



BUSINESS DEVELOPMENT OF TEMPE PEDO CHIPS IN KAWAHMANUK VILLAGE

PENGEMBANGAN BISNIS KERIPIK TEMPE PEDO DI DESA KAWAHMANUK

Cornelia Valentine¹, Desa Akhmad Zaki², Jeven Halim³, Kristabelle Yogipranata⁴, Nayaka Chryilla⁵, Ralph Edberg⁶, Sheven Tanugara⁷

School of Business and Economy, Universitas Prasetiya Mulya

E-mail: 13132310020@student.prasetiyamulya.ac.id¹, 13112310073@student.prasetiyamulya.ac.id², 13132310040@student.prasetiyamulya.ac.id³, 13122310057@student.prasetiyamulya.ac.id⁴, 13112310356@student.prasetiyamulya.ac.id⁵, 13112410670@student.prasetiyamulya.ac.id⁶, 13112310467@student.prasetiyamulya.ac.id⁷.

ARTICLE INFO

Correspondent

Cornelia Valentine

13132310020@student.prasetiyamulya.ac.id

Key words:

MSMEs, Product Innovation, Product Development, Competitiveness, Tempe Chips.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1316 - 1324

ABSTRACT

Micro enterprises in Indonesia often face challenges in developing their products, especially due to limited product variations and less attractive packaging, which can affect their competitiveness. This community service activity aims to analyze how product innovation and development can improve the competitiveness of Tempe Pedo, a tempe chips micro-enterprise located in Kawahmanuk Village. The study uses a qualitative descriptive approach with participatory mentoring during the live-in period. The interventions carried out include developing new product variants such as balado, barbeque, cheese, and spicy flavors, improving packaging design, and supporting production improvements. The results show that these efforts help increase product attractiveness, meet consumer preferences, and expand market potential. This study highlights that simple product-based innovations can have a meaningful impact on the growth and sustainability of micro enterprises.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Cornelia Valentine

13132310020@student.pras
etiyaamulya.ac.id

Kata kunci:

UMKM, Inovasi Produk,
Pengembangan Produk,
Daya Saing, Keripik
Tempe.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 1316 - 1324

ABSTRAK

Usaha mikro di Indonesia sering menghadapi kendala dalam pengembangan produk, terutama karena keterbatasan variasi produk dan kemasan yang kurang menarik sehingga mempengaruhi daya saing di pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dan pengembangan produk dalam meningkatkan daya saing UMKM Tempe Pedo yang berlokasi di Desa Kawahmanuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pendampingan partisipatif selama periode live-in. Intervensi yang dilakukan meliputi pengembangan varian rasa baru seperti balado, barbeque, keju, dan pedas, perbaikan desain kemasan, serta dukungan pada proses produksi. Hasil menunjukkan bahwa upaya tersebut mampu meningkatkan daya tarik produk, menyesuaikan dengan preferensi konsumen, serta memperluas peluang pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang sederhana namun tepat sasaran dapat memberikan dampak nyata bagi perkembangan usaha mikro.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved

PENDAHULUAN

Desa Kawahmanuk merupakan salah satu desa yang memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi berbasis masyarakat, khususnya melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan ketersediaan bahan baku lokal serta kondisi lingkungan yang mendukung, masyarakat memiliki peluang untuk mengembangkan berbagai jenis usaha, terutama di bidang makanan ringan seperti keripik tempe. Produk ini memiliki permintaan yang cukup stabil dan mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat desa. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi salah satu langkah strategis dalam meningkatkan perekonomian lokal secara berkelanjutan.

Salah satu UMKM yang berkembang di Desa Kawahmanuk adalah Tempe Pedo yang memproduksi keripik tempe sebagai produk utamanya. Usaha ini memiliki potensi untuk berkembang karena produk yang dihasilkan merupakan makanan yang umum dikonsumsi dan memiliki pasar yang luas. Selain itu, bahan baku tempe yang mudah diperoleh menjadi keunggulan tersendiri dalam keberlangsungan usaha. Namun demikian, dalam praktiknya, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan bisnis, terutama pada aspek tampilan produk, identitas usaha, serta pemasaran. Kondisi ini menyebabkan usaha belum mampu bersaing secara optimal dengan produk sejenis yang telah lebih berkembang di pasar.

