

STRATEGI INOVASI PRODUK DIVERSIFIKASI UNTUK MENCIPTAKAN KEUNIKAN DALAM BRANDING UMKM DI DESA TUNDAGAN

Risa Nur Andini^{1)*}, Dadan Muldan²⁾, Ismi Marpuah³⁾, Andika Maulana Yusup⁴⁾, Nia Melani⁵⁾,
Yesi Giselawati⁶⁾, Aulia Magfiro Agustin⁷⁾, Siti Komalasari⁸⁾, Reza Aqilla Fadia⁹⁾, Islah
Rohmati¹⁰⁾, Bryan Firstio Chantiago¹¹⁾, Jajang Nurjaman¹²⁾, Diky Andrean¹³⁾, Ibnu
Sulaeman¹⁴⁾

STKIP Muhammadiyah Kuningan

¹⁾risanurandini23@gmail.com, ²⁾dadanmuldan@upmk.ac.id, ³⁾mismi2276@gmail.com,
⁴⁾andikamaulanayusup33@gmail.com, ⁵⁾melania54@gmail.com, ⁶⁾yesigisela01@gmail.com
⁷⁾auliagemagfiro20@gmail.com ⁸⁾sitikomalasari2002@gmail.com ⁹⁾islahrohmatin@gmail.com
¹⁰⁾jajangganteng10734@gmail.com ¹¹⁾dikyandrian60@gmail.com
¹²⁾heyibnusulaeman@gmail.com, ¹³⁾rezaaqillafadia@gmail.com, ¹⁴⁾bryan.center3@gmail.com

Histori artikel

Received:
30 Agustus 2023

Accepted:
28 November 2023

Published:
30 November 2023

Abstrak

Gula aren merupakan salah satu produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Tundagan, Kecamatan Hantara, Kabupaten Kuningan. Dalam menjalankan usahanya, UMKM ini masih menghadapi permasalahan, yaitu bidang produksi dan pengemasan produk. KKN STKIP Muhammadiyah Kuningan melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan produksi serta pengemasan produk. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dan observasi secara langsung serta wawancara yang dilakukan kepada pelaku UMKM gula aren Desa Tundagan. Data dikumpulkan dan dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa produk gula aren mendapatkan respon dan penjualan yang sangat signifikan dengan adanya inovasi baru dalam segi kemasan yang diubah sedemikian sehingga dibuat lebih menarik. Dengan pengemasan ini gula aren dapat dipasarkan ke berbagai wilayah. Hasil pengabdian, juga menunjukkan terjadinya peningkatan permintaan dari wilayah di luar lokasi produksi. Hal ini menunjukkan bahwa gula aren memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dan memerlukan dukungan sisi pemasaran secara online.

Kata-kata kunci: Gula Aren, Inovasi, Respon Konsumen, UMKM

*Penulis Koresponden: Risa Nur Andini (risanurandini23@gmail.com)

Abstract. Palm sugar is one of the local products produced by UMKM in Tundagan Village, Hantara District, Kuningan Regency. In running their business, these UMKM still face problems, namely in the areas of product production and packaging. KKN STKIP Muhammadiyah Kuningan carries out Community Service activities which aim to improve and increase product production and packaging. The method used is a qualitative method and direct observation as well as interviews conducted with palm sugar UMKM in Tundagan Village. Data was collected and analyzed using a qualitative descriptive approach. The results of the dedication showed that palm sugar products received a very significant response and sales due to new innovations in terms of packaging which was changed in such a way that it was made more attractive. With this packaging, palm sugar can be marketed to various regions. The results of the service also show an increase in demand from areas outside the production location. This shows that palm sugar has the potential to be developed further and requires online marketing support.

Keywords: Palm Sugar, Innovation, Consumer Response, UMKM

PENDAHULUAN

KKN merupakan mata kuliah wajib di STKIP Muhammadiyah Kuningan dengan tujuan untuk berintegrasi ke dalam masyarakat. Mahasiswa harus mampu menemukan, mengidentifikasi, merumuskan, dan memecahkan masalah secara interdisipliner, global, dan interdisipliner. Selain itu diharapkan dapat mendukung pengembangan keterampilan untuk mendorong pembangunan dengan memberdayakan masyarakat dan mendekatkan perguruan tinggi kepada masyarakat.

