

## **Pelatihan Manajemen Produksi dan Promosi Berbasis Media Sosial bagi Kelompok Penjahit Rumahan**

**Fairuza Arindra<sup>1</sup>, Siti Istikhoroh<sup>2</sup>, Mutiara Rachma Ardhiani<sup>3</sup>, Nashrudin Latif<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang

<sup>2</sup> Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

<sup>3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>4</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : [fairuza.arindra.fis@um.ac.id](mailto:fairuza.arindra.fis@um.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi kelompok penjahit rumahan yang belum memiliki manajemen produksi yang terstruktur dan kemampuan promosi digital yang memadai. Kondisi ini mengakibatkan rendahnya efisiensi kerja, tidak stabilnya kualitas produk, serta terbatasnya jangkauan pemasaran. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra melalui pelatihan manajemen produksi, perencanaan alur kerja, *Standard Operating Procedures* (SOP), serta pelatihan komunikasi pemasaran berbasis media sosial. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, penyuluhan, pelatihan praktik, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam penataan alur kerja produksi, pengendalian kualitas, serta kemampuan membuat konten promosi sederhana di media sosial. Dampak pengabdian terlihat dari meningkatnya kemampuan mitra dalam mengelola pesanan secara lebih sistematis dan bertambahnya jangkauan pemasaran melalui kanal digital. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi produksi dan komunikasi pemasaran kelompok penjahit rumahan.

**Kata kunci** : Manajemen Produksi, UMKM Penjahit, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Pemberdayaan

### **ABSTRACT**

*This community service activity addresses the challenges faced by home-based tailor groups who lack structured production management and adequate digital marketing skills. These issues lead to low work efficiency, inconsistent product quality, and limited market reach. The aim of the program is to improve partners' capacity through training in production management, work flow planning, standard operating procedures (SOP), and social media based marketing communication. The methods used include field observation, counseling, demonstration, hands on training, and mentoring. The results show increased understanding of production flow arrangement, quality control, and the ability to create simple promotional content for social media. The activity also led to improvements in order management and expanded market reach through digital platforms. This service program has therefore successfully enhanced the production and marketing communication skills of the home-based tailor group.*

**Keywords** : Production Management, Tailor Microbusiness, Marketing Communication, Social Media, Empowerment

## **PENDAHULUAN**

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi produktif yang terus berkembang di era modern. Keberadaan UMKM saat ini telah menjadi penggerak ekonomi nasional yang krusial dalam mendukung pembangunan masyarakat (Gunawan, 2025). Selain itu, UMKM yang memiliki kemampuan untuk menerapkan teknologi modern, meningkatkan keterampilan sumber daya manusia, serta akses yang luas terhadap modal adalah faktor utama dalam menunjang kapasitas UMKM (Susanto dkk, 2020).

Penerapan manajemen produksi yang baik berdampak langsung pada peningkatan kapasitas dan efisiensi UMKM. Sektor UMKM dapat mendorong kapasitas kualitas dan mutu produk secara signifikan jika pihak usaha mampu beradaptasi dengan teknologi sederhana (Dwi Alika dkk, 2024; Suwandi dkk, 2023). Di sisi lain, literasi digital dan promosi melalui media sosial telah terbukti menjadi strategi komunikasi pemasaran yang efektif bagi usaha mikro. Lebih lanjut hal ini dapat pula ditingkatkan dengan menerapkan digitalisasi pemasaran melalui media sosial untuk menjangkau konsumen serta mendorong keuntungan hingga mencapai 40% bagi UMKM (Kholis dkk, 2024). Di sisi lain, keberadaan UMKM saat ini faktanya tidak diimbangi dengan kapasitas dan pengetahuan yang mendukung roda bisnis mereka. Adapun masalah yang kerap dirasakan oleh UMKM di Indonesia yaitu rendahnya produktivitas yang disebabkan oleh keterbatasan kapasitas produksi, mulai dari sisi teknologi, modal serta sumber daya manusia (Tambunan, 2019). Masalah ini juga nampak dirasakan oleh mitra pengabdian kepada masyarakat yang ditemui di kawasan Buduran Sidoarjo.