Secara umum, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu mengembangkan bisnisnya secara

berkelanjutan. Pengembangan bisnis tidak hanya berkaitan dengan peningkatan produksi, tetapi juga mencakup aspek lain seperti kemasan, branding, dan strategi pemasaran. Tanpa adanya pengembangan yang menyeluruh, usaha cenderung sulit untuk berkembang dan mempertahankan keberlanjutannya di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Dalam pengembangan usahanya, Tempe Pedo masih menghadapi beberapa kendala yang cukup signifikan. Kemasan produk yang digunakan masih sederhana dan belum memiliki desain yang menarik maupun informasi produk yang jelas. Hal ini membuat produk kurang memiliki daya tarik visual dan kurang mampu menarik perhatian konsumen, terutama di pasar yang lebih luas. Selain itu, identitas produk yang belum kuat juga menyebabkan produk sulit untuk dikenali dan dibedakan dari produk lain yang sejenis. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek branding masih belum dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung pengembangan usaha.

Di sisi lain, strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha masih terbatas pada metode konvensional, seperti penjualan langsung di lingkungan sekitar. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran belum dilakukan secara maksimal, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Padahal, perkembangan teknologi digital saat ini memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, sistem penjualan yang belum terarah juga menjadi salah satu faktor yang menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan terhadap UMKM Tempe Pedo. Kegiatan ini difokuskan pada pengembangan bisnis melalui perbaikan kemasan, penguatan identitas produk, serta pengembangan strategi pemasaran dan penjualan. Pendampingan dilakukan secara partisipatif agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra serta dapat diterapkan secara berkelanjutan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan usaha dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing di pasar yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan bisnis UMKM Tempe Pedo di Desa Kawahmanuk.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kawahmanuk dengan mitra UMKM Tempe Pedo yang bergerak di bidang produksi keripik tempe. Lokasi ini dipilih karena usaha memiliki potensi untuk dikembangkan, namun masih menghadapi kendala dalam inovasi dan pengembangan produk. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama periode live-in sebagai bagian dari program *Community Development* yang berlangsung dalam kurun waktu kurang lebih satu bulan. Selama periode tersebut, tim melakukan pendampingan secara langsung kepada mitra.

Khalayak Sasaran. Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik UMKM Tempe Pedo sebagai pelaku utama usaha. Selain itu, kegiatan ini juga secara tidak langsung berdampak pada tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada kebutuhan untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui inovasi dan pengembangan produk. Dengan berfokus pada pelaku usaha secara langsung, diharapkan perubahan yang dilakukan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Metode Pengabdian Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan sistem pendampingan partisipatif berbasis

