

Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Diversifikasi Produk Pada Studi Kasus UMKM Kemplang Desa Pulau Harapan

Improving Business Quality Through Product Diversification in a Case Study of Kemplang MSMEs in Pulau Harapan Village

Asti Eka Sulistyani¹, Fauziah Afriyani², Lili Syafitri³

Universitas Indo Global Mandiri^{1,2,3}

^a2022510042@students.uigm.ac.id

Abstract

Pulau Harapan Village is one of the villages in Sembawa District that has a variety of MSME products, one of which is Kemplang Tunu. Based on a previous study conducted by the KKN team in Pulau Harapan Village with the Manager of the Kemplang Tunu Maju Bersama MSME, it can be concluded that the partner's problem is a lack of insight in business development, namely in terms of product diversification. The data collection method used is descriptive qualitative through interviews, observation, and documentation. The data analysis methods used in this study are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that there is an increase in understanding of the Kemplang Tunu Maju Bersama MSME actors regarding the importance of product diversification as a strategy to improve business quality. The Kemplang MSME of Pulau Harapan Village has succeeded in developing several new product variants based on the same raw materials used as the previous product. The manufacturing technology also uses traditional methods, namely by steaming. Product variants produced include Kemplang and Soft Crackers. Product sizes range from small to medium

Keywords: Product diversification; Kemplang, UMKM

Abstrak

Desa Pulau Harapan merupakan salah satu desa di Kecamatan Sembawa yang memiliki beraneka ragam produk UMKM salah satunya adalah Kemplang Tunu(. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan sebelumnya oleh tim KKN di Desa Pulau Harapan dengan Pengelola UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama, dapat disimpulkan (Wida Yustika 1*, Rizky Azura 2, Fadia Anisa 3, Enia Fadila Sitakar 4 & Rahmadiansyah Purba 5, 2018). Permasalahan mitra adalah kurangnya wawasan dalam pengembangan bisnis yaitu dalam hal diversifikasi produk. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama terhadap pentingnya diversifikasi produk sebagai strategi peningkatan kualitas usaha. UMKM Kemplang Desa Pulau Harapan berhasil mengembangkan beberapa varian produk baru berbasis bahan baku yang sama digunakan dengan produk sebelumnya. Teknologi pembuatan pun menggunakan cara yang tradisional yaitu dengan cara dikukus. Varian produk yang diproduksi antara lain Kemplang dan Kerupuk Lembut. Ukuran produk dimulai dari ukuran kecil hingga sedang.

Kata Kunci: Diversifikasi produk; Kemplang; UMKM

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional. UMKM bukan hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah, terutama pada sektor

informal yang berbasis masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM memiliki kedudukan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena mampu menjadi wadah produktif yang mengoptimalkan potensi sumber daya lokal (Romy Nugraha et al., 2025). Dalam konteks pembangunan ekonomi kerakyatan, UMKM menjadi instrumen yang dapat menjembatani masyarakat untuk berdaya saing, meningkatkan pendapatan, serta mewujudkan kemandirian ekonomi.

Di Indonesia, mayoritas UMKM tumbuh di sektor usaha berbasis lokal seperti pertanian, perikanan, dan pengolahan makanan. Keberadaan UMKM tersebut membantu masyarakat dalam mengembangkan potensi wilayah sekaligus meningkatkan taraf hidup. Hal ini sejalan dengan pendapat (Indiarto et al., 2025) yang menyatakan bahwa UMKM bukan hanya sekadar sarana peningkatan ekonomi, melainkan juga menjadi jalan bagi masyarakat untuk mengenali dan mengelola sumber daya lokal secara mandiri. Salah satu contoh UMKM berbasis produk lokal dapat ditemukan di Desa Pulau Harapan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), desa ini memiliki jumlah penduduk sekitar 7.750 jiwa, dengan mayoritas usia produktif yang didominasi keluarga petani dan pelaku usaha kecil. Kondisi demografis ini menjadi potensi besar dalam mengembangkan UMKM sebagai sektor andalan perekonomian desa.

