

Pendampingan Manajemen Usaha Dan Pelayanan Pelanggan Pada Umkm Mie Ayam Dan Bakso

Rismawati¹, Nuha Dzakiyyah², Ridlofan Wisnuwardhana³, Kali Muda⁴,
Nurlaila Apsari⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

*e-mailpenulis korespondensi: risma@pelitabangsa.ac.ad

Abstract

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan pelayanan pelanggan bagi pelaku UMKM, khususnya pedagang mie ayam dan bakso. Melalui pendekatan Participatory Action Research dengan focus pada kegiatan pelatihan dan pendampingan. Permasalahan umum yang sering dihadapi UMKM di bidang ini antara lain kurangnya pencatatan keuangan yang sistematis, strategi pemasaran yang optimal, serta standar pelayanan yang belum konsisten. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu identifikasi awal, penyuluhan, pelatihan interaktif, serta evaluasi. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM pada pedagang mie ayam dan bakso lebih disiplin dalam melakukan pencatatan, lebih memperhatikan dan mempertahankan kualitas layanan, serta lebih percaya diri dalam mengelola usahanya, promosi dan pemesanan menggunakan media digital. Kedepan kegiatan ini diupayakan jangan terhenti samapai ini, namun dibutukan pendampingan lanjutan untuk meningkatkan profesionalisme pelaku usaha beserta karyawannya.

Keywords: UMKM, Mie Ayam Bakso, Manajemen Usaha, Pelayanan Pelanggan

Abstrak

This community service activity is carried out to improve managerial skills and customer service for MSME players, especially chicken noodle and meatball traders. Through a Participatory Action Research approach with a focus on training and mentoring activities. Common problems that are often faced by MSMEs in this field include the lack of systematic financial records, optimal marketing strategies, and inconsistent service standards. This activity was carried out through several stages, namely initial identification, counseling, interactive training, and evaluation. The results of this activity show that MSME business actors in chicken noodle and meatball traders are more disciplined in keeping records, pay more attention to and maintain service quality, and are more confident in managing their business, promotion and ordering using digital media. In the future, this activity should not stop at this point, but further assistance should be provided to improve the professionalism of business actors and their employees.

Kata kunci: MSMEs, Chicken Noodles, Meatballs, Business Management, Customer Service

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional, termasuk di tingkat daerah. Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam sektor kuliner, UMKM seperti usaha mie ayam dan bakso menjadi pilihan usaha yang menjanjikan karena tingginya permintaan dari berbagai kalangan masyarakat. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam hal manajemen usaha dan pelayanan pelanggan. Banyak UMKM kuliner yang dijalankan secara tradisional, tanpa adanya sistem pencatatan keuangan yang tertib maupun strategi pelayanan yang terstruktur. Kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang rapi dan pelayanan pelanggan yang baik sering kali menghambat perkembangan usaha, bahkan memengaruhi loyalitas konsumen. Padahal, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh rasa makanan yang enak, tetapi juga oleh manajemen usaha yang efisien dan pelayanan yang memuaskan.

Jenis kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di Indonesia (Yolanda 2024). Hal ini menunjukkan

bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat vital sebagai penggerak utama roda perekonomian, terlebih dalam masa pemulihan ekonomi di Tingkat bawah pasca pandemi.

Di antara sektor UMKM yang paling banyak dijumpai di tengah masyarakat ialah jenis usaha kuliner (Nugrioho 2022). Seperti warung mie ayam dan bakso menjadi contoh nyata yang tidak hanya mudah ditemukan, tetapi juga memiliki pasar yang luas yang tersebar di berbagai tempat. Usaha ini memiliki prospek yang menjanjikan karena makanan tersebut sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari Perempuan, laki-laki, anak-anak hingga orang dewasa. Selain itu, bahan baku yang relatif mudah diperoleh dan modal usaha yang tidak terlalu besar menjadikan bisnis mie ayam dan bakso sebagai pilihan yang banyak diminati (Novika 2018). UMKM Mie Ayam dan Bakso yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu pelaku usaha lokal di wilayah [nama lokasi] yang memiliki potensi untuk berkembang lebih jauh. Namun, hasil observasi dan wawancara awal menunjukkan bahwa mitra mengalami kendala dalam pencatatan keuangan harian, pengelolaan stok bahan baku, serta dalam menyusun strategi pelayanan pelanggan yang efektif dan konsisten. Di sisi lain, minimnya inovasi dalam promosi dan pelayanan turut berpengaruh terhadap terbatasnya pertumbuhan usaha. Melihat permasalahan tersebut, diperlukan pendampingan yang bersifat langsung, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan mitra. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra mampu mengelola usahanya secara lebih profesional serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Fokus utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam manajemen usaha sederhana serta pelayanan pelanggan melalui pendekatan praktis dan aplikatif.