Community Development. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan tim untuk terlibat secara langsung dalam kegiatan usaha mitra, sehingga dapat memahami kondisi nyata yang dihadapi serta memberikan solusi yang lebih tepat sasaran. Selain itu, metode ini juga mendorong keterlibatan aktif dari mitra dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga hasil yang dicapai dapat lebih berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap observasi awal yang dilakukan selama periode live-in. Pada tahap ini, tim melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi keripik tempe, mulai dari persiapan bahan baku hingga proses pengemasan. Selain itu, dilakukan juga wawancara dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait kondisi usaha, kendala yang dihadapi, serta potensi yang dimiliki. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa usaha masih memiliki keterbatasan dalam variasi produk dan tampilan kemasan, sehingga menjadi fokus utama dalam kegiatan pendampingan. Selanjutnya, dilakukan tahap perencanaan program berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dilakukan. Pada tahap ini, tim merancang beberapa solusi yang dapat diterapkan oleh mitra, khususnya dalam aspek inovasi dan pengembangan produk. Program yang dirancang meliputi pengembangan varian rasa baru yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, serta perbaikan desain kemasan agar lebih menarik dan memiliki identitas produk yang lebih jelas. Perencanaan ini juga mempertimbangkan kemampuan produksi mitra agar program yang dijalankan tetap realistis dan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Tahap berikutnya adalah tahap implementasi, di mana program yang telah dirancang mulai diterapkan secara langsung bersama mitra. Dalam tahap ini, tim melakukan pendampingan dalam proses pembuatan varian rasa baru seperti balado, barbeque, keju, dan pedas. Selain itu, dilakukan juga perbaikan pada desain kemasan dengan mempertimbangkan aspek visual, informasi produk, serta kemudahan penggunaan. Proses ini dilakukan secara kolaboratif dengan mitra agar mereka dapat memahami dan menguasai setiap perubahan yang dilakukan. Pendampingan juga dilakukan secara bertahap untuk memastikan bahwa mitra dapat mengikuti dan menerapkan inovasi tersebut dengan baik. Selama proses implementasi, tim juga melakukan monitoring secara berkala untuk melihat perkembangan dari program yang dijalankan. Monitoring ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul selama proses penerapan inovasi serta mencari solusi yang dapat dilakukan secara langsung. Dengan adanya monitoring, program yang dijalankan menjadi lebih fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Selain itu, proses ini juga membantu memastikan bahwa setiap tahap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Melalui metode pengabdian ini, diharapkan kegiatan pendampingan tidak hanya memberikan perubahan jangka pendek, tetapi juga mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam mengembangkan usahanya secara mandiri. Pendekatan partisipatif yang digunakan memungkinkan mitra untuk terlibat secara aktif, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat terus diterapkan setelah program selesai. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi perkembangan UMKM Tempe Pedo, khususnya dalam aspek inovasi dan pengembangan produk.

Indikator Keberhasilan Indikator keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ini difokuskan pada aspek pengembangan bisnis yang telah dilakukan selama proses pendampingan. Pertama, adanya perbaikan pada kemasan produk yang menjadi lebih menarik dan informatif dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Kedua, terbentuknya identitas produk yang lebih jelas sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. Ketiga, adanya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, keberhasilan juga

diukur dari adanya perubahan dalam cara mitra melakukan pemasaran dan penjualan produk. Mitra mulai memahami pentingnya strategi pemasaran yang lebih terarah serta pemanfaatan platform digital untuk mendukung penjualan. Indikator lainnya adalah meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya branding dan tampilan produk dalam menarik minat konsumen. Dengan demikian, keberhasilan tidak hanya dilihat dari hasil fisik yang dihasilkan, tetapi juga dari peningkatan kapasitas dan pemahaman mitra dalam mengembangkan usahanya.

Metode Evaluasi Metode evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas dari kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan cara membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah dilakukan intervensi, khususnya pada aspek kemasan, identitas produk, serta strategi pemasaran. Perubahan yang terjadi diamati melalui peningkatan tampilan produk, kejelasan identitas usaha, serta adanya aktivitas pemasaran yang lebih terarah. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi langsung dan diskusi dengan mitra untuk mengetahui sejauh mana perubahan yang dilakukan dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Melalui diskusi tersebut, tim dapat memahami kendala yang masih dihadapi serta memperoleh masukan terkait efektivitas program yang telah dijalankan. Evaluasi juga mencakup pemantauan terhadap penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan bagaimana hal tersebut membantu dalam memperluas jangkauan konsumen. Dengan adanya metode evaluasi ini, diharapkan kegiatan pengabdian tidak hanya berhenti pada tahap implementasi, tetapi juga dapat memberikan gambaran mengenai keberlanjutan program. Evaluasi yang dilakukan secara menyeluruh memungkinkan adanya perbaikan dan pengembangan lebih lanjut sehingga usaha dapat terus berkembang secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan Proses Pengembangan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pada proses produksi merupakan salah satu bagian penting dalam program pengembangan bisnis UMKM Tempe Pedo di Desa Kawahmanuk. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk serta efisiensi dalam proses produksi, sehingga usaha dapat menghasilkan produk yang lebih konsisten dan memiliki daya saing yang lebih baik di pasar. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan selama periode live-in, diketahui bahwa proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan metode yang sederhana serta belum memiliki alur kerja yang terstruktur. Hal ini menyebabkan proses produksi berjalan kurang efisien dan hasil produk yang dihasilkan belum konsisten dari waktu ke waktu. Selain itu, keterbatasan peralatan produksi juga menjadi salah satu kendala dalam mendukung peningkatan kapasitas produksi.