Dalam melaksanakan KKN, mahasiswa sebagai pelaksana harus mampu mengembangkan ilmu yang diperoleh dan membantu masyarakat untuk memecahkan berbagai permasalahan yang muncul di masyarakat. Selain itu, sebagai bentuk penerapan pengetahuan yang dimiliki, siswa harus mampu mengembangkan keterampilan yang mempersiapkan dirinya menghadapi tantangan yang akan dihadapinya di lingkungan masyarakat.

KKN STKIP Muhammadiyah Kuningan dilaksanakan desa Tundagan, kecamatan Hantara, kabupaten Kuningan. Berdasarkan hasil survei mahasiswa KKN yang ditempatkan di sana, pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menghadapi berbagai persoalan. UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah; karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal (Hendriyanto, 2015). Berdasarkan hasil survei dan observasi ini didapatkan bahwa masyarakat Desa Tundagan banyak yang memproduksi terkait gula aren. Bahan baku pembuatan gula merah adalah berasal dari pohon aren. Para pengrajin gula aren menggunakan sistem bagi hasil dengan pemilik pohon aren (Suci, 2008).

Industri makanan dan minuman telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Di tengah persaingan yang semakin ketat, UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi lokal. Salah satu bentuk UMKM yang menarik perhatian

adalah produsen gula aren di desa Tundagan. Desa ini dikenal dengan potensi alamnya yang kaya akan gula aren, dan produksi gula aren telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat lokal. Namun, dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, UMKM gula aren di desa Tundagan perlu mempertimbangkan strategi inovasi produk dan diversifikasi agar tetap relevan dan bersaing dalam skala yang lebih luas. Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis (Sarfiah et al., 2019). Inovasi produk dapat membantu meningkatkan nilai tambah produk gula aren, sementara diversifikasi dapat memperluas portofolio produk dan menciptakan keunikan dalam branding.

Dalam konteks inovasi dan diversifikasi, branding juga memegang peranan sentral. Menciptakan citra merek yang kuat dan unik menjadi kunci dalam membedakan produk di pasar yang penuh dengan pilihan. Kemasan yang baik dan menarik akan membawa citra pada suatu produk, sehingga terlihat lebih berkualitas dan berbeda dari produk yang lain. Daya tarik visual dari kemasan mencakup warna, merek, ilustrasi, teks, serta tata letak atau layout (Ibrahim et al., 2017). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana UMKM gula aren di desa Tundagan mengembangkan strategi inovasi produk dan diversifikasi yang berdampak pada pengembangan identitas merek yang khas. Gula aren yang dihasilkan diharapkan akan lebih kompetitif dipasaran dan memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis (Sari et al., 2016). Tanaman aren menghasilkan nira aren yaitu cairan yang disadap dari bunga jantan tanaman aren yang merupakan hasil metabolisme dari tanaman tersebut (Arnova et al., 2022). Dalam kaitannya dengan tantangan ini, pengabdian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai strategi inovasi produk dan diversifikasi yang diterapkan oleh UMKM gula aren di desa Tundagan.

Melalui analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi ini, diharapkan pengabdian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM sejenis dan juga kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana UMKM dapat menghadapi perubahan dinamika pasar dengan kreativitas dan strategi yang tepat. Karakteristik kewirausahaan secara umum menggambarkan keunikan personal atau psikologis seseorang yang terdiri dari dimensi nilai sikap dan kebutuhan (Sari et al., 2016). Salah satu masalah yang dihadapi dalam pengembangan hasil UMKM ini adalah bagaimana peran inovasi produk dalam meningkatkan daya tarik dan keunikan produk gula aren UMKM khas desa Tundagan dan Jenis inovasi produk yang paling efektif dalam menciptakan perbedaan yang signifikan antara gula aren khas Tundagan dengan gula aren lainnya serta bagaimana respon konsumen terhadap inovasi produk dan diversifikasi pada gula aren, dalam konteks preferensi, kepuasan dan loyalitas mereka terhadap merek. Sementara itu, Untuk meningkatkan daya tarik masyarakat dalam membeli produk gula aren perlu dilakukan

pengemasan yang lebih menarik lagi. Tujuan dari pengabdian ini salah satunya adalah mengembangkan lebih dalam mengenai branding UMKM khususnya produk gula aren di desa Tundagan.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilakukan di dusun Kosambi, desa Tundagan, kecamatan Hantara, kabupaten Kuningan tepatnya di rumah Bapa Ace selama 25 Juli 2023-23 Agustus 2023. Pengabdian ini mengambil objek produk UMKM gula aren khas desa Tundagan. Metode kegiatan pengabdian ini adalah deskriptif kualitatif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diambil, melalui data sampel atau populasi yang dikumpulkan dengan mengumpulkan data-data primer dan sekunder. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil pengabdian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Dwijayanti, 2021). Data primer dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi. Data sekunder yang dikumpulkan dalam pengabdian ini adalah informasi mengenai produk gula aren.