Salah satu UMKM yang cukup dikenal di Desa Pulau Harapan adalah UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama yang dibentuk oleh UP2K PKK Desa Pulau Harapan. UMKM ini bergerak dalam bidang pengolahan makanan khas daerah berupa kemplang, yakni kerupuk ikan bakar yang menjadi identitas kuliner Palembang dan sekitarnya. Namun, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, UMKM ini masih dihadapkan pada permasalahan yang cukup krusial, salah satunya adalah kurangnya variasi dalam produk yang ditawarkan. Selama ini jenis produk yang dipasarkan cenderung monoton dan terbatas pada satu atau dua bentuk olahan saja. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen kurang memiliki banyak pilihan sehingga minat beli berpotensi menurun. Di era persaingan usaha yang semakin ketat, keterbatasan inovasi produk dapat menjadi hambatan besar karena konsumen cenderung mencari sesuatu yang unik, berbeda, dan mampu memenuhi selera yang beragam. Jika UMKM tidak segera melakukan diversifikasi produk, maka akan sulit untuk meningkatkan nilai jual, memperluas pasar, maupun mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kurangnya keberagaman produk bukan hanya menurunkan daya tarik di mata konsumen, tetapi juga membatasi peluang pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Akibatnya, UMKM sulit bersaing dengan produsen lain yang sudah menghadirkan variasi produk dengan tampilan lebih modern dan inovatif. Kondisi ini tentu menjadi tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas konsumen sekaligus menarik pasar yang lebih luas (Febriyanrti et al., 2022).

Untuk menjawab tantangan tersebut, diversifikasi produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM. Diversifikasi dapat dilakukan dengan menghadirkan produk baru maupun mengembangkan variasi dari produk yang telah ada, baik dari segi ukuran, bentuk, rasa, maupun kemasan. Strategi ini bertujuan agar konsumen tidak merasa bosan, memiliki lebih banyak pilihan, dan pada akhirnya meningkatkan nilai jual produk (Rohman et al., 2025). Inovasi dalam bentuk diversifikasi produk merupakan salah satu strategi penting yang dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk memperluas pasar sekaligus memperkuat daya saing. Diversifikasi tidak hanya berfungsi untuk menghadirkan variasi produk baru, melainkan juga sebagai upaya adaptif terhadap perubahan selera konsumen dan

dinamika pasar yang semakin kompetitif. Menurut Kotler & Keller (2016), diversifikasi produk memungkinkan suatu usaha untuk mengurangi risiko bisnis karena tidak hanya bergantung pada satu jenis produk, sehingga ketika terjadi fluktuasi permintaan, perusahaan tetap memiliki sumber pendapatan lain. Hal ini sangat relevan bagi UMKM Kemplang Tunu *Maju Bersama* yang selama ini masih mengandalkan produk kemplang tradisional dengan variasi terbatas ((Alinsari, 2020). Dengan adanya inovasi diversifikasi, UMKM Kemplang Tunu *Maju Bersama* diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan daya tarik produk, serta memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitar yang terlibat dalam proses produksinya. Melalui upaya tersebut, keberlanjutan UMKM dapat lebih terjamin, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal Desa Pulau Harapan agar lebih mandiri dan berdaya saing di tingkat regional maupun nasional.

2. Metode

1. Observasi Lapangan

Tahap awal dilakukan observasi langsung ke lokasi UMKM Kemplang Tunu *Maju Bersama* di Desa Pulau Harapan. Observasi bertujuan untuk mengetahui kondisi riil usaha, mulai dari proses produksi, alat yang digunakan, kualitas bahan baku, variasi produk, hingga strategi pemasaran yang telah dijalankan. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam merumuskan permasalahan utama, yaitu keterbatasan inovasi dan minimnya diversifikasi produk (INDRIYATI, 2020).



