambar 2. Implementasi Legalitas Usaha

Bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Sukoharjo terkait langkah-langkah mendaftar PIRT. Dengan adanya legalitas UMKM, Tim P2MD berharap dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap usaha UMKM dan semakin bertambah keuntungan yang didapatkan setelah pendaftaran legalitas. Hasil pendampingan langsung ke para UMKM, Pendampingan dilakukan Tim P2MD sejak bulan agustus setelah pengumuman. Pendampingan ini berupa peninjauan dan pemantauan produksi UMKM, kemudian dilakukan juga pemasaran beberapa produk UMKM oleh Tim P2MD. Selain itu, kami juga mendaftarkan beberapa produk UMKM ke platform online, yaitu WhatsApp Business dan Shopee, Selama melakukan pendampingan kami terus berhubungan dengan kepala desa terkait dengan kelanjutan program kami. Dan juga pelatihan WhatsApp Business yang akan membantu para UMKM untuk membuka pasar online melalui pelatihan WhatsApp Business dan workshop terkait branding yang berguna bagi para pelaku UMKM untuk menambah daya tarik para konsumen.

Indikator Keberhasilan Program

Efektivitas produksi dan pemasaran produk UMKM melalui penyuluhan dan pelatihan yang telah dimonitoring selama kegiatan berlangsung oleh tim pelaksana dan pendataan kehadiran. Evaluasi dilaksanakan melalui keberhasilan pelaku usaha dalam mengimplementasikan efektivitas produksi dan pemasaran produk di era digital. Para pelaku UMKM lebih bersemangat untuk bisa lebih mengembangkan usahanya, dimana hal ini terlihat melalui salah satu wawancara bahwasanya pelatihan dan penyuluhan yang telah dilakukan mampu membantu para UMKM untuk go digital dan naik kelas.

Branding dan digitalisasi produk dimonitoring dengan mencatat progres pelaku UMKM dalam membangun identitas produk seperti logo dan kemasan. Peserta pelatihan didampingi pada proses identifikasi produk dan hasilnya didokumentasikan sebagai bukti keberhasilan program. Harapan dari pelaksanaan program ini bahwa branding produk dapat dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan. Penerapan pemulihan ekonomi melalui pemasaran digital dilakukan dengan memonitor sejauh mana pelaku usaha megakses dan menggunakan platform digital seperti markerplace, media dosial, atau aplikasi jualan online. Pendampingan dilakukan mulai pembuatan akun, mengunggah produk, serta cara melayani dan berinteraksi dengan pelanggan. Keberhasilan dapat dilihat dari meningkatnya penjualan setelah optimalisasi penggunaan watsapp bisnis, terjadinya perluasan jangkauan pasar melalui marketplace shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tim Program Pemberdayaan Masyarakat Desa Himpunan Mahasiswa Manajemen Perdagangan, Universitas Sebelas Maret, telah melaksanakan program kerja untuk memajukan dan memberdayakan UMKM di Desa Pucangan. Dengan mengadakan survei dan FGD, mengikuti expo, serta workshop yang diselenggarakan di Kantor Desa Pucangan. Tim P2MD berhasil mengidentifikasi kendala, meningkatkan keterampilan, dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Legalitas UMKM juga didapatkan dengan mendaftarkan NIB dan PIRT. Selain kegiatan-kegiatan tersebut Tim P2MD juga melaksanakan pengabdian desa dengan ikut serta mengisi data SDGS penduduk, rapat musyawarah perencanaan pembangunan desa, dan mengikuti pengajian rutinan sebagai media untuk lebih mengenal masyarakat Desa Pucangan. Selain

itu program telah sukses dalam publikasi melalui media sosial, artikel, dan video profil. Kolaborasi dengan EXPORT divisi media mendukung program ini secara efektif.