Pengabdian ini berfokus pada analisis kualitas produk gula aren yang dihasilkan oleh UMKM di desa Tundagan. Hasil analisis mikrostruktur menunjukkan bahwa gula aren ini memiliki tekstur dan rasa yang lebih halus dan lebih manis alami dibandingkan dengan gula aren konvensional yang biasanya dijual dipasar secara eceran. Ini menunjukkan potensi nilai tambah dari produk UMKM desa Tundagan dalam mendukung pilihan konsumen yang lebih sehat.

Analisis data dalam pengabdian ini mengungkapkan bahwa UMKM yang berhasil memperoleh diferensiasi yang kuat dalam strategi branding mereka cenderung memiliki performa yang lebih baik di pasaran. Dalam konteks inovasi produk, data menunjukkan bahwa UMKM yang secara aktif menerapkan proses inovasi dalam pengembangan produk mereka mampu menarik perhatian konsumen dengan lebih efektif. Keterlibatan dalam inisiatif-inisiatif kreatif seperti peluncuran produk terbaru dan modifikasi berkelanjutan terhadap produk yang ada telah terbukti menjadi elemen penting dalam menjaga daya saing UMKM dalam lingkungan bisnis yang kompetitif

Dalam pengabdian ini, dianalisis pula informasi pasar dan tren yang berkaitan dengan industri gula, dengan fokus khusus pada segmen gula aren. Data pasar yang terkumpul menunjukkan adanya peningkatan permintaan akan produk-produk alami dan organik, termasuk gula aren, seiring dengan kesadaran konsumen tentang kesehatan dan keberlanjutan. Tren ini sejalan dengan preferensi konsumen yang semakin mengutamakan bahan-bahan alami dalam makanan dan minuman mereka. Oleh karena itu, industri gula aren memiliki peluang yang signifikan untuk pertumbuhan lebih lanjut, dengan penekanan

pada pengembangan proses produksi yang berkelanjutan dan promosi yang mengedepankan nilai-nilai alami dan kualitas premium

Dalam upaya untuk menggali wawasan mendalam tentang industri gula aren, dilakukan analisis dokumen-dokumen terkait yang mencakup strategi pemasaran dan diversifikasi produk. Dokumen strategi pemasaran mengindikasikan adanya upaya untuk menonjolkan keunikan produk gula aren dalam konteks nilai gizi yang lebih tinggi dan sifat alami yang murni. Selain itu, dokumen diversifikasi mengungkapkan rencana pengembangan produk turunan gula aren, seperti produk makanan ringan dan minuman yang menggunakan gula aren sebagai bahan utama. Hal ini menunjukkan langkah progresif dalam mengoptimalkan potensi nilai tambah dari gula aren dalam berbagai bentuk produk, sekaligus menghadirkan pilihan baru bagi konsumen yang semakin beragam dalam preferensi mereka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Desa tundagan, kecamatan Hantara, kabupaten Kuningan merupakan salah satu lokasi tempat mahasiswa melaksanakan KKN STKIP Muhammadiyah Kuningan tahun 2023, Mahasiswa melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara menyeluruh meliputi berbagai aspek. Dalam pengabdian tersebut mahasiswa berhasil menemukan salah satu temuan baru yaitu tempat produksi gula aren, dari beberapa hasil wawancara bersama masyarakat setempat temuan baru yang di jumpai tersebut merupakan salah satu ciri khas desa tersebut. Gula aren tersebut tidak hanya dijadikan sebagai konsumsi pribadi namun dijadikan pula untuk produksi UMKM.

Proses pembuatan gula aren melibatkan pengambilan nira dari pohon aren (*Arenga pinnata*) dan pengolahan nira menjadi gula aren. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam pembuatan gula aren:

1. Pemilihan Pohon Aren: Pohon aren yang akan diambil nira harus dipilih dengan hati-hati. Pohon yang sudah cukup umur dan sehat biasanya menghasilkan nira yang berkualitas.
2. Pengambilan Nira: Proses ini melibatkan memotong bunga jantan pada tandan bunga aren untuk menghentikan proses pembungaan dan mengarahkan energi pohon pada produksi nira. Kemudian, tangkai bunga betina diiris untuk menghasilkan wadah tempat nira akan mengalir keluar.
3. Pengumpulan Nira: Nira adalah cairan manis yang keluar dari tangkai bunga betina yang telah diiris. Nira dikumpulkan dalam wadah seperti bambu atau pot sehingga nira tidak terkontaminasi.