Gambar 1. Observasi dan Wawancara Langsung

2. Wawancara dan Diskusi

Setelah observasi, dilakukan wawancara mendalam serta diskusi kelompok dengan pemilik UMKM dan anggota UP2K PKK Desa Pulau Harapan. Tujuan tahap ini adalah untuk menggali informasi mengenai kendala yang dihadapi, kebutuhan dalam pengembangan usaha, serta harapan masyarakat terhadap keberlangsungan UMKM. Proses ini membantu menemukan solusi yang tepat, sesuai dengan potensi lokal dan kemampuan mitra dalam mengelola usaha (Silalahi et al., 2025).

3. Perencanaan Program Diversifikasi Produk

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tim KKN menyusun rencana kegiatan yang difokuskan pada inovasi produk kemplang. Diversifikasi

dilakukan dengan menciptakan variasi dari segi ukuran, bentuk, rasa, dan kemasan. Perencanaan ini disusun bersama mitra agar program yang dijalankan sesuai dengan kapasitas produksi dan memiliki peluang besar untuk diterima konsumen.

4. Pelaksanaan Kegiatan dan Pendampingan

Pada tahap ini, dilakukan pendampingan langsung kepada UMKM berupa pelatihan pembuatan variasi produk, uji coba rasa baru, serta pengenalan teknik pengemasan yang lebih modern dan menarik. Selain itu, tim KKN juga membantu memperkenalkan strategi pemasaran sederhana berbasis lokal maupun melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan seluruh anggota UMKM agar keterampilan yang diperoleh dapat terus diterapkan secara mandiri.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Interaktif

5. Evaluasi dan Monitoring

Tahap akhir adalah melakukan evaluasi terhadap hasil pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan dengan menilai kualitas produk baru, daya tarik kemasan, respon konsumen, serta potensi pemasaran. Monitoring dilakukan secara berkala selama kegiatan KKN berlangsung untuk memastikan keberlanjutan program dan memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha di masa mendatang. Dengan evaluasi dan monitoring ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan kualitas produknya sekaligus memperluas pasar sehingga dapat bersaing di tingkat lokal maupun regional (Dian Rahmawati et al., 2024).

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

1. Hasil Observasi

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama masih menghadapi tantangan yang cukup serius dalam mengembangkan produknya. Saat ini, variasi produk yang dihasilkan masih sangat terbatas, yaitu hanya berupa satu jenis bentuk dan rasa. Hal ini membuat konsumen tidak memiliki banyak pilihan, sehingga berpotensi

menurunkan minat beli. Dalam dunia usaha yang terus berkembang, keberagaman produk menjadi salah satu kunci penting untuk menarik perhatian pasar. Konsumen modern cenderung mencari sesuatu yang berbeda, baik dari sisi rasa, tampilan, maupun nilai tambah yang ditawarkan. Misalnya, sebagian konsumen menyukai rasa klasik yang gurih, tetapi ada juga yang tertarik dengan sensasi pedas, manis pedas, hingga kombinasi rasa kekinian seperti keju, barbeque, atau rumput laut. Dengan menghadirkan variasi rasa tersebut, produk kemplang tidak hanya mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga mampu menarik konsumen baru dengan preferensi yang lebih beragam.

Selain rasa, inovasi bentuk juga dapat menjadi daya tarik tersendiri. Saat ini kemplang umumnya berbentuk bulat pipih dengan ukuran standar, namun peluang inovasi masih terbuka luas. Misalnya, kemplang bisa dibuat dalam ukuran mini sebagai camilan ringan yang lebih praktis, atau bahkan berbentuk stik panjang yang lebih mudah dikonsumsi anak-anak. Variasi bentuk ini juga dapat memperluas segmen pasar, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, karena setiap kelompok usia memiliki preferensi yang berbeda. Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah aspek pengemasan. Saat ini, produk kemplang masih menggunakan plastik polos sederhana tanpa label merek, logo, maupun informasi yang lengkap. Kemasan seperti ini cenderung terlihat kurang menarik dan membuat produk sulit bersaing dengan merek lain yang sudah lebih modern. Padahal, kemasan berfungsi bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai identitas dan alat promosi (Purnomo et al., 2024). Dengan desain kemasan yang menarik, konsumen akan lebih mudah mengenali merek dan menumbuhkan kepercayaan terhadap kualitas produk.