Berdasarkan observasi awal dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan pada Kelompok Penjahit Rumahan di Desa Buduran Sidoarjo, mitra pengabdian kerap menghadapi sejumlah tantangan dan permasalahan terkait dengan usahanya, antara lain belum adanya manajemen produksi yang tersistematis, mekanisme pembagian kerja yang belum terstruktur, serta tidak adanya standar kualitas yang jelas. Selain itu, mitra pengabdian juga belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mempromosikan produk jahitan mereka sehingga berdampak pada jangkauan pasarnya yang relatif terbatas.

Kelompok penjahit ini diduga belum mempunyai strategi pengembangan usaha dalam menjalankan usahanya. Strategi pengembangan usaha mengarah pada serangkaian tindakan yang disusun guna mencapai tujuan berkelanjutan dari perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal yang dapat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (David, 2011). Sebagian dari kelompok UMKM penjahit rumahan di Desa Buduran, Sidoarjo belum mampu mengintegrasikan aspek-aspek penting pemasaran dalam praktik keseharian mereka. Kelompok penjahit rumahan ini kerap mengerjakan pesanan seragam sekolah dan pakaian kerja yang sebenarnya sangat potensial dalam menjangkau pasar yang sangat besar. Permasalahan yang sering muncul pada UMKM pada kelompok penjahit rumahan di Desa Buduran Sidoarjo, antara lain; tidak adanya pembagian kerja yang jelas, lemahnya dokumentasi pesanan, tidak adanya standar kualitas produksi, penggunaan alat dan ruang kerja yang kurang tertata, serta promosi

yang masih mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Hasil observasi awal juga menunjukkan bahwa aktivitas kerja yang dilakukan di sana cenderung spontan, tanpa perencanaan alur produksi yang sistematis. Tidak jarang ditemukannya bahan baku yang sering kali tercampur, hasil jahitan kurang konsisten, dan penyortiran hanya dilakukan secara manual tanpa adanya standar kualitas yang jelas.

Fenomena yang terjadi mengarah pada belum optimalnya kapasitas produksi yang dilakukan pada kelompok UMKM tersebut. Di sisi lain, kapasitas produksi yang tepat harus ditentukan dan dioptimalkan guna mewujudkan produktivitas kerja yang maksimal. Kapasitas produksi termasuk juga keterampilan Perusahaan atau UMKM dalam memproduksi barang dan/atau jasa dalam kuantitas yang ditentukan dalam periode waktu tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, mencakup mesin, tenaga kerja, modal, serta bahan baku. Strategi ini perlu diimbangi dengan pemahaman atas kapasitas produksi agar UMKM dapat melakukan perencanaan produksi secara efektif, meminimalkan pemborosan, serta efisiensi. Kapasitas produksi dipercaya sebagai kemampuan maksimum suatu UMKM dalam memproduksi barang dan jasanya (Heizer & Render, 2014).

Berdasarkan diskusi awal dengan mitra, mereka sebelumnya belum pernah menerima pelatihan terkait manajemen produksi maupun pelatihan komunikasi pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pelatihan manajemen produksi dan pelatihan promosi berbasis media sosial. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kelompok UMKM penjahit rumahan di Desa Buduran, Sidoarjo dalam mengatur alur produksi, meningkatkan kemampuan pengendalian kualitas (*quality control*), melatih mitra dalam membuat konten promosi serta mengelola media sosial untuk memperluas jejaring pemasaran dari kelompok UMKM penjahit rumahan.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Pada bagian ini tim pengabdian kepada masyarakat akan menguraikan teknik atau cara menyelesaikan permasalahan dari kebutuhan pokok mitra yang menjadi target kegiatan atau kesepakatan pengabdian dengan mitra. Pengabdian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat mencakup beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1) Observasi dan Identifikasi Masalah Mitra

Tim pengabdian melakukan observasi langsung pada lokasi produksi, mendokumentasikan alur kerja, peralatan, dan kondisi lingkungan kerja. Wawancara juga dilakukan untuk menggali kebutuhan mitra terkait manajemen produksi dan pemasaran yang relevan bagi kelompok penjahit.