4. Pengolahan Nira:
 - 1) Pengendapan: Nira yang dikumpulkan pertama kali harus dibiarkan beberapa jam hingga terjadi proses pengendapan. Dalam tahap ini, kotoran dan serpihan yang terkandung dalam nira akan mengendap di bagian bawah wadah.
 - 2) Pengklarifikasian: Nira yang sudah mengendap akan diambil bagian atasnya yang lebih jernih dengan hati-hati. Bagian ini mengandung gula yang lebih tinggi.
 - 3) Perebusan: Nira yang sudah jernih direbus dalam wadah terbuka dengan api sedang. Proses perebusan akan menghilangkan sebagian air dalam nira dan mengkonsentrasikan gula. Pencetakan atau
 - 4) Penuangan: Setelah nira mengental dan mencapai konsistensi yang diinginkan, nira akan dicetak atau dituangkan ke dalam cetakan atau wadah kecil. Pada tahap ini, nira masih berbentuk cairan kental.
5. Pengeringan dan Pembentukan: Nira yang telah dicetak akan dibiarkan mengering dalam bentuk cetakan atau wadah kecil. Selama proses pengeringan, nira akan terus mengental dan membentuk gula aren.



Gambar 1. Proses Pencetakan Gula Aren

6. Pengemasan: Setelah gula aren mengering dan membentuk struktur padat, gula aren akan diambil dari cetakan atau wadah kecil dan siap dikemas. Pengemasan Gula Aren biasanya menggunakan daun kelapa kering, setiap satu kemasan berisi sepuluh buah Gula Aren ukuran besar berdiameter ± 12 cm. Selain itu pengemasan juga dibuat dalam bentuk *Paperbag* yang didalamnya berisi sepuluh Gula Aren berukuran kecil berdiameter ± 6 cm. Disamping memproduksi Gula Aren UMKM tersebut juga menjual air nira dalam bentuk kemasan botol. Semua Produk tersebut diberi nama GARENDONG

(Gula Aren Pa Adong), nama GARENDONG diambil dari nama pemilik UMKM Gula Aren tersebut yaitu pak Adong, pencetus Ide dan Gagasan tersebut merupakan hasil dari inovasi mahasiswa KKN.



Gambar 2. Kemasan Gula Aren GARENDONG



Gambar 3. Kemasan Nira Botol

Pembahasan

Persaingan yang semakin ketat di antara para penguasa mendorong Wirausahawan UMKM untuk lebih mampu memahami perubahan struktur dan memilih strategi yang efektif demi mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor (Ratiah et al., 2021). Demikian pula untuk produk gula aren UMKM khas di desa Tundagan.

1. Peran inovasi produk dalam meningkatkan daya tarik dan keunikan produk gula aren UMKM khas desa Tundagan

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian lokal dan nasional. Salah satu aspek penting yang dapat membantu UMKM berkembang adalah inovasi produk. Inovasi produk memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik dan keunikan produk, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan pemenuhan kebutuhan pasar. Pembuatan gula aren di desa Tundagan sangat berbeda dengan pembuatan gula aren di daerah lainnya, hal ini yang menyebabkan produk gula aren dari desa Tundagan menjadi khas dan banyak diminati oleh konsumen. Maka dari itu pengemasan yang menarik dapat menunjang untuk meningkatkan penjualan produk gula aren ini, baik itu dalam kemasan maupun bentuk dari gula aren itu sendiri.

Produk UMKM Gula Aren yang diproduksi tersebut sudah mendapatkan sertifikasi halal dan pembuatan nomer induk usaha mandiri yang dibantu langsung oleh mahasiswa KKN STKIP Muhammadiyah Kuningan dengan tujuan agar produk gula aren hasil UMKM tersebut bisa dipasarkan tidak hanya di mini market terdekat saja tapi juga bisa dipasarkan di supermarket bahkan di luar daerah Kabupaten Kuningan.

2. Respon konsumen terhadap inovasi produk dan diversifikasi pada gula aren, dalam konteks preferensi, kepuasan dan loyalitas mereka terhadap merek.