Namun demikian, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak pelaku UMKM mie ayam dan bakso masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usahanya. Salah satu permasalahan utama yang kerap ditemui adalah lemahnya kemampuan manajerial (Humaira 2024). Lemahnya sistem manajemen ini mengakibatkan sulitnya mengukur hasil usaha secara benar. Hal ini juga dapat mengakibatkan terhambatnya usaha untuk berkembang kedepannya (Sanjaya 2021). Disamping aspek manajemen, kualitas pelayanan terhadap pelanggan juga menjadi masalah utama yang sering tidak dihiraukan (Saputra 2024). Sikap ramah yang kurang, keterlambatan dalam merespon keluhan, serta kurangnya perhatian terhadap kenyamanan pelanggan juga dapat mengakibatkan hilangnya rasa puas dan loyalitas pelanggan (Aswin 2025). Dalam beberapa waktu ke depan masalah ini akan dapat mempengaruhi dan menurunkan daya saing usaha.

Menyadari pentingnya peningkatan kapasitas pelaku UMKM, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini hadir sebagai bentuk kontribusi nyata dari dunia akademik untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, khususnya di sektor mie ayam dan bakso (Putri 2020). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk membekali pelaku UMKM dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan usaha secara profesional dan peningkatan pelayanan pelanggan yang berkualitas. Kegiatan ini dilaksanakan oleh kelompok mahasiswa dari Universitas Pelita Bangsa yang bertempat di daerah Jaya Mukti, Cikarang Pusat. Daerah ini dikenal sebagai salah satu wilayah yang memiliki pelaku usaha UMKM jenis kuliner yang cukup banyak, terutama usaha mie ayam dan bakso. Tempat ini dipilih karena memiliki peluang yang besar untuk tumbuh namun memiliki berbagai keterbatasan dalam mengelola usaha dan pelayanan kepada pelanggan (Nulhakim 2021). Melalui kegiatan pengabdian ini diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas manajemen dan layanan terhadap pelanggan sehingga mampu bersaing dengan UMKM lainnya

Fokus utama kegiatan pengabdian ini meliputi pengelolaan atau manajemen usaha dasar yang mencakup perencanaan keuangan, kerapian pencatatan keuangan, dan pengelolaan stok bahan. Disamping itu, objek sasaran kegiatan juga diberikan pelatihan dalam membangun jaringan dan relasi (*net working*) yang intim dengan pelanggan, menghadirkan layanan yang

ramah dan cepat, serta responsif terhadap keluhan pelanggan. Bukan hanya itu para pelaku usaha sebagai sasaran kegiatan juga diperkenalkan bagaimana menggunakan media digital sebagai alat promosi dan layanan efisien pada era modern saat ini. Melalui berbagai kegiatan ini, para pelaku usaha kecil menengah dapat mengembangkan dan meningkatkan profesionalisme dalam mengelola usaha yang digeluti, memperluas jaringan pasar, serta membangun networking yang lebih intens dengan pelaku usaha lainnya. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan hasil positif bagi pertumbuhan ekonomi Masyarakat secara umum dan keberlanjutan para pelaku usaha UMKM secara khusus.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) (Rahmi 2022), Tim ini menyusun sebuah program yang mencampurkan pengajaran kelas, latihan langsung di dapur, dan pendampingan lapangan, khususnya untuk dua belas pelaku UMKM mie ayam dan bakso di lingkungan Jaya Mukti, Cikarang Pusat. Tujuannya agar teori yang disampaikan tidak menguap begitu saja, melainkan nyata-nyata bisa dipraktekkan saat mereka membuka stan. Sebelum pelatihan dimulai, satu tim pengabdian turun langsung untuk mengamati, memetakan, dan menggali kebutuhan riil di lapangan (Hadita 2024). Mereka mewawancarai para pemilik usaha, mengecek cara pencatatan kas, melihat stok barang, bahkan meneliti bagaimana uang pribadi dicampur dengan modal usaha. Langkah ini rumit tapi krusial, sebab tanpa data akurat, materi yang dibawa hanya akan jadi jargon.