Keunggulan dari UMKM Tempe Pedo terletak pada penggunaan bahan baku yang diproduksi secara mandiri, yaitu pembuatan tempe dari kedelai yang dilakukan langsung oleh mitra. Proses ini dimulai dari tahap pencucian kedelai, perebusan, hingga proses fermentasi yang menghasilkan tempe siap olah. Dengan memproduksi bahan baku sendiri, mitra memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kualitas tempe yang digunakan dalam produksi keripik. Namun, proses ini juga membutuhkan ketelitian dan konsistensi agar kualitas tempe tetap terjaga. Oleh karena itu, dalam pendampingan, tim juga memberikan perhatian pada pentingnya menjaga kebersihan dan konsistensi dalam proses pembuatan tempe sebagai bagian dari kualitas produk secara keseluruhan.



Gambar 1. Tim membantu mitra dalam proses produksi keripik tempe

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana tim terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi bersama mitra. Kegiatan dimulai dari proses pengolahan tempe menjadi keripik, termasuk pemotongan tempe dengan ukuran yang relatif seragam agar hasil akhir lebih konsisten. Tim juga membantu dalam mengatur alur kerja produksi agar lebih terstruktur, sehingga setiap tahapan dapat dilakukan secara lebih efisien. Dengan adanya pengaturan alur kerja yang lebih baik, proses produksi menjadi lebih tertata dan tidak terjadi penumpukan pekerjaan pada satu tahap tertentu.

Dalam kegiatan pendampingan, dilakukan juga penambahan alat produksi untuk mendukung efisiensi kerja. Beberapa alat yang ditambahkan antara lain kompor mawar yang membantu proses penggorengan dalam jumlah yang lebih besar, serta penggunaan baskom besi untuk proses pengadukan agar kapasitas produksi dapat ditingkatkan. Dengan adanya peralatan tambahan ini, mitra dapat melakukan produksi dalam jumlah yang lebih banyak dalam satu waktu, sehingga lebih efisien dibandingkan dengan metode sebelumnya. Penambahan alat ini juga membantu mempercepat proses produksi dan mendukung pengembangan kapasitas usaha kedepannya.

Selain peningkatan pada aspek alat dan alur kerja, pelatihan juga menekankan pentingnya kebersihan dalam proses produksi. Mitra mulai diarahkan untuk menggunakan sarung tangan selama proses produksi guna menjaga higienitas produk. Sebelumnya, aspek kebersihan belum menjadi perhatian utama dalam kegiatan produksi sehari-hari. Dengan adanya penggunaan sarung tangan, proses produksi menjadi lebih bersih dan produk yang dihasilkan lebih terjamin keamanannya. Hal ini juga menjadi salah satu langkah penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.



Gambar 2. Tim membeli alat produksi yang dibutuhkan oleh mitra

Pada tahap akhir produksi, dilakukan pendampingan dalam proses pengemasan produk, termasuk penggantian stiker kemasan agar produk memiliki identitas yang lebih jelas. Sebelumnya, kemasan yang digunakan masih sederhana dan belum mencerminkan identitas usaha secara optimal. Setelah dilakukan perubahan, stiker yang berada di kemasan menjadi lebih menarik dan informatif sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Penggunaan sticker yang lebih baik juga membantu dalam membangun branding produk agar lebih mudah dikenali di pasar.



