

OPTIMALISASI KINERJA UMKM TAHU MELALUI KETERAMPILAN MANAJERIAL KEWIRAUSAHAAN

Etty Zuliawati Zed¹, Abdul Aziz², Reyhan Pajero³, Ending Sution⁴, Ariadil Pulungan⁵, Rifqi Aditia⁶

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha (UMKM) Tahu agar dapat menjalankan usaha yang efektif dan berdaya saing. Pengabdian ini dilakukan melalui serangkaian workshop, pelatihan motivasi, dan pendampingan kelompok. Mitra pengabdiannya adalah UMKM Tahu di Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha Tahu meningkat secara signifikan setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Mereka berhasil mendirikan kelompok atau asosiasi UMKM Tahu untuk meningkatkan kinerja melalui pemasaran digital, memperluas akses pasar, berbagi ilmu, dan mendapat dukungan untuk mengatasi tantangan bisnis. Kegiatan ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat dengan memperkuat sektor tahu sebagai penopang perekonomian Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi.

Kata Kunci: Keterampilan, Manajerial, Kewirausahaan, UMKM Tahu.

***Abstract:** This service aims to increase the knowledge and skills of tofu Micro, Small Medium Enterprise (MSMEs) so they can run effective and competitive businesses. This service is carried out through a series of workshops, motivational training and group mentoring. The service partners are tofu MSMEs in South Cikarang District, Bekasi Regency. The results of this service show that the knowledge and skills of tofu MSMEs have increased significantly after participating in training and mentoring activities. They succeeded in establishing a group or association of tofu MSMEs to improve performance through digital marketing, expand market access, share knowledge, and get support to overcome business challenges. This activity contributes positively to improving the welfare and economic growth of the community by strengthening the tofu sector as a support for the economy of South Cikarang District, Bekasi Regency.*

***Keywords:** Skill, Managerial, Entrepreneurship, UMKM Tahu.*

PENDAHULUAN

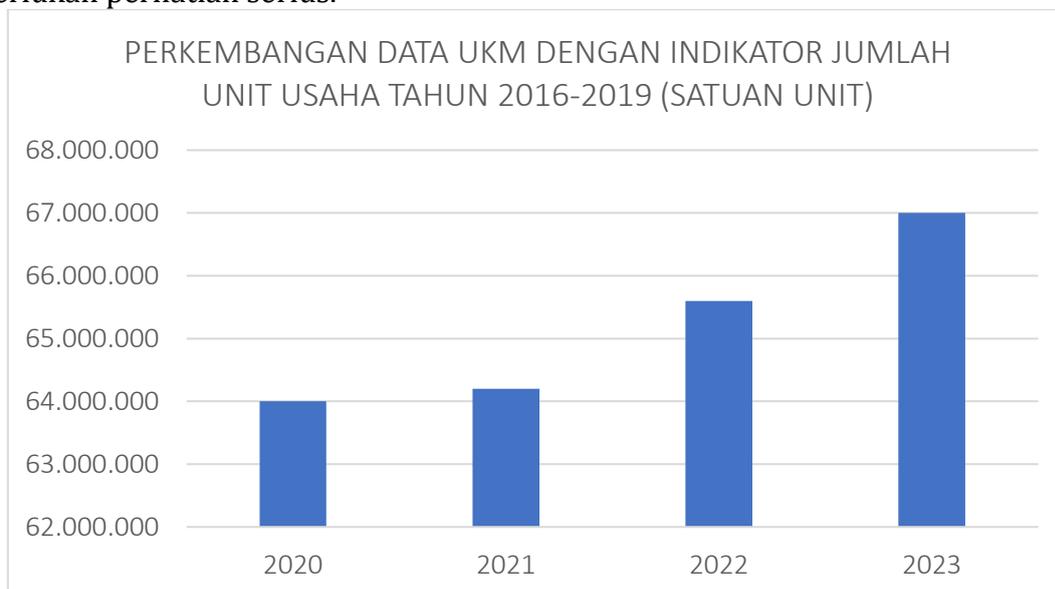
UMKM merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang mewakili pilar ke perekonomian Indonesia. Keuntungan industri tempe dan tahu di tanah air telah menurun. Gabungan Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (Gakoptindo) mengumumkan rata-rata manfaat produksi mengalami penurunan sebesar 50% pada kuartal kedua tahun 2020. Menurut data statistik Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), impor kedelai Indonesia diperkirakan 2,75 juta ton. Pada Oktober 2017/2018, impor kedelai mencapai 2,5 juta ton. Indonesia sendiri merupakan pasar ekspor pertanian AS terbesar kesembilan pada tahun 2017, dengan total nilai USD 2,9 miliar atau Rp 40,6 triliun. Perlu diketahui, saat ini 85% kedelai masih menggunakan kedelai impor AS sebagai bahan utama pembuatan tahu. Artinya Indonesia harus mengeluarkan devisa dalam jumlah besar (Dahono, 2020). Masih ada harapan bagi produsen di sektor industri tahu.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Meski kecil, jumlahnya yang besar akan memperkuat perekonomian Indonesia. Namun di Indonesia, belum ada perhatian serius terhadap UMKM. Melihat tabel di bawah