Setelah itu diadakan workshop interaktif, bukan dalam bentuk seminar formal. Di sinilah pelaku usaha UMKM selaku peserta kegiatan belajar cara mencatat pemasukan dan pengeluaran dalam satu buku kecil, merencanakan berapa uang yang harus disisihkan untuk membeli daging minggu ini, serta menyadari betapa pentingnya memisahkan rekening pribadi dari rekening dagang. Diskusi ini dibungkus dengan cerita nyata supaya mereka paham, manajemen yang rapi berujung pada untung yang lebih sehat dalam jangka panjang. Penekanan utama dalam sesi pelayanan pelanggan kali ini adalah penguasaan sikap ramah dan kecepatan respon. Para pelaku usaha UMKM sebagai objek pengabdian diajak untuk berlatih cara atau metode dalam menangani keluhan pelanggan di tempat yang sama supaya atmosfer praktiknya terasa nyata. Simulasi diperkuat dengan beberapa studi kasus yang lazim ditemukan pelaku UMKM di jalanan sehari-hari.

Setelah pelatihan resmi tuntas, pendampingan lapangan langsung dimulai. Lima anggota tim turun bergantian mengunjungi warung, bengkel, dan kios untuk membimbing pencatatan kas harian serta merumuskan rencana usaha sederhana. Kegiatan ini berlangsung terus-menerus, bukan hanya sekali, hingga para pelaku merasa mandiri. Untuk mengukur kemajuan, kami melakukan pre-test dan post-test lalu mencatat perubahan nyata dari cara mereka mengelola bisnis. Observasi langsung dan kuesioner singkat dari peserta menjadi sumber umpan balik tambahan. Semua data itu dirangkum dan dianalisis demi melihat seberapa jauh kapasitas pelaku usaha bertambah setelah program selesai. Melalui pendekatan dan tahapan ini, diharapkan kegiatan Pendampingan Manajemen Usaha dan Pelayanan Pelanggan pada UMKM Mie Ayam dan Bakso dapat memberikan hasil nyata dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan usaha bagi para pelaku UMKM, serta mendorong terciptanya usaha kuliner yang lebih berkualitas dan berdaya saing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi masalah dan observasi

Langkah awal yang dilakukan oleh tim pengabdian ialah dengan melakukan observasi dan indentifikasi masalah terhadap para pelaku UMKM yang berjumlah 12 orang pedagang mie ayam dan bakso. Beberapa masalah utama temuan dari hasil observasi menunjukkan bahwa pencatatan Sebagian besar pelaku usaha UMKM belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis dan rapi, keuangan pribadi dan usaha masih tercampur, serta pelaku usaha belum memiliki system rencana yang jelas dalam persiaian bahan baku.

Selain itu ditemukan masalah lain yang berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan (*customer*). Diantaranya belum adanya standar pelayanan baku yang diterapkan, kurangnya kesadaran akan pentingnya sikap ramah, sopan dan murah senyum, resfon keluhan yang cukup lamban, serta kurangnya penciptaan pengalaman yang positif melalui penciptaan suasana lokasi yang aman dan nyaman bagi pelanggan (*customer*).

2. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pelayanan Pelanggan

Tahapan selanjutnya adalah pelatihan yang dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif yang mencakup beberapa pembahasan utama seperti cara mencatat uang kas masuk dan keluar secara rutin, strategi merencanakan kebutuhan bahan baku, serta membahas pentingnya sikap ramah dan murah senyum, kecepatan pelayanan, dan pelayanan keluhan secara santun. Kegiatan Pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan bagi para peserta, antara lain: Peserta mulai mampu melakukan pencatatan arus kas, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menghitung keuntungan secara sederhana. Peserta menyadari bahwa pelayanan yang baik bukan hanya kewajiban, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang untuk keberlangsungan usaha. Sikap ramah, kecepatan melayani, dan cara menangani keluhan pelanggan secara santun mulai diterapkan dan menjadi perhatian utama.



Gambar 1. Situasi Warung Ketika Observasi Awal

Diharapkan melalui pelatihan ini, para pelaku usaha UMKM mie ayam dan bakso di daerah Jaya Mukti dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat secara langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha, mengelola bisnis secara lebih profesional dan terstruktur, meningkatkan jumlah pelanggan melalui pelayanan yang lebih baik serta ramah, dan pada akhirnya akan dapat mengakibatkan meningkatnya pendapatan dan pelanggan serta keberlanjutan usaha mereka di masa mendatang.