UMKM dimaknai sebagai suatu penghasilan yang didapatkan dari kegiatan usaha (Pramelia & Erawati, 2022). Dalam pengabdian ini dilakukan observasi secara langsung pada tempat produksi UMKM gula aren. Selain itu, dilakukan pula wawancara terkait produk gula aren khas Tundagan ini kepada pemilik UMKM produk gula aren. Didapatkan informasi bahwa gula aren khas desa Tundagan khususnya produk UMKM gula aren milik pak Adong memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri, tidak hanya dari segi kemasan yang dibuat dari daun kelapa kering tapi dari cita rasa gula aren dengan memiliki aroma yang khas. Gula aren milik Pak Adong menjadi salah satu ciri khas desa Tundagan

Strategi pemasaran merupakan faktor penting bagi keberhasilan bisnis di masa sekarang. Hal ini mengacu pada serangkaian upaya perusahaan seperti promosi hasil produk yang dapat menarik calon pembeli, harga bersaing dan kualitas yang dapat memenuhi selera pembeli, Selanjutnya adalah penyalurannya tepat waktu ditambah

pelayanan memuaskan (Elwisam & Lestari, 2019). Dengan adanya ide dan gagasan dari mahasiswa KKN terkait pengemasan produk UMKM gula aren baik itu pengemasan dalam bentuk botol, *paperbag*, maupun daun kelapa kering yang diberi label dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli dan mencoba produk UMKM gula aren khas desa Tundagan tersebut. Selain itu, respon yang baik juga diperoleh dari masyarakat maupun aparat desa Tundagan terkait produk inovasi gula aren tersebut. Dengan adanya inovasi dan kreativitas baik dari pelaku usaha maupun karyawannya, maka berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit untuk ditiru, serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak (Lucky, 2020).

Pengertian Inovasi menurut UU No. 18 tahun 2002 adalah kegiatan pengabdian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi (Syukron & Ngatno, 2020). Selanjutnya untuk memiliki keunggulan bersaing perusahaan dapat melakukan inovasi yang mengarah pada penciptaan nilai bagi pelanggan. Inovasi adalah sebuah proses yang dimulai dengan sebuah ide, diikuti dengan pengembangan sebuah penemuan, dan hasilnya adalah pengenalan produk, proses, atau jasa baru ke pasar (Noor et al., 2019). Respon konsumen terhadap inovasi dan diversifikasi produk gula aren sangatlah penting. Preferensi, kepuasan, dan loyalitas mereka terhadap merek akan tercermin dalam bagaimana mereka merasakan manfaat tambahan dari produk baru dan beragam tersebut. Respon positif dari masyarakat dan aparat desa dapat menjadi indikator keberhasilan inisiatif ini dalam menciptakan nilai tambah dan dukungan yang luas.

KESIMPULAN

Pembuatan gula aren di Desa Tundagan sangat berbeda dengan pembuatan gula aren di daerah lainnya, hal ini yang menyebabkan produk gula aren dari desa Tundagan menjadi khas dan banyak diminati oleh konsumen. Dengan adanya ide dan gagasan dari mahasiswa KKN terkait pengemasan produk UMKM gula aren baik itu pengemasan dalam bentuk botol, *paperbag*, maupun daun kelapa kering yang diberi label membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli dan mencoba produk UMKM gula aren khas desa Tundagan tersebut. Dengan demikian pengemasan yang menarik dapat menunjang untuk meningkatkan penjualan produk gula aren ini, baik itu dalam kemasan maupun bentuk dari gula aren itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanti, A. P. P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73.
- Arnova, I., Herawati, H., Nopita Sari, S., Hazairin, U., & Bengkulu, S. (2022). Penerapan Pencatatan Akuntansi Pada UMKM Gula Semut Aren Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(1), 29–34.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Hendriyanto, A. (2015). Analisis Pengaruh Jaringan Usaha Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 6(1), 48–49.
- Ibrahim, I. D. K., Asmony, T., & Nurmayanti, S. (2017). Universitas Mataram Universitas Mataram. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 1, 1–21.
- Lucky, M. (2020). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–93. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1021/807>
- Pramelia, N., & Erawati, T. (2022). E-commerce, Inovasi, Pricing, dan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1429–1444. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1144>
- Ratihah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sari, N. M. W., Suwarsinah, H. K., & Baga, L. M. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 12(1), 51–60. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i1.11320>
- Noor, S. L., Derriawan, & Soebagyo. (2019). Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(1), 70–83. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i1.258>

- Syukron, M. Z., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 209–222.
- Suci, Y. R. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.