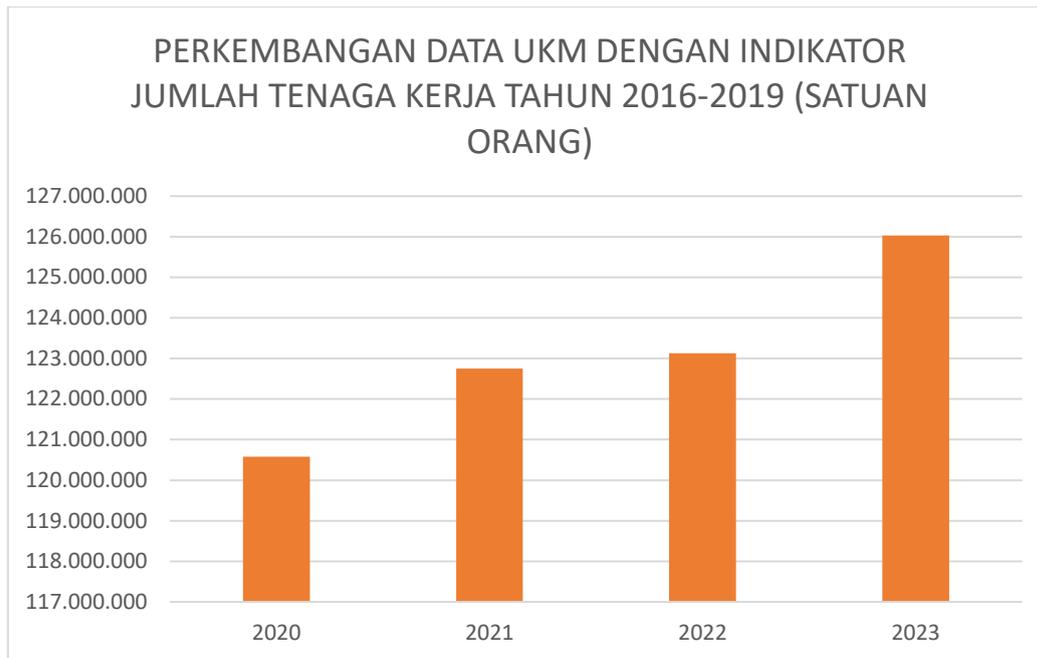
ini, terlihat bahwa pendapatan usaha kecil dan menengah masih sangat rendah dibandingkan dengan usaha besar dan usaha mikro. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian yang serius (Febriatmoko et al., 2022).

