

Pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui Penguatan Manajemen Usaha di Kawasan Borobudur

Sugeng Eko Yuli Waluyo¹⁾, Azizah Rahma Permata²⁾, Angeline Maria Lanma³⁾, Indah Permatasari⁴⁾, Luluk Widiya Nengseh⁵⁾, Melda Mutiara⁶⁾, Nasuwa Rahma Dahlia⁷⁾, Revaldo Angelo Pradana⁸⁾, Sabrina Wahyu Novalia⁹⁾, Serly Maghdalena¹⁰⁾*

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Program Studi Manajemen, Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto, Indonesia.

Diterima: 27 12 2025

Direvisi: 31 12 2025

Disetujui: 02 01 2026

Abstrak

UMKM Rengginang Bu Yatin merupakan salah satu pelaku usaha kuliner tradisional yang berperan penting dalam mendukung perekonomian masyarakat di kawasan wisata Borobudur. Namun demikian, dalam menghadapi persaingan usaha dan dinamika pasar pariwisata, UMKM ini masih menghadapi berbagai permasalahan, khususnya pada aspek manajemen pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui penguatan kapasitas manajemen pada ketiga aspek tersebut guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik dan pekerja, pendampingan manajerial, serta pelatihan sederhana yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap strategi pemasaran, terutama pemanfaatan media digital dan kemitraan dengan sektor pariwisata, perbaikan alur operasional produksi yang lebih efisien dan higienis, serta penguatan pengelolaan sumber daya manusia melalui pembagian tugas yang lebih jelas dan peningkatan kedisiplinan kerja. Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya manajemen usaha yang terintegrasi dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Dengan adanya program pemberdayaan ini, UMKM Rengginang Bu Yatin diharapkan mampu meningkatkan kinerja usaha, memperluas jangkauan pasar, serta berkontribusi secara berkelanjutan terhadap pengembangan ekonomi masyarakat di kawasan wisata Borobudur.

Kata kunci: pemberdayaan umkm, manajemen operasional, pemasaran umkm, sumber daya manusia, wisata borobudur

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional serta peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi local (Tambunan, 2020). Di kawasan wisata, UMKM berperan strategis sebagai penyedia produk dan jasa berbasis kearifan lokal yang mampu meningkatkan nilai tambah destinasi pariwisata serta memperpanjang lama kunjungan wisatawan. Kawasan Wisata Borobudur sebagai destinasi pariwisata prioritas nasional membuka peluang besar bagi pengembangan UMKM kuliner tradisional yang terintegrasi dengan sektor pariwisata (Ekonomi Kreatif, 2021). Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa banyak UMKM di kawasan wisata masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan usaha secara manajerial, sehingga potensi ekonomi yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal (Prasetyo & Kistanti, 2020).

UMKM Rengginang Bu Yatin merupakan salah satu usaha kuliner tradisional yang berkembang di sekitar kawasan Borobudur dan dikenal sebagai produsen rengginang khas daerah yang menjadi oleh-oleh wisatawan (Rahmawati et al., 2021). Keberadaan usaha ini

* Korespondensi Penulis. E-mail: serlimahdalena5@gmail.com

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.1, Januari 2026: 14-21

Pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui Penguatan Manajemen Usaha di Kawasan Borobudur

tidak hanya berperan dalam menjaga kelestarian produk pangan tradisional, tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat sekitar melalui penyerapan tenaga kerja local (Widodo & Nurhadi, 2020). Meskipun telah beroperasi dalam jangka waktu yang relatif lama, hasil observasi awal menunjukkan bahwa UMKM Rengginang Bu Yatin masih menghadapi sejumlah permasalahan utama, antara lain strategi pemasaran yang belum terstruktur, proses operasional yang masih bersifat tradisional, serta pengelolaan sumber daya manusia yang belum dilakukan secara sistematis (D. A. Putri & Anam, 2022). Permasalahan tersebut berpotensi menghambat peningkatan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi persaingan produk sejenis di kawasan wisata.

