

## Penyuluhan Tentang Pengelolaan Bisnis Pada UMKM di Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Irma Setyawati <sup>1,\*</sup>, Dyah Handayani Dewi <sup>1</sup>, Bela Amalia <sup>1</sup>, Shalsyadila Safira Sekarani <sup>1</sup>,  
Fadilla Nur Azizah <sup>1</sup>, Rifky Dharmawan <sup>1</sup>, Abdul Fathir Ramadhan <sup>1</sup>, Dwiningtyas Rinaldi <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Nasional; e-mail: [irmasetyawati@civitas.unas.ac.id](mailto:irmasetyawati@civitas.unas.ac.id),  
[dyahhandayanidewi@gmail.com](mailto:dyahhandayanidewi@gmail.com), [blamlia02@gmail.com](mailto:blamlia02@gmail.com), [shalsyadilasf@gmail.com](mailto:shalsyadilasf@gmail.com),  
[fadillana20@gmail.com](mailto:fadillana20@gmail.com), [rifky210602@gmail.com](mailto:rifky210602@gmail.com),  
[abulfathir44@gmail.com](mailto:abulfathir44@gmail.com), [dtyas735@gmail.com](mailto:dtyas735@gmail.com)

\* Korespondensi: e-mail: [irmasetyawati@civitas.unas.ac.id](mailto:irmasetyawati@civitas.unas.ac.id)

Submitted: 28/04/2023; Revised: 21/11/2023; Accepted: 26/11/2023; Published: 30/01/2024

---

### Abstract

*The purpose of community service activities in Kalikidang Village is to provide counseling to MSMEs about business management so that MSMEs are able to become pillars of the Indonesian economy, contribute to the GRDP of Banyumas Regency and are able to absorb labor. This community service activity uses counseling methods to present material from resource persons to the audience, in addition, the practice of creating branding and marketplaces to increase online sales and marketing is carried out. The service activity is said to be successful, because it can increase knowledge and understanding of branding and marketplace around 80% of MSME actors in Kalikidang Village. The MSME actors of Kalikidang Village were very enthusiastic in listening to the explanations from the resource persons, and gave a positive response to student assistance. Thus, MSME players have a strong desire to create branding with the aim of increasing sales through online marketing. To increase the knowledge and understanding of MSME actors about branding and marketplaces, the Village Head and his staff should need to increase soft skills activities to increase the understanding and skills of MSME actors in managing their business will later help MSMEs in entering the world of competition, both nationally and globally.*

**Keywords:** *Branding, Business management, Kalikidang, Marketplace, MSMEs*

### Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kalikidang untuk memberikan penyuluhan kepada UMKM tentang pengelolaan bisnis sehingga UMKM mampu menjadi pilar ekonomi Indonesia, menyumbang terhadap PDRB Kabupaten Banyumas serta mampu menyerap tenaga kerja. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode penyuluhan untuk memaparkan materi dari narasumber kepada *audience*, di samping itu dilakukan praktek membuat branding dan marketplace untuk peningkatan penjualan dan pemasaran *online*. Kegiatan pengabdian dikatakan berhasil, karena dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang branding dan marketplace sekitar 80% dari pelaku UMKM Desa Kalikidang. Para pelaku UMKM sangat antusias dalam mendengarkan penjelasan dari narasumber, dan memberikan respon yang positif atas bantuan mahasiswa. Dengan demikian mereka mempunyai keinginan yang kuat untuk membuat *branding* dengan tujuan meningkatkan penjualan melalui pemasaran online. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM tentang branding dan marketplace, seyogyanya Kepala Desa dan jajarannya perlu memperbanyak kegiatan yang pengelolaan bisnisnya nantinya akan membantu UMKM dalam memasuki dunia persaingan, baik nasional maupun global.

**Kata kunci:** *Branding, Pengelolaan bisnis, Kalikidang, Marketplace, UMKM*

Available Online at <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/Jabdimas>

## 1. Pendahuluan

Pengelolaan bisnis merupakan upaya pengaturan menyeluruh untuk menjalankan usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan. Manajemen bisnis dibutuhkan dalam rangka tercapainya tujuan usaha bisnis baik dari aspek profit maupun tujuan lain yang ditetapkan pihak pengelola bisnis (Setyawati, Suroso, et al., 2018).