3. Pendampingan Lapangan

Setelah mengadakan pelatihan kemudian tim pengabdi melakukan pendampingan dilakukan langsung di lokasi usaha untuk membantu peserta menerapkan materi pelatihan secara nyata. Tim pelaksana memberikan bimbingan praktis dalam beberapa aspek penting, yaitu melakukan bimbingan kepada peserta agar secara rutin dan teratur dalam mencatat transaksi keuangan baik uang masuk maupun uang keluar setiap hari. Selain itu juga peserta objek pengabdian melakukan bimbingan untuk membantu peserta dalam merencanakan kebutuhan dan perkiraan bahan baku secara terstruktur. Sambil melakukan proses observasi dan pengamatan langsung sehingga dapat memberikan masukan terkait tata cara pelayanan dan sikap kekeluargaan yang intim diberikan kepada pelanggan (*customer*).

Table 1: Hasil Evaluasi Pre Test dan Post Test

Indikator	Sebelum PKM Setelah PKM	
Pencatatan keuangan harian	2 dari 12	10 dari 12
Pelayanan pelanggan dengan sopan	4 dari 12	12 dari 12
Pemisahan uang pribadi dan usaha	3 dari 12	9 dari 12
Menyusun rencana belanja dan stok	1 dari 12	8 dari 12

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa Dari 12 peserta, 10 sudah mulai mencatat keuangan harian, 8 menyusun rencana stok dan belanja, dan 9 berhasil memisahkan uang pribadi dan uang usaha. Selain itu, semua peserta (12 dari 12) telah menerapkan pelayanan yang lebih sopan, ramah senyum, dan profesional. Dari angka tersebut menunjukkan bahwa rata-rata keberhasilan dari beberapa aspek dalam pendampingan ini di atas 85%.

4. Hasil Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan pendekatan komprehensif melalui Observasi langsung dengan memantau perilaku dan praktik peserta selama dan setelah pelatihan. Diskusi kelompok dengan enggali pemahaman, pengalaman, dan kendala yang dihadapi peserta. Serta membandingkan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta sebelum pelatihan dan setelah pelaksanaan pendampingan.



Gambar2. Kegiatan Evaluasi Melalui Observasi

Dari hasil evaluasi dijumpai bahwa para pelaku usaha menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengelolaan usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan stok. Meningkatnya pola para pelaku usaha UMKM mie ayam dan bakso dalam memberi

sapaan kepada pelanggan (*customer*) dengan penuh keramahan, memberikan pelayanan dengan cepat dan segera, serta menanggapi dan menangani keluhan pelanggan secara baik dan santun.

5. Tantangan dan Strategi Pemecahan

Selama melakukan proses pendampingan, tim pengabdian dapat mengidentifikasi beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu masih banyaknya pelaku usaha mengalami kesulitan untuk rutin dan konsisten mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha. belum semua pelaku UMKM memiliki perangkat atau akses yang memadai untuk melakukan promosi digital secara optimal. Serta Sebagian peserta merasa ragu dan kurang percaya diri untuk menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan usaha yang mereka geluti.

Sebagai Upaya untuk mengatasi masalah tersebut, Tim pengabdian menawarkan beberapa solusi. Untuk masalah pencatatan Dengan memberikan template pencatatan sederhana dan pengingat mingguan melalui komunikasi langsung atau grup WhatsApp. Serta Memanfaatkan perangkat yang sudah dimiliki peserta, seperti WhatsApp untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Serta menyampaikan testimoni para pelaku usaha yang sukses dengan memanfaatkan media digital dalam promosi.

6. Strategi Pemasaran

Kegiatan pendampingan juga dilakukan untuk mendorong para pelaku usaha UMKM untuk dapat menggunakan strategi pemasaran secara online dan manual (*offline*). Melalui pemasaran secara manual (*offline*) para pelaku usaha disarankan untuk menggunakan brosur, pamphlet, serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak seperti sekolah atau kantor. Sedangkan untuk pemasaran online pelaku usaha diarahkan untuk memanfaatkan media social face book, WhatsApp, atau dengan dengan bekerjasama dengan penyedia jasa GrabFood. Dengan menggunakan dua jenis pemasaran ini diharapkan para pelaku usaha UMKM dapat melakukan efisiensi biaya operasional dengan tetap memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan.

Dalam era global saat ini, kehadiran media digital tidak bisa dihindari. Seluruh aspek kehidupan sudah dimasuki oleh digitalisasi. Oleh sebab itu, para pelaku usaha UMKM juga harus jeli dalam melihat peluang dan bisa memanfaatkan media digital yang ada untuk mendukung dan meningkatkan proses penjualan produk usaha.