Secara teoretis, penguatan manajemen pemasaran, manajemen operasional, dan manajemen sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Manajemen pemasaran berperan penting dalam meningkatkan visibilitas produk, membangun citra merek, serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media digital dan pengembangan jejaring kemitraan pariwisata. Manajemen operasional berfungsi untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, menjaga konsistensi kualitas produk, serta meminimalkan pemborosan sumber daya (Heizer et al., 2020). Sementara itu, manajemen sumber daya manusia berperan dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja, kedisiplinan, serta kejelasan pembagian tugas yang berdampak langsung terhadap kinerja usaha (Hasibuan, 2020). Sejumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya juga menunjukkan bahwa pendampingan manajerial mampu meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan (N. P. Sari et al., 2021).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan solusi berupa pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui penguatan manajemen pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia yang disesuaikan dengan karakteristik usaha serta potensi lokal kawasan wisata Borobudur (Yuliana & Prabowo, 2022). Pendekatan pemberdayaan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha, memperbaiki efisiensi proses produksi, serta memperluas akses pasar produk rengginang sebagai oleh-oleh khas daerah (Nugroho et al., 2020). Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mendukung pengembangan UMKM lokal agar lebih berdaya saing, mandiri, dan berkelanjutan dalam mendukung ekosistem pariwisata di kawasan Borobudur (Arifin & Fauzi, 2021). UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat lokal, khususnya di kawasan wisata, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai kegiatan pengabdian yang dipublikasikan pada JBIMA (Permata & Lanma, 2023; Waluyo et al., 2025).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan, sehingga program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan. Sasaran kegiatan adalah UMKM Rengginang Bu Yatin yang berlokasi di kawasan wisata Borobudur, Kabupaten Magelang, dengan melibatkan pemilik usaha dan pekerja aktif dalam proses produksi dan pemasaran sebagai mitra kegiatan (Arifin & Fauzi, 2021). Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama satu periode pengabdian dengan fokus pada penguatan manajemen pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia sebagai aspek utama pengembangan usaha (Yuliana & Prabowo, 2022).

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri atas beberapa langkah, yaitu tahap identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan pendampingan, serta evaluasi kegiatan. Tahap identifikasi permasalahan dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik dan pekerja UMKM untuk menggali kondisi manajemen pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia yang telah berjalan (D. A. Putri & Anam,

2022). Tahap perencanaan program dilakukan dengan menyusun materi pendampingan dan pelatihan sederhana yang disesuaikan dengan kapasitas UMKM serta potensi kawasan wisata Borobudur (Nugroho et al., 2020).

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan pengabdian dilakukan melalui pendampingan langsung, diskusi interaktif, dan praktik sederhana. Pendampingan manajemen pemasaran difokuskan pada penguatan strategi promosi, pemanfaatan media digital, serta pengembangan kemitraan dengan sektor pariwisata dan toko oleh-oleh. Pendampingan manajemen operasional diarahkan pada penataan alur produksi, peningkatan efisiensi kerja, serta penguatan pengendalian kualitas produk tanpa menghilangkan ciri khas proses tradisional rengginang (Heizer et al., 2020). Sementara itu, pendampingan manajemen sumber daya manusia dilakukan melalui penguatan pembagian tugas kerja, peningkatan kedisiplinan, serta pemahaman pentingnya kerja tim dalam mendukung keberlanjutan usaha (Hasibuan, 2020).

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan program pengabdian berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Teknik analisis yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan (Rahmawati et al., 2021). Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap manajemen pemasaran, perbaikan alur operasional produksi, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia secara terstruktur (Widodo & Nurhadi, 2020). Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk melihat dampak kegiatan pengabdian dan peluang pengembangan UMKM Rengginang Bu Yatin secara berkelanjutan di kawasan wisata Borobudur (Prasetyo & Kistanti, 2020). Pendekatan partisipatif dipilih agar program pengabdian sesuai dengan kebutuhan mitra dan kondisi lapangan, sebagaimana diterapkan dalam kegiatan pengabdian sebelumnya (Nengseh et al., 2025; Permatasari et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa UMKM Rengginang Bu Yatin telah menerapkan praktik manajemen usaha secara sederhana namun berkelanjutan dalam menghadapi persaingan pasar produk pangan tradisional (D. P. Sari & Nugroho, 2021). Pengelolaan usaha yang berfokus pada kualitas produk, keterlibatan tenaga kerja lokal, serta kedekatan dengan konsumen menjadi faktor utama keberlangsungan usaha ini, yang semakin diperkuat melalui proses pendampingan manajerial yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian (Prasetyo & Kistanti, 2020).