Setelah melihat beberapa permasalahan yang di lapangan, maka kami menyarankan beberapa hal demi perkembangan kedepan yang lebih baik: (1) Meluaskan kolaborasi UMKM dengan cara kerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan bersama UMKM seperti pemerintahan daerah, lembaga pendidikan, dan perusahaan swasta yang berpotensi meningkatkan dukungan. Pendampingan Pengembangan Produk dan Digitalisasi Produk UMKM di Desa Pucangan serta publikasi di media cetak dan online di suaramerdeka.com terkait pelaksanaan program P2MD MPD UNS; (2). Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap produksi barang UMKM 3. Meningkatkan marketing dengan mengikuti ekspo-ekspo UMKM yang diselenggarakan pemerintah maupun kampus yang ada, sebagai media promosi produk.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (2015). *Aaker on Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Adi Fahrudin, P. D. (2001). *Pemberdayaan Partisipasi & Penguatan Kapasitas Masyarakat.* Bandung: Humaniora.

Agustinus, M. (2019, Mei 6). *Finance.detik*. Diambil kembali dari Manfaat Pelaku UKM Punya Izin Usaha (Online): https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3085080/ini-manfaat-pelaku-ukm-punya-izin-usaha

Anwar, S. (2017). Wajah IAIN Surakarta di Mata Masyarakat Pucangan. *Vol. 2, Nomor 2, Juli - Desember 2017*, ISSN: 2527-8118 (p); 2527-8126 (e) LP2M IAIN Surakarta.

Daniel, M. D. (2008). *PRA: Pendekatan Efektif Mendukung Penerapan Penyuluhan Partisipatif dalam Upaya Percepatan Pembangunan Pertanian.* Jakarta: Bumi Aksara.

Day, R. a. (2017). E-commerce adoption by SMEs in Developing countries: Evidence from Indonesia. . *Businees Economics Eurasian Business Review.* , DOI:10.1007/S40821-016-0044-6. Corpus ID: 15653065.

Gultom, A. W. (2021). Peningkatan Pemahaman Pengurusan Legalitas Usaha Bagi Umkm Dimasa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) 5(4).* .

Hanggana, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan dan Pemasaran Digital Pada BumDes Blubukan Gemilang.

Kusmanto, H. &. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 320– 327.

Kusmanto, H. W. (2019). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Ikatan Makanan Olahan (IMO) Dalam Upaya Legalitas Usaha. *Unri Conference Series: Community Engagement 1*, doi: 10.31258/unricsce.1.

Lansing, P. d. (2007). Sustainable tourism : ethical alternative or marketing ploy? *Journal of Business Ethics*, 72:77-85 .

Maulidan M., (2023). Analisis Kesuksesan Aplikasi Whatsapp Business terhadap Pelaku Usaha UMKM dengan Menggunakan Pendekatan Human Organization Technology Fit (Hot Fit) Model (Studi Kasus : UMKM di Kabupaten Purwakarta). *Jurnal Informatika Teknologi dan sains (Jinteks)*, 5(3): 477-482.

Maydiantoro, A. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. (PKM) 4(6):1530-1539 DOI:10.33024/jkpm.v4i6.5293.

Muslim, A. (2012). *Dasar- dasar Pengembangan Masyarakat.* Yogyakarta: Samudera Baru.

Novie Astuti Setianingsih, W. K. (2021). Pengembangan Manajemen Dan Legalitas Usaha Olahan ‘Sambal Kacang’ Khas Kediri. *Jurnal SOLMA* , 10(3). doi: 10.22236/solma.v10i3.6950. .

Oman, M. (2023). Mengukuhkan Identitas Bisnis Melalui Personal Branding: Stratrgi Kunci Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Universitas Islam Negri Walisongo, Semarang*.

Pike, S. (2005). Tourism destination branding complexity. *The Journal of Product and Brand Management*, 14/4: 258 – 259 .

Sasangko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit.* Kementerian Keuangan Republik Indonesia: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Sumarmi W, d. (2023). Pelatihan Legalitas Data Usaha Berbasis Digital dalam Peningkatan UMKM Desa Duyung Trawas Mojokerto.

Suwandi. (t.thn.). Perizinan Usaha UMKM, Buletin Peraturan di Bidang Koperasi dan UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM. . Indonesia: Kementerian Koperasi dan UKM. .

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah . (2008). Dalam R. Indonesia. Jakarta: Sekretariat Negara.

Warjio, H. K. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Yulia Kurnia Firdausia, d. (2021). Kelangsungan Usaha Melalui Legalitas Ijin Usaha Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Distrik Kedamean - Gresik. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat 2(1).*, doi: 10.36456/ekobisabdimas.2.1.3917.