Saat ini usaha besar lebih berkembang dibandingkan usaha kecil dan menengah, namun, usaha kecil dan menengah menghadapi kesulitan akibat penurunan penjualan, dan sangat sulit bagi usaha berkembang untuk mendapatkan pinjaman dari perbankan. Contoh pelaku UMKM adalah pelaku industri tahu. Produsen tahu Indonesia, perusahaan dalam negeri dan makanan favorit menghadapi berbagai permasalahan (Qifari, 2022). Agar badan-badan ekonomi tersebut dapat mengembangkan usahanya, penghimpunan dana masih sulit dan pengembangan usahanya sulit. Seperti halnya produsen tahu di Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi yang sama sekali belum berkembang, mereka hanya mempekerjakan lima orang, mendapat gaji pas-pasan, dan terkadang dibayar terlalu lambat. Produksi tahu harian mengalami penurunan. Bahan baku kebutuhan sehari-hari seperti kedelai merupakan bahan pokok yang harus diperoleh setiap hari. Bahan baku tersebut diperoleh terlebih dahulu dengan cara meminjam uang, sehingga meskipun harganya tinggi tidak ada jalan keluar dari hutang (Azzahra & Wibawa, 2021).

Penopang perekonomian Indonesia adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Meski kecil, jumlahnya yang besar akan memperkuat perekonomian Indonesia. Namun UKM Indonesia kurang memberikan perhatian serius terhadap peningkatan penjualan (Ayodya, 2019). Namun, jika Anda melihat Grafik 1, Anda dapat melihat bahwa jumlah usaha kecil dan menengah meningkat, dan angkatan kerja juga meningkat, seperti yang ditunjukkan pada Grafik 2. Karena pentingnya lapangan kerja yang layak, UMKM memerlukan perhatian serius.



Gambar 1. Perkembangan UMKM Berdasarkan Unit Usaha



Gambar 2. Perkembangan UMKM Berdasarkan Tenaga Kerja

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan pendorong kegiatan ekonomi nasional, terutama penyerapan tenaga kerja. Tidak terkecuali usaha makanan khususnya usaha tahu. Utilitas pada industri tempe dan tahu nasional tercatat mengalami penurunan. Akan tetapi, data UMKM dengan kategori usaha makanan di pemerintah provinsi Jawa Barat pada tahun 2021 justru mengalami peningkatan seperti yang pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. UMKM Kategori Usaha Makanan Provinsi Jawa Barat

No	Tahun	Jumlah UMKM
1	2020	1.542.276
2	2021	1.637.701
3	2022	1.722.634
4	2023	1.807.567

Sumber data: Pemerintah Provinsi Jawa Barat (www.opendata.jabarprov.go.id)

Pada tahun 2020, jumlah UMKM sebanyak 1.542.276 unit. Jumlah tersebut kemudian meningkat menjadi 1.637.701 unit pada tahun 2021, menunjukkan pertumbuhan positif dalam setahun. Pada tahun berikutnya, 2022, jumlah UMKM semakin meningkat menjadi 1.722.634 unit, menunjukkan pertumbuhan yang lebih kuat dibandingkan tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2023, jumlah UMKM diperkirakan mencapai 1.807.567 unit, dan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Fenomena ini mencerminkan potensi dan perkembangan positif sektor UMKM di Indonesia. Meningkatnya jumlah UMKM menandakan semakin banyak masyarakat yang menggeluti dunia usaha sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Meski fenomena ini menunjukkan perkembangan positif, namun upaya penguatan sektor UMKM harus terus dilakukan (Witjaksono et al., 2023). Dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan diperlukan untuk membantu UMKM tumbuh dan berkembang, meningkatkan kualitas produk dan layanannya, serta memperkuat daya saingnya untuk menghadapi tantangan perekonomian yang semakin meningkat (Zulaika et al., 2023). UMKM Tahu menghadapi banyak tantangan seperti pengadaan bahan baku, operasional produksi, pemasaran, penjualan, dan pelaporan keuangan. Pengabdian ini akan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha tahu dalam menjalankan usahanya secara efektif dan berdaya saing di Kecamatan Cikarang Selatan,

Kabupaten Bekasi. Diharapkan dengan adanya pengabdian ini dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan dan mengembangkan program pelatihan kepemimpinan kewirausahaan yang lebih efektif dan berdampak positif bagi UMKM Tahu.