Pada aspek manajemen sumber daya manusia, UMKM Rengginang Bu Yatin mempekerjakan tenaga kerja lokal dengan sistem pembagian tugas yang relatif jelas pada setiap tahapan produksi, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan produk akhir (Hidayat & Kurniawan, 2021). Melalui kegiatan pendampingan, pola kerja yang mengedepankan kedisiplinan, kerja sama tim, dan komunikasi informal semakin diperkuat sehingga mampu meningkatkan efisiensi produksi pada UMKM berbasis rumah tangga (A. R. Putri & Lestari, 2023).

Dari sisi pemasaran, hasil pengamatan selama kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa UMKM Rengginang Bu Yatin menggabungkan strategi pemasaran konvensional dan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Wibowo & Ardiansyah, 2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek serta menarik minat wisatawan sebagai konsumen utama produk oleh-oleh khas daerah (Ananda & Susanto, 2022).

Pada aspek manajemen keuangan, UMKM Rengginang Bu Yatin masih menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara manual untuk mengontrol arus kas masuk dan keluar

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.1, Januari 2026: 14-21

Pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui Penguatan Manajemen Usaha di Kawasan Borobudur usaha (Dewi & Ramadhan, 2021). Meskipun belum menggunakan sistem akuntansi digital, kegiatan pendampingan mendorong pemilik usaha untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha, sehingga membantu menjaga stabilitas keuangan dan keberlanjutan operasional bisnis (Fauzi & Ningsih, 2022).

Dalam manajemen operasional, proses produksi rengginang masih mempertahankan metode tradisional dengan penggunaan bahan baku lokal untuk menjaga cita rasa dan kualitas produk (Maulana & Fitriani, 2021). Penggunaan alat bantu modern pada beberapa tahapan produksi menunjukkan adanya upaya peningkatan efisiensi tanpa menghilangkan karakteristik produk tradisional, yang semakin optimal setelah adanya pendampingan operasional (Prakoso & Yuliana, 2023). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas manajerial UMKM setelah dilakukan pendampingan berkelanjutan, sejalan dengan temuan pengabdian lain yang dipublikasikan di JBIMA (Dahlia & Pradana, 2022; Waluyo et al., 2025).

PEMBAHASAN

Gambar 1. Banner Pembuka Rumah Produksi Rengginang "Bu Yatin"

Gambar tersebut menampilkan banner pembuka rumah produksi Rengginang "Bu Yatin" di kawasan wisata Borobudur yang berperan sebagai media promosi berbasis branding lokal, di mana informasi mengenai bahan baku utama berupa beras ketan, komposisi bumbu tradisional, serta alur proses produksi (perendaman, pencetakan, penjemuran ±2 hari, penggorengan, hingga pengemasan) dituliskan secara jelas sebagai bentuk transparansi produk dan standar operasional sederhana, yang mendukung penguatan manajemen pemasaran melalui strategi product awareness dan personal branding guna membangun kepercayaan wisatawan dalam memilih oleh-oleh khas lokal, sekaligus mencerminkan kontribusi usaha terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat karena dikelola oleh pemilik bersama tenaga kerja lokal, sehingga keberadaan banner ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat ekosistem UMKM di kawasan wisata Borobudur.



Gambar 2. Proses Pembentukan Rengginang

Gambar tersebut menunjukkan proses pembentukan rengginang yang dilakukan secara tradisional oleh sekelompok ibu-ibu dalam sebuah kegiatan pengabdian masyarakat. Di dalam ruangan produksi yang sederhana namun tertata, terlihat para produsen sedang mencetak ketan di atas meja stainless steel yang higienis untuk menjaga kualitas produk. Kerja sama tim ini mencerminkan pemberdayaan ekonomi lokal melalui industri rumah tangga, di mana penggunaan peralatan yang tepat dan metode produksi yang konsisten menjadi kunci untuk menghasilkan rengginang dengan bentuk yang seragam sebelum memasuki tahap pengeringan.