Sebuah proses pengaturan diperlukan agar sebuah usaha tidak sembarangan, mampu melakukan perencanaan, target-target yang diinginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan risiko usaha bisnis. Sebuah langkah profesional sebelum merancang sebuah manajemen bisnis biasanya dilakukan dengan membuat rancangan global sebuah bisnis (*business plan*) (Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, 2020; Sholeh & Yusuf, 2020; Fil'a et al., 2020).

*Business plan* menyangkut bagaimana manajemen bisnis serta perencanaannya dari berbagai aspek, di antaranya adalah manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen finansial dan sebagainya (Turgunpulatovich, 2022). Melalui sebuah bisnis yang mantap, biasanya sebuah usaha akan meyakinkan untuk dikelola secara maksimal (Setyawati, Purnomo, et al., 2018; Meini et al., 2018). Bentuk usaha bisnis dengan skala kecil pun diperlukan sebuah upaya manajemen bisnis yang baik, hanya berbeda pada ukuran skala serta pengerjaannya yang lebih sederhana dan bisa dikerjakan rangkap oleh satu atau dua orang dari pengelola bisnis tersebut (Scarborough & Zimmerer, 2011; Vizcaíno et al., 2023).

Provinsi Jawa Tengah, Indonesia terdiri atas 29 kabupaten dan 6 kota. Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten di wilayah Propinsi Jawa Tengah, dengan ibu kotanya Kota Purwokerto, kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Brebes di utara Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara, dan Kabupaten Kebumen di timur, serta Kabupaten Cilacap di sebelah selatan dan barat. Gunung Slamet. Kabupaten Banyumas bagian dari wilayah budaya Banyumasan, yang berkembang di bagian barat Jawa Tengah. Bahasa yang dituturkan adalah *Banyumasan*, ragam tertua bahasa Jawa yang cukup berbeda dengan dialek standar bahasa Jawa ("dialek Mataraman"). Gambar 1 menunjukkan daftar kecamatan di Kabupaten Banyumas.



Sumber: Profil Kabupaten Banyumas (2023)

Gambar 1. Kecamatan di Kabupaten Banyumas

Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyumas tahun 2021 telah tumbuh sebesar 4 persen setelah sebelumnya pada tahun 2020 capaian pertumbuhan ekonomi Banyumas hanya -1,65 persen. Di mana nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku sebesar 56,92 Trilyun dan PDRB per kapita sebesar 31,81 juta per kapita per tahun.

Sektor konstruksi menjadi sektor dengan laju pertumbuhan ekonomi tertinggi sebesar 7,62 persen disusul oleh sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 6,06 persen dan pengadaan listrik dan gas sebesar 5,74 persen. Di sisi lain, tiga sektor yang memberikan kontribusi tertinggi dalam pembentukan PDRB Kabupaten Banyumas tahun 2021 adalah sector industri pengolahan sebesar 25,56 persen, perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 15,50 persen serta sector konstruksi sebesar 13,49 persen.

Dalam analisis SWOT terhadap PDRB Kabupaten Banyumas dengan batas garis yakni pertumbuhan dan kontribusi, sektor yang termasuk ke dalam kategori sektor prima (kontribusi tinggi dan pertumbuhan cepat) pada tahun 2021 yakni sektor pertambangan dan penggalian, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, real estate, administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, jasa pendidikan, jasa kesehatan dan kegiatan sosial dan jasa lainnya, sektor yang masuk dalam kategori sektor potensial (kontribusi tinggi dan pertumbuhan lambat) yakni sektor pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang, transportasi dan pergudangan, penyediaan akomodasi dan makan minum, informasi dan komunikasi, jasa keuangan dan asuransi.

Kemudian sektor yang masuk dalam kategori sektor berkembang (kontribusi rendah dan pertumbuhan cepat) yakni sektor pertanian, kehutanan dan perikanan dan industri pengolahan, sektor yang masuk dalam kategori terbelakang (kontribusi rendah dan pertumbuhan lambat) yakni sektor pengadaan listrik dan gas serta jasa perusahaan).