Gambar 3. Desain kemasan produk sebelum dan sesudah

Selain itu, pelatihan juga mencakup pengelolaan proses produksi secara keseluruhan agar lebih efisien dan berkelanjutan. Mitra mulai memahami pentingnya mengatur waktu produksi, penggunaan alat, serta pembagian tugas agar proses kerja berjalan lebih lancar. Dengan adanya perubahan ini, usaha tidak hanya mengalami peningkatan dari segi kualitas produk, tetapi juga dari segi pengelolaan produksi yang lebih baik.

Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pengembangan bisnis UMKM secara jangka panjang.

Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga keterampilan yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Perubahan yang terjadi terlihat dari penggunaan alat yang lebih memadai, proses produksi yang lebih terstruktur, serta peningkatan kesadaran terhadap kebersihan dan tampilan produk. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan dalam mendukung pengembangan bisnis UMKM Tempe Pedo di Desa Kawahmanuk.

Keberhasilan Kegiatan

Omzet



Gambar 4. Omzet mitra

Keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Tempe Pedo di Desa Kawahmanuk dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan selama periode sebelum dan saat pelaksanaan pendampingan. Berdasarkan data yang diperoleh, omzet usaha pada bulan September sebesar Rp2.154.000, kemudian mengalami penurunan pada bulan Oktober menjadi Rp1.279.000. Pada bulan November, omzet mulai menunjukkan peningkatan menjadi Rp1.469.000, meskipun masih belum kembali ke tingkat awal.

Namun, setelah dilakukan kegiatan pendampingan yang berfokus pada pengembangan bisnis, khususnya pada aspek perbaikan kemasan, penguatan identitas produk, serta strategi pemasaran dan penjualan, terjadi peningkatan omzet yang cukup signifikan pada bulan Desember. Omzet usaha meningkat menjadi Rp4.303.000, yang merupakan angka tertinggi dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan adanya dampak positif dari program yang telah dilaksanakan.

Jika dibandingkan dengan bulan November, terjadi peningkatan omzet sebesar lebih dari dua kali lipat pada bulan Desember. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan yang dilakukan selama pendampingan mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, peningkatan ini juga menunjukkan bahwa

strategi yang diterapkan, seperti perbaikan kemasan dan pemanfaatan pemasaran yang lebih terarah, dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa program pengembangan bisnis yang dilakukan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha mitra. Meskipun sebelumnya omzet mengalami fluktuasi, intervensi yang dilakukan selama periode pendampingan mampu mendorong peningkatan yang cukup besar dalam waktu yang relatif singkat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil dalam mendukung pengembangan usaha UMKM Tempe Pedo, terutama dalam meningkatkan omzet dan daya saing di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis UMKM Tempe Pedo di Desa Kawahmanuk dapat dilakukan secara efektif melalui perbaikan kemasan, penguatan identitas produk, serta pengembangan strategi pemasaran dan penjualan. Pendampingan partisipatif yang dilakukan memungkinkan mitra untuk memahami dan menerapkan perubahan secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dari sisi operasional, penggunaan alat produksi yang lebih memadai serta pengaturan alur kerja yang lebih terstruktur mampu meningkatkan efisiensi dan konsistensi proses produksi, sementara penerapan aspek kebersihan seperti penggunaan sarung tangan turut meningkatkan kualitas produk. Selain itu, perbaikan pada kemasan melalui penggunaan sticker yang lebih informatif dan menarik berhasil meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat branding produk. Dari sisi pemasaran, pemanfaatan media sosial dan strategi penjualan yang lebih terarah membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen. Keberhasilan program ini juga didukung oleh peningkatan omzet yang signifikan pada bulan Desember dibandingkan bulan-bulan sebelumnya, yang menunjukkan adanya dampak nyata dari kegiatan pendampingan terhadap kinerja usaha. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang sederhana namun tepat sasaran dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- Chomsatu, Y., Mursito, B., & Maulana, I. (2019). Strategi peningkatan penjualan melalui packaging produk yang menarik pada UMKM. *Jurnal Budimas*, 1(1), 5–8.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rahmana, A. (2009). Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sokovic, M., Pavletic, D., & Pipan, K. K. (2010). Quality improvement methodologies – PDCA cycle, RADAR matrix, DMAIC and DFSS. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 43(1), 476–483.