METODE PENELITIAN

Metode pengabdian ini menggunakan pelatihan yang memantau operasional perusahaan mulai dari proses produksi hingga pemasaran langkah demi langkah. Selanjutnya kami membantu mendesain kemasannya agar produk jadinya bisa dijual di supermarket. Kami mendukung produksi produk olahan untuk dijual di pasar digital. Selanjutnya, kami akan membantu dengan pemasaran online. Jadwal pelaksanaan pengabdian masyarakat direncanakan dimulai pada bulan Maret, dimulai dengan pemilihan lokasi, material, dan layanan yang akan dilaksanakan. Pelatihan berlangsung dari hari Jumat hingga Minggu. Tanggalnya adalah 29-31 Maret 2024. Seperti terlihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan PKM

No	Hari	Tanggal	Kegiatan
1	Jumat	29 Maret 2024	Pelatihan proses produksi yang higienis
2	Sabtu	30 Maret 2024	Pelatihan pemasaran secara offline dan online
3	Minggu	31 Maret 2024	Pelatihan motivasi dan skill manajerial kewirausahaan

Adapun kegiatan pengabdian ini terdiri dari:

1. Pelatihan keterampilan pembuatan produk: Tim memberikan pelatihan pembuatan produk sehat dan higienis beserta turunannya sehingga menarik minat konsumen untuk membeli, baik di pasar offline maupun online.
2. Pelatihan motivasi dan keterampilan kepemimpinan kewirausahaan. UMKM bertujuan untuk mengembangkan motivasi agar mereka bergairah untuk tumbuh menjadi wirausaha yang mampu mengelola usahanya dengan sukses. Kami menggunakan teknologi informasi untuk memberikan pelatihan motivasi, pembuatan rencana bisnis, manajemen produksi, manajemen pemasaran, dll. UMKM diarahkan untuk menghasilkan produk turunan dan didukung proses pemasarannya dengan menggunakan teknologi informasi. Hal ini mencakup penerapan teknologi informasi dan jaringan media sosial Internet, pembuatan blog dan video, serta memanfaatkan upaya pemasaran yang ada di pasar dan transaksi pemasaran online lainnya.
3. Pendukung peserta pelatihan meliputi: Memahami dan menerapkan ilmu manajemen, merancang/membangun dan mengelola usaha patungan dalam bentuk social preneurship melalui kegiatan PKK (mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran, mekanisme pengaturan, keuntungan usaha).
4. Solusi masalah penjualan, solusi permasalahan UMKM yang tidak memiliki kios atau outlet di pasar. Tim pengabdian membantu UMKM menemukan kios-kios strategis yang bisa digunakan untuk menjual produknya di pasar. Hal ini membantu memperluas target pasar dan diintegrasikan ke dalam proses produksi untuk memudahkan distribusi.
5. Solusi Permasalahan Digital Marketing Materi yang kami berikan bertujuan agar UMKM dapat menjual hasil tahunya ke pasar yang sudah banyak dikenal. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan manajemen untuk meningkatkan pengetahuan mitra UMKM mengenai pemasaran digital. Berbasis pemasaran, kami memulai dengan pelatihan untuk meningkatkan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi digital. Latih mitra UMKM untuk menjual produknya melalui Go Retail. Terakhir, mitra UMKM dilatih untuk membuka toko digital di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Mitra