Permasalahan di Kabupaten Banyumas pada umumnya dan Desa Kalikidang pada khususnya adalah diperlukannya penyuluhan untuk menambah wawasan masyarakat tentang pengelolaan bisnis yang baik, karena daerah tersebut dimungkinkannya membangkitkan sektor UMKM terkait dengan wisata alam yang terkenal, Baturaden dan makanan khas daerah tersebut, Sroto Sokaraja dan Getuk Goreng. Sektor perdagangan besar dan ritel merupakan penyumbang terbesar dari PDRB Kabupaten Banyumas. Dengan demikian perdagangan di sektor ritel terutama dapat dikembangkan. Masyarakat pedagang ritel, UMKM perlu memperoleh pembekalan baik teori dan praktek menjadi pebisnis yang unggul dan profesional, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan.

Dari penjelasan tersebut, maka sektor perdagangan besar dan eceran dirasa mampu untuk menyumbang PDRB terbesar di Kabupaten Banyumas. Oleh karena itulah sangat tepat jika tim PkM FEB Universitas Nasional melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kalikidang untuk memberikan penyuluhan tentang pengelolaan bisnis yang lebih baik.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kalikidang untuk memberikan penyuluhan kepada UMKM tentang pengelolaan bisnis sehingga UMKM mampu menjadi pilar

ekonomi Indonesia, menyumbang terhadap PDRB Kabupaten Banyumas serta mampu menyerap tenaga kerja.

## **2. Metode Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 23 – 25 Januari 2023. Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan, wawancara dan ceramah/penyuluhan (Meini & Setyawati, 2021). Indikator keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman UMKM Desa Kalikidang dalam mengelola bisnis (Khasanah et al., 2022). Untuk itu Tim PKM Universitas Nasional melakukan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur tingkat pemahaman UMKM terhadap materi yang disampaikan. Hasil *pre-test* dan *post-test* dapat dijadikan *feed-back* untuk evaluasi dan perbaikan di masa mendatang.

Sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan, Tim PKM Universitas Nasional membuat perencanaan terlebih dahulu. Kegiatan perencanaan dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan para pelaku UMKM Desa Kalikidang dan kemudian membuat perencanaan tentang apa yang harus dilakukan untuk pemecahan masalah disertai solusi dari permasalahan yang ada. Identifikasi permasalahan dilakukan dengan metode wawancara ke Kepala Desa dan Pamong Desa melalui sambungan seluler. Dengan melakukan wawancara diharapkan permasalahan pelaku UMKM di Desa Kalikidang dapat teridentifikasi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat bermanfaat dan tepat sasaran. Dari wawancara dengan Kepala Desa dan Pamong Desa dapat diidentifikasi bahwa permasalahan utama UMKM Desa Kalikidang adalah belum mempunyai pengetahuan yang cukup tentang pengelolaan bisnis, sehingga memerlukan pendampingan dalam pengelolaan bisnis mereka. Setelah ditemukan permasalahan, dengan persetujuan Kepala Desa Kalikidang, Tim PKM Universitas Nasional merencanakan pertemuan dengan pelaku UMKM di Desa Kalikidang untuk memberikan pelatihan/penyuluhan. Indikator keberhasilan, dari, kegiatan, pengabdian, kepada, masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan bisnis. Sebagai tindak lanjut dari program ini, Tim PKM Universitas Nasional melakukan komunikasi secara rutin ke para pelaku UMKM minimal 1 (satu) kali dalam satu bulan untuk memonitor perkembangan para pelaku UMM dalam mengelola bisnisnya.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1. Realisasi Kegiatan**

Pada hari pertama kegiatan PKM dilakukan peninjauan di lokasi-lokasi UMKM di Desa Kalikidang. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengenal lebih dekat usaha UMKM, untuk lebih mengetahui kelebihan dan kelemahan dari usaha yang telah dilakukan. Gambar 2 menunjukkan kunjungan Tim PkM FEB Universitas Nasional ke pelaku UMKM.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 2. Kunjungan Pengrajin Tahu

Pada hari kedua, dilakukan kegiatan penyuluhan tentang pengelolaan bisnis diselenggarakan di aula Desa Kalikidang. Peserta penyuluhan sekitar 25 orang sektor UMKM di Desa Kalikidang, di samping itu dihadiri pula oleh Kepala Desa dan para Pamong Desa.