Sebagai contoh, UMKM dapat mulai beralih menggunakan kemasan standing pouch dengan zip lock yang lebih praktis dan higienis. Pada bagian depan kemasan, bisa ditambahkan desain label merek dengan logo khas, informasi gizi, komposisi bahan, serta izin edar dari dinas terkait. Warna kemasan juga bisa disesuaikan dengan varian rasa, misalnya merah untuk rasa pedas, hijau untuk rasa rumput laut, atau kuning keemasan untuk rasa original. Dengan cara ini, konsumen tidak hanya membeli karena rasa, tetapi juga karena daya tarik visual dan kepercayaan terhadap kualitas produk. Jika langkah-langkah inovasi ini diterapkan, UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama berpeluang meningkatkan daya saing sekaligus memperluas jangkauan pasar. Diversifikasi produk melalui variasi rasa dan bentuk, ditambah dengan kemasan modern yang menarik, akan menjadi strategi penting untuk mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

2. Pelaksanaan Diversifikasi Produk

Melalui pendampingan tim KKN, UMKM mulai mengembangkan produk baru dengan diversifikasi pada ukuran (mini, sedang, besar), bentuk (bulat pipih, oval, mini), dan varian rasa (original dan pedas). Selain itu, dilakukan perbaikan pada kemasan dengan penggunaan plastik tebal, label merek, dan desain yang lebih menarik.



Gambar 3. Proses Penjemuran Kemplang Tunu

3. Respon Konsumen

Produk hasil diversifikasi mendapatkan respon positif dari konsumen. Kemplang ukuran mini dinilai lebih praktis untuk dikonsumsi, sedangkan varian rasa pedas menambah daya tarik bagi konsumen yang menyukai cita rasa berbeda. Kemasan baru juga menambah kesan higienis dan meningkatkan nilai jual produk.

4. Dampak Ekonomi

Dengan adanya diversifikasi produk, UMKM mengalami peningkatan peluang pemasaran. Produk tidak hanya dipasarkan di sekitar Desa Pulau Harapan, tetapi juga mulai diminati sebagai oleh-oleh khas daerah. Hal ini berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan membuka lapangan kerja tambahan bagi masyarakat sekitar.

Pembahasan

1. Pentingnya Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan adanya variasi bentuk, ukuran, dan rasa, produk kemplang menjadi lebih beragam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan (Oktavyan Dwi Irianto & Fatchur Rozci, 2023). Hal ini mampu mengurangi kebosanan konsumen serta memperluas segmen pasar.

2. Peran Kemasan dalam Menambah Nilai Produk

Kemasan baru yang lebih menarik memberikan nilai tambah bagi produk kemplang. Kemasan bukan hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga sebagai identitas dan citra merek (Soeharjoto et al., 2022). Dengan adanya label dan desain modern, produk terlihat lebih profesional dan layak bersaing dengan produk sejenis di pasar regional.

3. Respon Positif Konsumen

Respon konsumen yang baik terhadap variasi ukuran dan rasa menunjukkan bahwa inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar. Kemplang mini dianggap praktis, sementara varian pedas mampu menarik konsumen yang menginginkan cita rasa berbeda (Wahyiah et al., 2023). Respon ini menegaskan bahwa diversifikasi mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Dampak Ekonomi terhadap UMKM dan Masyarakat

Diversifikasi produk tidak hanya meningkatkan kualitas usaha, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap ekonomi lokal. Peningkatan permintaan membuka peluang pemasaran lebih luas, menambah pendapatan pelaku usaha, serta menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Hal ini mendukung terciptanya kemandirian ekonomi desa melalui penguatan UMKM lokal (Nyoman et al., 2023).