7. Rekomendasi Tindak lanjut

Setelah melakukan pendampingan dan evaluasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut. Sebagian peserta mulai mengembangkan variasi menu, seperti mie ayam dengan topping kekinian dan minuman pelengkap. Adaptasi digital juga mulai terjadi, dengan beberapa peserta aktif mempromosikan produk melalui media sosial. Konsep pelayanan 5C (*Courtesy, Communication, Competence, Credibility, dan Caring*) diperkenalkan dan mulai diterapkan oleh peserta. Misalnya, dengan menyapa pelanggan rutin (*setia*), Gerak cepat menangani keluhan dengan santun, serta memberikan promo kecil sebagai bentuk perhatian dan penghargaan kepada pelanggan.

Mengacu kepada partisipasi aktif peserta dan hasil nyata dari kegiatan ini, disimpulkan bahwa pendekatan pendampingan terstruktur yang dimulai dari identifikasi masalah, pelatihan aplikatif, pendampingan langsung, dan evaluasi sistematis sangat berdampak positif dan efektif dalam membangun kapasitas dan kualitas pelaku UMKM. Serta untuk mendukung keberlanjutan dampak kegiatan, perlu dilakukan pelatihan lanjutan dalam

bidang pemasaran digital, desain kemasan, serta fasilitasi perizinan dan sertifikasi produk. Kolaborasi lanjutan dengan pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku industri akan memperkuat posisi UMKM mie ayam dan bakso agar lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di masa yang akan datang yang lebih modern.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap pelaku UMKM mie ayam dan bakso memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan manajemen usaha dan kualitas pelayanan pelanggan. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha menunjukkan peningkatan dalam pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan stok bahan baku, serta pelayanan pelanggan yang lebih ramah dan profesional. Selain itu, terdapat pula peningkatan pemahaman terhadap pentingnya digitalisasi usaha, ditandai dengan mulai digunakannya media sosial dan platform pemesanan online oleh sebagian peserta.

Perubahan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta membuka peluang untuk pengembangan usaha secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini terutama kepada:

1. Pelaku UMKM mie ayam dan bakso di daerah Jaya Mukti, Cikarang Pusat, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan antusiasme tinggi selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tanpa dukungan dan keterbukaan Bapak/Ibu sekalian, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.
2. Dosen pembimbing kami, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan ilmiah selama proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ini. Bimbingan beliau sangat berarti dalam memastikan kualitas dan keberhasilan program pendampingan ini.
3. Teman-teman Tim Pengabdian dari mahasiswa Universitas Pelita Bangsa yang telah menyempatkan diri Bersama dalam memberikan perhatian kepada para pelaku usaha UMKM di wilayah Jaya Mukti, Cikarang Pusat. Semoga kegiatan ini tidak menjadi akhir untuk menjalin hubungan sosial dengan sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswin, U. R., & SE, M. (2025). POSITIONING (STP) DALAM PEMASARAN JASA. *Manajemen Pemasaran Jasa*, 42.
- Hadita, A. ., Hamdah, D. F. L., Muharam, H. ., & Kurniawan, D. A. . (2024). Pendampingan dan Penyuluhan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran UKM Agar- Agar Rumput Laut Desa Mancagahar Kecamatan Pameungpeuk Garut. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 110–122. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i5.1491>
- Humayra, L. (2024). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Pada Industri Penjahit Sprei dan Bedcover Desa Deah Baro, Kecamatan Meuraxa, Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).

- Novika, E. (2018). ANALISIS PENERAPAN RANCANGAN STRATEGI BISNIS WARUNG MIE AYAM DAN BAKSO SEMANGAT DENGAN PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY (Studi Kasus: UKM Mie Ayam dan Bakso "SEMANGAT" Kimpulan).
- Nugrioho, A. priyo. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1654–1660. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4470>
- Nulhaqim, S. A., Wibowo, H., Irfan, M., & Gutama, A. S. (2021). Peningkatan Kapasitas dalam Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha Kecil yang Terdampak Kondisi Pandemi Covid-19. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 165-176.
- Sanjaya, P. K. A., & Nuratama, I. P. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah.
- Saputra, G. N., Paramarta, V., & Purwanda, E. (2024). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Rumah Sakit: Studi Literatur. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 3811–3826. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15426>
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147-162.
- Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186.
- Yulian, J., Adi, S. A., & Rachmi, I. S. (2022). Pendekatan Partisipatif Dalam Program Bahari Sembilang Mandiri Sebagai Upaya Peningkatan Inisiatif Lokal. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(10), 496-504.