Tim PKM Universitas Nasional melakukan pre-test dan post-test bagi pelaku UMKM untuk mengukur pengetahuan pengelolaan bisnis sebelum dan setelah diberikan pelatihan. Tujuan dilakukannya pre-test dan post-test kepada para pelaku UMKM Desa Kalikidang untuk mengetahui perubahan pengetahuan sebelum dan setelah dilaksanakan pelatihan tersebut. Di samping itu juga akan mengukur keberhasilan narasumber dalam memberikan pemahaman terhadap materi pelatihan. Hasil pre-test dan post-test para pelaku UMKM di Desa Kalikidang disajikan pada tabel 1.

Berdasarkan tabel 1, bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang pengelolaan bisnis rata-rata sebesar 17%, dengan peningkatan terbesar adalah 40% (Ibu Daryani) dan terkecil adalah 0% (Ibu Rianti dan Ibu Puput). Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber dapat diterima dengan baik dan dapat dipahami.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* Dan *Post-Test* Bagi Para Pelaku UMKM di Desa Kalikidang

No	Nama Pelaku UMKM	Jenis UMKM	Pre-test	Post-test	Soal	Prestasi Kemajuan		
1	Kaisah	Pakaian	9	13	15	60%	87%	27%
2	Nur TS	Pakaian	11	14	15	73%	93%	20%
3	Fika Eka	Makanan	10	14	15	67%	93%	27%
4	Widi	Makanan	13	13	15	87%	87%	0%

No	Nama Pelaku UMKM	Jenis UMKM	Pre-test	Post-test	Soal	Prestasi Kemajuan		
5	Prhames Yulia	Makanan	11	12	15	73%	80%	7%
6	Puput	Makanan	13	13	15	87%	87%	0%
7	Titin Sumarni	Pakaian	14	15	15	93%	100%	7%
8	Khamin Rizki	Makanan	13	15	15	87%	100%	13%
9	Hasto Triwibowo	Makanan	13	15	15	87%	100%	13%
10	Niken Sukesti	Makanan	14	15	15	93%	100%	7%
11	Endra Alif	Makanan	11	13	15	73%	87%	13%
12	Anisa Purbaningrum	Makanan	10	13	15	67%	87%	20%
13	Wiwi Sukesti	Makanan	10	12	15	67%	80%	13%
14	Septiyaningsih	Makanan	9	13	15	60%	87%	27%
15	Eli	Makanan	8	13	15	53%	87%	33%
16	Jumirah	Makanan	8	13	15	53%	87%	33%
17	Feri Irianti	Makanan	12	16	15	80%	107%	27%
18	Denis Nugraha	Makanan	10	12	15	67%	80%	13%
19	Utiningsih	Sayuran	7	12	15	47%	80%	33%
20	Daryani	Herbal / Madu	8	14	15	53%	93%	40%
21	Kusmini	Makanan	10	13	15	67%	87%	20%
22	Lamini	Makanan	13	14	15	87%	93%	7%
23	Khoyrul Ikhwan	Makanan	13	15	15	87%	100%	13%
24	Suyanti	Makanan	12	14	15	80%	93%	13%
25	Rianti	Makanan	14	14	15	93%	93%	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)

Sebelum masuk ke acara inti tim pelaksana melakukan kegiatan *briefing*, kegiatan ini bertujuan untuk menginformasikan kembali peranan yang menjadi tanggung jawab dari tiap personil tim. Dokumentasi kegiatan *briefing* sebelum pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 5.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 5. *Briefing* Sebelum Pelaksanaan Kegiatan

Materi pertama disampaikan oleh Ibu Dr. Irma Setyawati, S. E., M.M dengan dibantu oleh tim mahasiswa dengan tema *Branding* pada Produk UMKM. Materi kedua, disampaikan oleh Ibu Dyah Handayani Dewi, SE, M.M dan dibantu oleh tim mahasiswa dengan tema *Market Place* untuk Produk UMKM. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang pengelolaan bisnis di Desa Kalikidang diabadikan dalam gambar 3.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Dosen FEB Universitas Nasional