4. Simpulan

Kegiatan KKN di Desa Pulau Harapan menunjukkan bahwa UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama masih menghadapi permasalahan utama pada keterbatasan variasi produk dan kemasan yang kurang menarik. Melalui program diversifikasi, UMKM berhasil mengembangkan variasi ukuran, bentuk, rasa, serta memperbaiki kemasan sehingga lebih modern dan higienis. Inovasi ini mendapatkan respon positif dari konsumen, terutama pada kemplang mini dan varian rasa pedas yang dianggap lebih praktis dan inovatif. Dampaknya terlihat pada peningkatan kualitas, nilai jual produk, serta peluang pemasaran yang lebih luas, sehingga turut memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat sekitar.

Agar keberlanjutan program dapat terjaga, UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama disarankan untuk terus berinovasi secara konsisten dalam pengembangan produk agar mampu bersaing di pasar lokal maupun regional. Selain itu, strategi pemasaran perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan media digital agar jangkauan pasar semakin luas. Pemerintah desa dan instansi terkait juga diharapkan memberikan dukungan berkelanjutan berupa pelatihan, permodalan, maupun pendampingan usaha sehingga UMKM dapat berkembang lebih mandiri dan memiliki daya saing tinggi.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UP2K PKK Desa Pulau Harapan selaku mitra UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama yang telah memberikan kesempatan, kerjasama, dan partisipasi aktif dalam pelaksanaan program KKN ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah Desa Pulau Harapan yang telah mendukung penuh kegiatan, serta dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pelaksanaan program. Tidak lupa penulis juga menyampaikan apresiasi kepada masyarakat Desa Pulau Harapan yang telah berperan aktif dan memberikan dukungan moral maupun material dalam mendukung keberhasilan kegiatan KKN. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi UMKM Kemplang Tunu Maju Bersama serta menjadi langkah awal untuk pengembangan usaha yang lebih berdaya saing di masa mendatang.

6. Daftar Pustaka

Febriyanrti, D., Rifqi Pasca Very Dwi Pani, & Kardiyono. (2022). PENINGKATAN PRODUKSI DAN PENGETAHUAN DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN PALA: PEMANFAATAN TEKNOLOGI, STRATEGI PEMASARAN, SERTA PELAPORAN KEUANGAN USAHA MIKRO. 73. <https://repository.pertanian.go.id/server/api/core/bitstreams/dad771b5-01db-4fed-98ca-b5850ffa78c6/content>