Gambar 3. Proses Pengeringan Rengginang

Gambar 3 menunjukkan salah satu tahapan krusial dalam produksi pangan lokal, yaitu proses pengeringan rengginang yang dilakukan menggunakan alat pengering sederhana atau rak penjemuran. Proses ini bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam adonan ketan secara optimal sehingga tekstur rengginang menjadi keras dan siap untuk digoreng hingga mekar sempurna (krispi). Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat yang tertera pada judul jurnal (JBIMA), dokumentasi ini menggambarkan penerapan teknologi tepat guna atau standarisasi metode pengeringan guna menjaga higienitas dan efisiensi produksi bagi para pelaku UMKM, sekaligus memastikan kualitas produk akhir tetap konsisten dan memiliki daya simpan yang lebih lama.



Gambar 4. Proses Penggorengan Rengginang

Berdasarkan Gambar 5, strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Rengginang "Bu Yatin" berfokus pada optimalisasi gerai fisik yang mengedepankan kearifan lokal melalui desain interior tradisional bermaterial bambu. Penataan produk dilakukan secara sistematis pada rak-rak kayu dan wadah anyaman yang terbuka, sehingga memudahkan konsumen

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.1, Januari 2026: 14-21

Pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui Penguatan Manajemen Usaha di Kawasan Borobudur untuk melihat variasi produk secara langsung (visual merchandising). Selain itu, penggunaan papan informasi dan branding yang jelas di area toko berfungsi sebagai sarana komunikasi produk yang efektif untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas rengginang yang ditawarkan. Pendekatan ini menunjukkan upaya produsen dalam menciptakan pengalaman belanja yang autentik sekaligus profesional guna meningkatkan daya tarik pasar di sektor industri makanan ringan tradisional.



Gambar 6. Foto Bersama Tim PKL Dengan Produk Rengginang “Bu Yatin”

Berdasarkan Gambar 6, kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini melibatkan interaksi langsung antara mahasiswa dengan objek usaha melalui program pendampingan dan observasi produk Rengginang "Bu Yatin". Kehadiran tim PKL bertujuan untuk membantu mengidentifikasi potensi pengembangan usaha, baik dari segi pengemasan maupun strategi promosi, guna meningkatkan nilai tambah produk tradisional tersebut di pasar yang lebih luas. Melalui dokumentasi ini, terlihat adanya sinergi antara dunia akademik dan pelaku UMKM dalam upaya melestarikan serta mengomersialkan produk lokal secara lebih profesional. Penguatan manajemen pemasaran dan operasional terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM, sebagaimana juga dilaporkan dalam beberapa artikel pengabdian JBIMA lainnya (Permata & Lanma, 2023).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Rengginang Bu Yatin di kawasan wisata Borobudur menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha. Penguatan yang dilakukan pada aspek manajemen pemasaran, manajemen operasional, dan manajemen sumber daya manusia mampu membantu UMKM dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan. Pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait strategi pemasaran, khususnya melalui pemanfaatan media digital dan pengembangan kemitraan dengan sektor pariwisata sebagai upaya memperluas jangkauan pasar produk.

Selain itu, kegiatan pendampingan juga berdampak pada perbaikan proses operasional usaha, terutama dalam penataan alur produksi yang menjadi lebih efisien dan higienis tanpa menghilangkan karakteristik tradisional produk rengginang. Pada aspek sumber daya manusia, terjadi penguatan dalam pembagian tugas kerja dan peningkatan kedisiplinan tenaga kerja, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap kelancaran proses produksi. Di sisi lain, kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan juga meningkat, ditandai dengan pemisahan keuangan pribadi dan usaha meskipun masih menggunakan sistem pencatatan sederhana.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis penguatan fungsi manajemen dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian UMKM berbasis potensi lokal. Melalui