Tim dalam pelaksanaan kegiatan ini selain melibatkan dosen juga melibatkan kontribusi mahasiswa untuk aktif berkegiatan langsung dengan masyarakat. Gambar 4 merupakan dokumentasi dari tim pelaksana kegiatan yang melibatkan peranan dosen dan mahasiswa.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 4. Tim Mahasiswa Yang Terlibat Dalam kegiatan PKM

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini memerlukan peranan kontribusi secara langsung selama kegiatan berlangsung, salah satunya mitra berpartisipasi selama kegiatan pelatihan

dipaparkan oleh narasumber. Gambar 5 menunjukkan gambaran kondisi ketika peserta pelatihan menyimak materi yang dipaparkan oleh narasumber.



Sumber: Hasil Kegiatan (2023)

Gambar 6. Peserta UMKM di Desa Kalikidang

### 3.2. Pembahasan

Materi pertama disampaikan oleh ibu Dr. Irma Setyawati, SE, M.M tentang *Branding* pada Produk UMKM. Materi ini membahas tentang kegiatan memberikan nama, merk, logo, slogan, atau hal lainnya yang memberikan identitas pada produk yang dijual, sehingga menjadikannya berbeda dengan produk milik pesaing. Tujuan melakukan *branding* adalah untuk mengendalikan pasar, membentuk citra, sebagai pembeda dengan produk lain dan sebagai sarana promosi. Manfaat dari *branding* adalah memberikan daya tarik tersendiri, membedakan antara satu produk dengan produk yang lainnya, mendapatkan loyalitas pelanggan, mendapatkan harga jual yang tinggi dan kesempatan dalam melakukan perbedaan produk.

Target yang dicapai dari materi ini adalah pelaku UMKM mampu membuat *branding* atas produknya, menjelaskan maksud dari *branding* yang dibuat; menguraikan dan menjelaskan kelebihan branding yang dibuat dibandingkan dengan branding produk pesaing yang sejenis.

Materi kedua disampaikan oleh ibu tentang *Marketplace* untuk Produk UMKM. Materi ini membahas tentang sebuah *platform* dengan peran sebagai pihak ketiga, disebut juga sebagai perantara penjual dan pembeli dalam melakukan proses jual-beli. Jenisnya terbagi menjadi dua, *marketplace* murni dan konsinyasi. Contoh *marketplace* terbesar di dunia adalah Amazon, Alibaba dan Ebay. Marketplace mulai banyak digunakan semenjak adanya Covid – 19, di mana interaksi antar sesama dihindari supaya penyebaran virus dapat dieliminasi. Para penjual yang biasanya memasarkan produk di pasar riil, beralih dengan memasarkan produknya di marketplace, sehingga meniadakan jarak dan tempat untuk melakukan transaksi dan produk lebih luas jangkauan pemasarannya. Setelah Covid – 19 dinyatakan berakhir, penjualan produk melalui *marketplace*-pun tetap dilakukan. Dalam kesempatan ini, *platform* yang diinformasikan

adalah Gobiz dan Tokopedia, para pelaku UMKM dibantu oleh tim mahasiswa untuk dapat membuat *platform* untuk bisnis mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dikatakan cukup berhasil, dilihat dari antusiasme para *audience* saat mendengar penjelasan dari narasumber. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh hasil post-test, di mana 80% pelaku UMKM mengalami penambahan pengetahuan dari materi yang disampaikan oleh narasumber. Pertanyaan tentang branding dan marketplace cukup banyak. Dalam hal *branding*, pelaku UMKM masih belum memahami pentingnya *branding*, setelah diberikan contoh perusahaan yang sukses dalam melakukan branding, dapat membuat *audience* dapat memahaminya. Demikian halnya dengan *marketplace*, pelaku UMKM biasanya hanya menggunakan *whatsapp* untuk memasarkan produknya. Dengan diberikan pengetahuan tentang *marketplace*, maka pelaku UMKM mempunyai alternatif lain dalam memasarkan produknya dan yang terpenting pelaku UMKM menjadi tidak gptek lagi. Kepala Desa dan para pamong desapun menyadari bahwa kegiatan pelatihan dan penyuluhan semacam ini meningkatkan *soft skill* bagi masyarakat desanya yang nantinya akan membantu para UMKM dalam memasuki dunia persaingan, baik nasional maupun global.