UMKM berpartisipasi dengan berhasil menyelesaikan seluruh pelatihan yang diberikan oleh dosen dan mahasiswa. Penilaian yang dilakukan akan memastikan bahwa para mitra UMKM mampu memahami dan melaksanakan secara utuh materi yang diberikan, terutama dengan memastikan bahwa seluruh pelatihan dilakukan agar mitra UMKM dapat mencapai peningkatan jumlah pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dilaksanakannya pengabdian ini, UMKM Tahu akan mendapatkan ilmu untuk menghasilkan produk tahu yang sehat dan higienis. Hal ini meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen baik di pasar offline maupun online. Selain itu, UMKM Tahu juga didorong untuk memiliki motivasi tinggi untuk menjadi pengusaha sukses dan sukses mengelola usahanya. Pelatihan ini meliputi motivasi, perencanaan bisnis, manajemen produksi, manajemen pemasaran, dan lain sebagainya dengan menggunakan teknologi informasi. Hal ini akan memungkinkan UMKM Tahu memproduksi produk turunan dan menjualnya dengan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif seperti media sosial, blog, video, marketplace dan transaksi pemasaran online lainnya.

Selain pelatihan, UMKM Tahu juga mendapat dukungan dalam memahami dan menerapkan ilmu manajemen. Kami mendukung konsepsi, pengembangan dan pengelolaan usaha patungan dalam semangat kewirausahaan sosial. Kami memberikan dukungan dari berbagai aspek, mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran hingga membangun mekanisme dan sistem distribusi keuntungan. Untuk mengatasi tantangan penjualan, UMKM Tahu mampu menemukan kios-kios strategis di pasar untuk menjual produknya. Disarankan untuk mendirikan kios di dekat lokasi produksi untuk memfasilitasi distribusi. Memperluas target pasar melalui penjualan kios diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM Tahu.

Gambar 3. Produk Tahu



Materi dan pelatihan pemasaran digital diberikan kepada UMKM Tahu. Mereka belajar cara menjual produk tahu melalui marketplace yang sudah dikenal banyak orang, seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. UMKM Tahu juga belajar membuat video menarik yang menjelaskan proses produksi tahu higienis dan menarik calon pembeli. Pelatihan ini juga akan mencakup penggunaan aplikasi digital untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan produk melalui Go Retail. UMKM Tahu didorong membuka toko digital di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada.

Evaluasi dilakukan untuk memastikan UMKM Tahu mampu memahami dan melaksanakan pelatihan secara utuh. Hal ini akan membuat UMKM Tahu dapat menerapkan segala ilmu dan keterampilan yang ditawarkan, terutama dalam meningkatkan jumlah pelanggan melalui pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan manajemen kewirausahaan pada pelaku usaha tahu memberikan dampak yang signifikan. Para pelaku usaha tahu menunjukkan peningkatan pada beberapa aspek utama setelah mengikuti pelatihan:

1. Pengetahuan dan keterampilan : Peserta pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usahanya kurang lebih 80%. Mereka akan dapat menerapkan konsep-konsep manajemen yang telah dipelajari, seperti perencanaan bisnis, manajemen persediaan bahan baku, manajemen keuangan, dan manajemen produksi. Pengetahuan baru ini akan memungkinkan pelaku ekonomi mengelola aspek operasional dan keuangan operasi tahu dengan lebih efisien (Mahaini et al., 2022).
2. Pemasaran dan periklanan: Setelah mengikuti pelatihan , para pelaku usaha tahu mampu mengidentifikasi pasar potensial dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, tercatat peningkatan sebesar 70%. Mereka dapat memanfaatkan media sosial dan platform online untuk mempromosikan produk tahu, menjangkau pelanggan yang lebih luas, dan meningkatkan visibilitas bisnis (Herry Widagdo., 2023).
3. Kualitas dan inovasi produk: Pelatihan juga memberikan dampak positif terhadap kualitas produk tahu yang dihasilkan sehingga meningkat sekitar 85%. Mereka mempelajari prinsip-prinsip keamanan pangan, kebersihan, dan kualitas produk. Dengan demikian, mereka meningkatkan standar produksi dan menghadirkan variasi produk tahu yang inovatif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Fitriano et al., 2022).
4. Mengembangkan jaringan dan kemitraan: Peserta pelatihan berhasil membangun jaringan dan kemitraan dengan pelaku ekonomi terkait dan pemangku kepentingan lainnya yang dapat mendukung pengembangan usaha tahu, tercatat peningkatan sebesar 75%. Kemitraan yang kuat memungkinkan perluasan penjualan dan mencari peluang kolaborasi yang saling menguntungkan (Valentine et al., 2021).
5. Keberlanjutan usaha: Pelatihan kepemimpinan juga mempengaruhi keberlanjutan operasional UMKM Tahu, sehingga meningkat sekitar 90%. Mereka merencanakan dan mengelola bisnis dengan lebih baik, sehingga menghasilkan peningkatan profitabilitas dan ketahanan bisnis dalam menghadapi perubahan tantangan ekonomi (Yuliani, 2020).

Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa pelatihan manajeriak kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan UMKM Tahu. Mereka dapat berhasil menjawab tantangan, melakukan inovasi produk dan pemasaran, serta meningkatkan daya saing usaha di pasar lokal dan nasional. Hasilnya, sektor tahu di wilayah ini mengalami perkembangan positif yang berdampak positif pula terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Rencana tindak lanjut kegiatan UMKM Tahu di Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi ini sangat penting untuk menjamin keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Pertama, kami melakukan pemantauan dan evaluasi untuk mengukur efektivitas pelatihan dan memahami sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Evaluasi memberikan wawasan mengenai keberhasilan program dan membantu mengidentifikasi kebutuhan tambahan untuk

pelatihan berkelanjutan. Selanjutnya berdasarkan hasil evaluasi akan dilakukan pelatihan lanjutan untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan keterampilan yang relevan sesuai kebutuhan peserta.

Rencana tindak lanjut ini juga mendorong pembentukan kelompok atau asosiasi UMKM Tahu sebagai wadah berbagi pengetahuan, pengalaman, dan pendampingan dalam mengatasi tantangan bisnis (Utami, 2019). Tindak lanjut selanjutnya adalah membantu pelaku usaha tahu memperluas akses pasarnya. Di era digital saat ini, dapat meningkatkan visibilitas produk dengan memanfaatkan pemasaran online, pengoptimalan media sosial, dan platform e-commerce. Selanjutnya kerjasama dengan dealer lokal, pasar tradisional, dan outlet modern akan meningkatkan pangsa pasar dan membuka peluang kerjasama yang saling menguntungkan (Hafel et al., 2021; Nuryanto & Farida, 2015).

Gambar 4. Pelatihan



Pembinaan kewirausahaan juga akan menjadi bagian penting dari rencana tindak lanjut ini. Peserta pelatihan akan terus menerima pelatihan dalam perencanaan bisnis, manajemen keuangan, analisis pasar, dan pengembangan strategi bisnis. Melalui pembinaan yang berkesinambungan diharapkan mereka mampu tumbuh dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Ningtyas & Wafiroh, 2022). Kemitraan dengan universitas, lembaga penelitian dan lembaga penguatan ekonomi lainnya semakin diperkuat. Kemitraan ini memberikan akses terhadap sumber daya pengetahuan, penelitian dan pelatihan terkini, serta kesempatan untuk menerima bimbingan lebih lanjut dari mahasiswa, peneliti, dan praktisi.