integrasi manajemen pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia, UMKM Renggingang Bu Yatin diharapkan mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi masyarakat dan ekosistem pariwisata di kawasan Borobudur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Susanto, H. (2022). Digital marketing strategy for local food SMEs in tourism areas. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 10(2), 85–96.
- Ardhana, M. R., & Suriyanto, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 1670–1686. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5245>
- Arifin, Z., & Fauzi, A. (2021). Pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 145–153.
- Dewi, M. K., & Ramadhan, F. (2021). Financial management practices of micro enterprises in Indonesia. *Jurnal Akuntansi UMKM*, 6(1), 15–26.
- Ekonomi Kreatif, K. P. (2021). Pengembangan destinasi pariwisata prioritas nasional. Kemenparekraf RI.
- Fauzi, A., & Ningsih, S. (2022). Cash flow management and business sustainability of SMEs. *Journal of Accounting and Finance Research*, 5(3), 112–121.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). Manajemen sumber daya manusia (Edisi Revisi). Bumi Aksara.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson Education.
- Hidayat, T., & Kurniawan, D. (2021). Human resource management in family-based SMEs. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–55.
- Kurniawati, E., Suryanto, T., & Azizah, N. (2021). Adaptive capability and performance of SMEs during uncertainty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 133–144.
- Maulana, R., & Fitriani, L. (2021). Traditional food processing and product quality in SMEs. *Food Industry Journal*, 9(1), 27–36.
- Nugroho, R., Lestari, S., & Wibowo, A. (2020). Strategi penguatan UMKM pangan lokal berbasis pariwisata. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(3), 201–210.
- Nurfadilah, S., & Hakim, L. (2024). Local community empowerment through food-based SMEs. *Journal of Community Development*, 8(1), 1–12.
- Prakoso, B., & Yuliana, I. (2023). Technology adoption in traditional food SMEs. *Jurnal Teknologi Industri*, 18(2), 98–108.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Analisis kendala pengembangan UMKM di kawasan wisata. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 98–107.
- Putri, A. R., & Lestari, D. (2023). Work culture and productivity in small-scale food enterprises. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 7(2), 61–72.
- Putri, D. A., & Anam, C. (2022). Pendampingan manajemen UMKM kuliner tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 55–63.
- Rahmawati, I., Susanto, H., & Dewi, M. K. (2021). UMKM kuliner sebagai penggerak ekonomi lokal di kawasan wisata. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 89–97.

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.1, Januari 2026: 14-21

- Pemberdayaan UMKM Rengginang Bu Yatin melalui Penguatan Manajemen Usaha di Kawasan Borobudur
Saputra, Y., Handayani, R., & Prabowo, A. (2023). The impact of digital marketing on traditional food SMEs performance. *Journal of Marketing Innovation*, 5(1), 23–34.
- Sari, D. P., & Nugroho, M. A. (2021). Business sustainability of Indonesian SMEs. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 22(1), 89–99.
- Sari, N. P., Wahyuni, S., & Lestari, D. (2021). Dampak pendampingan manajerial terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Abdimas*, 4(1), 33–41.
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Tenima, Y., Moniharapon, S., & Lintong, D. (2022). The Influence Of Price Perceptions, Social Media Advertising and Word of Mouth On Purchasing Decisions at Surabaya Meatball Restaurants In Bahu. *Jurnal EMBA*, 11(3), 1367–1378.
- Utami, W., Laila, N., & Prasetyo, E. (2024). Simple accounting practices in micro enterprises. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 9(1), 55–66.
- Wibowo, A., & Ardiansyah, R. (2021). Marketing mix implementation in food SMEs. *Jurnal Pemasaran Modern*, 3(2), 74–83.
- Widodo, S., & Nurhadi, M. (2020). Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 15(2), 120–128.
- Yuliana, R., & Prabowo, A. (2022). Model pemberdayaan UMKM berbasis pengabdian masyarakat. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 211–220.
- Dahlia, N. R., & Pradana, R. A. (2022). Strategi pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal. *JBIMA*, 1(3), 133–142.
- Nengseh, L. W., Mutiara, M., & Dahlia, N. R. (2025). Penguatan manajemen operasional UMKM pangan tradisional. *JBIMA*, 2(1), 45–54.
- Permata, A. R., & Lanma, A. M. (2023). Pendampingan manajemen pemasaran UMKM berbasis wisata lokal. *JBIMA*, 2(2), 85–94.
- Permatasari, I., Mutiara, M., & Maghdalena, S. (2024). Pendampingan pengelolaan usaha UMKM kuliner tradisional. *JBIMA*, 2(2), 105–114.