#### **4. Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bagi pelaku UMKM Desa Kalikidang Kabupaten Banyumas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM belum memahami tentang branding dan cara pemasaran melalui marketplace. Dengan diberikannya penyuluhan, 80% pelaku UMKM Desa Kalikidang mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang branding dan marketplace. Para pelaku UMKM Desa Kalikidang sangat antusias dalam mendengarkan penjelasan dari narasumber, dan memberikan respon yang positif atas bantuan mahasiswa dalam membuat branding ataupun marketplace. Dengan demikian para pelaku UMKM mempunyai keinginan yang kuat untuk membuat branding atau atas produk yang dihasilkannya dengan tujuan meningkatkan penjualan melalui pemasaran online. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM tentang *branding* dan marketing, seyogyanya Kepala Desa dan jajarannya perlu memperbanyak kegiatan yang sifatnya *softskill* untuk meningkatkan pemahaman dan ketrampilan pelaku UMKM dalam pengelolaan bisnisnya nantinya akan membantu UMKM dalam memasuki dunia persaingan, baik nasional maupun global.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor, Dekan dan Wadek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional beserta jajarannya atas dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendanaan stimulus melalui Surat Keputusan Rektor Universitas Nasional Nomor: 100 Tahun 2023 Tentang Penetapan

Bantuan Stimulus Pengabdian kepada Masyarakat Bagi Dosen Universitas Nasional Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 Tanggal 31 Maret 2023.

#### Daftar Pustaka

- Fil'a, M., Levicky, M., Mura, L., Maros, M., & Korenkova, M. (2020). Innovations for Business Management: Motivation and Barriers. *Marketing and Management of Innovations*, 6718(4), 266–278. <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.4-22>
- Khasanah, F. N., Untari, D. T., Perdhana, T. S., Sukreni, T., & Nurmanto, D. (2022). Pengoptimalan Penggunaan Marketplace Dalam Kegiatan Pendampingan Sumber Daya Manusia Pada UMKM Sabun Cair di Tambun Selatan Bekasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 5(2), 177–184. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v5i2.1480>
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2020). *Small business management: Launching & growing entrepreneurial ventures*. Cengage Learning.
- Meini, Z., Safuan, S., Dewo, S. A., & Diyanti, V. (2018). Business cycles and earnings persistence: evidence from the ASEAN-5 countries. *International Journal of Economics and Management*, 12(November), 105–118.
- Meini, Z., & Setyawati, I. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi Syariah Mandiri Sejahtera, Depok, Jawa Barat. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3), 448–455. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.6549>
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2011). Effective Small Business Management. *Facilities*, 53(6 Suppl), S28-31.
- Setyawati, I., Purnomo, A., Irawan, D. E., Tamyiz, M., & Sutiksno, D. U. (2018). A visual trend of literature on ecopreneurship research overviewed within the last two decades. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4), 1–7.
- Setyawati, I., Suroso, S., Rambe, D., Damayanty, P., & Lestari, T. S. (2018). Upaya Peningkatan Pengelolaan Koperasi Simpan Pinjam Pada Sekolah Menengah Umum Di Kecamatan Jagakarsa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v1i1.238>
- Sholeh, M., & Yusuf, M. (2020). Dampak Positif Kegiatan Program Pengembangan Kewirausahaan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Minat Kewirausahaan bagi Mahasiswa. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 132–138. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i2.2563>
- Turgunpulatovich, A. O. (2022). the Concept of Forming the Competitiveness of Small Business Entities and Its Essence. *ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW*, 11(07), 11.
- Vizcaíno, F. V., Martin, S. L., & Jaramillo, F. (2023). The role of i-deals negotiated by small business managers in job satisfaction and firm performance: Do company ethics matter? *Journal of Business Research*, 158.