Dengan dilaksanakannya rencana tindak lanjut yang komprehensif dan berkesinambungan, diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen kewirausahaan ini dapat membawa manfaat jangka panjang bagi para pelaku usaha tahu di Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Dengan mendukung dan memperkuat UMKM sektor tahu diharapkan dapat meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengabdian ini adalah pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat secara signifikan, khususnya pada bidang pengelolaan usaha seperti perencanaan, keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk. Hal ini akan memungkinkan pelaku ekonomi untuk mengelola operasi kepegawaian mereka dengan lebih efisien dan profesional. Dampak positif dari pelatihan ini juga tercermin

pada perkembangan usaha tahu. Pelaku ekonomi dapat meningkatkan kualitas produknya dan daya saingnya di pasar. Melalui pendekatan pemasaran digital dan kolaborasi dengan pengecer lokal, mereka telah mampu memperluas pangsa pasar, termasuk pasar online, dan meningkatkan akses mereka ke pelanggan. Lebih lanjut, kegiatan ini membuka peluang pengembangan kewirausahaan berkelanjutan. Pelaku ekonomi menerima dukungan dan bimbingan secara terus-menerus, sehingga memungkinkan mereka untuk terus beradaptasi terhadap perubahan pasar dan meningkatkan inovasi dalam produk dan strategi bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM Sebagai Katalis Perekonomian Indonesia Dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal: Economics and ...*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/download/4856/1771>
- Ayodya, Wulan (2019), *UMKM 4.0, Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0*. PT Elekmedia Komputindo, Kompas Gramedia, Jakarta Dahono, Yudo, 2020, Pandemi Covid-19, Industri Rumahan Tempe Tetap Eksis, *Berita Satu*, 12 Juni 2020
- Febriatmoko, B., Hardiyanti, W., & Aquinia, A. (2022). Model Keunggulan Bersaing Untuk UMKM Tempe. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 129–133. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4829>
- Hafel, M., Umasugi, M., & Pratama, R. (2021). Scale Up Aspek Manajerial UMKM Kota Ternate di Masa Pandemi. *Jurnal Abdidas*, 2(6), 1289–1294. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i6.458>
- Herry Widagdo., dan R. B. L. (2023). Optimalisasi Kinerja UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(2), 270–280.
- Kusnandar, K., Harisudin, M., Riptanti, E. W., Khomah, I., Setyowati, N., & Qonita, R. A. (2023). Peningkatan Kualitas Produk UKM “Peyek Bunder” Melalui Introduksi Teknologi Tepat Guna Spinner. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6902>
- Mahaini, M. F., Faadihilah, M. R., & Sapari, A. P. (2022). Optimalisasi Strategi Kinerja UMKM Pasca Pandemi dengan Pemanfaatan Media Informasi Pencatatan Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 127–137. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4545>
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2022). Edukasi Literasi Keuangan Pada Umkm Di Sentra Industri Tempe Sanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 1(3), 64–71. <https://journal.adpebi.com/index.php/JPMA/article/view/238%0Ahttps://journal.adpebi.com/index.php/JPMA/article/view/238/293>
- Nuryanto, I., & Farida, I. (2015). Optimalisasi kinerja operasional umkm dengan pendekatan sistem antrian. *Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa & Sosial*, 11(1), 14–18.
- Qifari, M. Al. (2022). Peranan Kompetensi Sdm Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Kabupaten Lombok Tengah(Studi Kasus Di Home Industri Tempe Desa Jelantik). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(3), 761–768.
- Tanjung, M. Azrul, 2017, *Koperasi dan UMKM*, Erlangga, Jakarta.
- Utami, P. P. (2019). Pkm Kelompok Umkm Kerajinan Tangan Unik Laut. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 3(1), 49–56. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v3.i1.a1944>
- Witjaksono, A. D., Wardoyo, D. T. W., Rozaq, K., Nugrohoseno, D., Budiono, B., Madanika, T., & Kusumaningrum. (2023). Peningkatan Kemampuan Manajerial UMKM Sari Kedelai di Sumberrejo Kabupaten Pasuruan. *Abimanyu*, 4, 33–38.
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.
- Zulaika, N., Gizta, A. D., Pardede, R. M., Salihi, S., & Basyid, A. (2023). Pengabdian Dalam Mengoptimalkan Kegiatan Perekonomian Umkm Di Kelurahan Batu Sembilan Melalui Program Digitalisasi Umkm Usaha Tahu Tempe. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 88–100.