- Indiarto, R., Subroto, E., Multazami, A. A., & Ferdiansyah, M. (2025). Diversifikasi Produk Umkm Kue Soes Melalui Pelatihan Pembuatan Roti Dan Kue Untuk Peningkatan Daya Saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(2), 1824. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i2.30104>
- Nyoman, N., Novarini, A., Kadek, I., Javantal, M., Made, I., & Artadinata, B. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Pembudidayaan Jamur Melalui Digital Marketing Di Desa Kekeeran. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 392–395.
- Oktavyan Dwi Irianto, & Fatchur Rozci. (2023). Diversifikasi Logo Dan Kemasan Produk Sebagai Strategi Branding UMKM Kerupuk Rengginang Kaisar. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 82–91. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i2.746>
- Rohman, H., Nurlaili, M., & Sari, S. A. P. (2025). Peningkatan Kualitas Usaha melalui Diversifikasi Produk dan Pengembangan Kemasan Studi Kasus UMKM Rengginang Desa Pendarungan. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 46–54. <https://doi.org/10.62734/ipm.v1i2.394>
- Romy Nugraha, Sumartan, Suriadi, Haswandi, & Jumahida. (2025). Penguatan UMKM Gula Aren Desa Maddenra Melalui Product diversification dan digital marketing. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(1), 61–69. <https://doi.org/10.36982/jam.v9i1.4924>
- Soeharjoto, Susy Muchtar, Ellyana Amran, Debbie Aryani Tribudhi, Nirdukita Ratnawati, & Rinaldi Rustam. (2022). Diversifikasi Produk dan Pemasaran Digital untuk meningkatkan Penjualan Warung Nasi Uduk Bu De Mus Pada Masa Pandemi COVID-19. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(9), 2179–2186. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i9.1255>
- Wahyiah, I. R., Rahayu, L. F., Saepudin, E. A., Arasid, M. I., Arifin, S., Kusuma, T. B. A. W., & Simarmata, J. A. (2023). Penyuluhan Umkm Dengan Metode Diversifikasi Pada Produk Makanan Olahan Dengan Penambahan Varian Rasa Baru Dan Desain Produk Di Desa Tanjung Sari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 3(4), 357–369. <https://doi.org/10.53067/icjcs.v3i4.147>
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(Desember), 256–268.
- Dian Rahmawati, I., Sumarno, S., & Komala Sari, D. (2024). Digitalisasi Umkm dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 33–41. <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.720>
- INDRIYATI, N. (2020). PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM BATIK DI KABUPATEN TEGAL. *EKONOMI DAN BISNIS*, 21(1), 1–9. <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Purnomo, S., Setiyani, R., Duta, U., & Surakarta, B. (2024). *ANALISIS PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UNTUK PENDAHULUAN Wonogiri secara etimologis berasal dari dua kata yakni “wono” yang memiliki arti hutan dan “giri” yang memiliki arti gunung (Chairunnisa & Darmawan, 2024)*. Hal ini menunjukkan potensi kekayaan. 165–176.
- Silalahi, H., Silalahi, D., Tarigan, M., & Barus, B. (2025). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Dlam Mendukung Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(2), 588–593.

- <https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2464>
- Wida Yustika 1*, Rizky Azura 2, Fadia Anisa 3, Enia Fadila Sitakar 4, M. A., & Rahmadiansyah Purba 5, F. H. 6. (2018). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran UMKM Produk di Pulo Brayan Bengkulu. *Jurnal Riset Manajemen, Volume* 3,(1), 43. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/186602/PPAU0156-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttp://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://www.scielo.br/pdf/rae/v45n1/v45n1a08%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j>
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 01*(Desember), 256–268.
- Dian Rahmawati, I., Sumarno, S., & Komala Sari, D. (2024). Digitalisasi Umkm dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4*(1), 33–41. <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.720>
- INDRIYATI, N. (2020). PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM BATIK DI KABUPATEN TEGAL. *EKONOMI DAN BISNIS, 21*(1), 1–9. <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Purnomo, S., Setiyani, R., Duta, U., & Surakarta, B. (2024). *ANALISIS PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UNTUK PENDAHULUAN Wonogiri secara etimologis berasal dari dua kata yakni “wono” yang memiliki arti hutan dan “giri” yang memiliki arti gunung (Chairunnisa & Darmawan, 2024)*. Hal ini menunjukkan potensi kekayaan. 165–176.
- Silalahi, H., Silalahi, D., Tarigan, M., & Barus, B. (2025). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Dlam Mendukung Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital. *Journal Of Human And Education (JAHE), 5*(2), 588–593. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2464>
- Wida Yustika 1*, Rizky Azura 2, Fadia Anisa 3, Enia Fadila Sitakar 4, M. A., & Rahmadiansyah Purba 5, F. H. 6. (2018). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran UMKM Produk di Pulo Brayan Bengkulu. *Jurnal Riset Manajemen, Volume* 3,(1), 43. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/186602/PPAU0156-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttp://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://www.scielo.br/pdf/rae/v45n1/v45n1a08%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j>