2) Pendidikan Masyarakat (Penyuluhan)

Penyuluhan diberikan untuk meningkatkan pemahaman dasar mitra tentang:

- Prinsip manajemen produksi,

- Pembagian kerja,
  - *Quality Control (QC)*,
  - Komunikasi pemasaran,
  - Branding sederhana untuk umkm
- 3) Pelatihan dan demonstrasi

Pelatihan ini dilakukan secara langsung menggunakan pendekatan berbasis praktik, meliputi:

- Penyusunan SOP produksi,
  - Teknik penyortiran bahan dan hasil jahit
  - Penggunaan media sosial (instagram, facebook, whatsapp business),
  - Pembuatan foto produk, caption promosi, dan cara upload konten
- 4) Pendampingan

Tim pengabdian melakukan pendampingan terhadap proses produksi dan pengelolaan akun media sosial selama dua minggu untuk memastikan mitra dapat menerapkan materi pelatihan dengan optimal.

- 5) Evaluasi

Pada tahap akhir, tim pengabdian melakukan evaluasi untuk melihat ketercapaian pendampingan, yakni melalui:

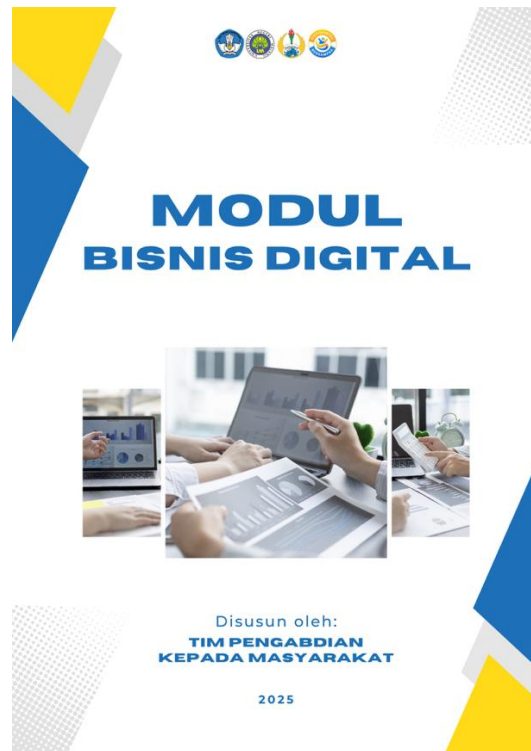
- Pre-test dan post-test,
- Penilaian perubahan alur kerja,
- Pengamatan keterampilan baru,
- Dokumentasi hasil produksi dan konten promosi

### ***Kegiatan Menjahit Pada Kelompok Penjahit Rumahan***



**Gambar 1. Produksi Menjahit Rumahan**

Guna memudahkan para penjahit rumahan dalam mempelajari materi yang telah diberikan terkait promosi melalui media sosial, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat membuat modul lengkap secara tertulis yang diberikan kepada peserta, yang berisikan pengenalan dan panduan lengkap tentang membangun bisnis digital.



**Gambar 2. Rancangan Modul Bisnis Digital**

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan manajemen produksi dan promosi berbasis media sosial bagi kelompok penjahit rumahan di Kecamatan Buduran, Sidoarjo ini memberikan serangkaian hasil yang menunjukkan perkembangan kapasitas peserta secara signifikan. Pada tahap awal kegiatan, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan observasi lapangan terlebih dahulu untuk memahami dinamika bekerja dan pola produksi yang telah berlangsung di kelompok penjahit rumahan tersebut. Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa sistem kerja dilakukan secara spontan sehingga tanpa perencanaan alur produksi yang jelas. Hal ini terlihat dari tumpukan bahan kain yang bercampur, proses pengerjaan yang relatif tidak berurutan, dan aktivitas *finishing* dikerjakan bergantung pada siapa yang sedang tidak sibuk. Kondisi tersebut bukan hanya menghambat kelancaran produksi, tetapi juga menyebabkan inkonsistensi kualitas hasil jahitan.

Aktor-aktor produksi dalam kelompok penjahit rumahan ini sebagian besar ibu rumah tangga yang melakukan tugasnya sesuai kebiasaan masing-masing tanpa standar baku, sehingga hasil jahitannya sering kali tampak berbeda antara satu penjahit dan penjahit yang lain. Melalui diskusi awal, peserta juga menyampaikan bahwa keterbatasan

pengetahuan tentang manajemen produksi menyebabkan mereka sering kewalahan ketika memperoleh pesanan dalam jumlah yang besar, sehingga waktu pengerjaan menjadi lebih lama dan pelanggan terkadang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

Pertama, kegiatan pelatihan dimulai dengan memaparkan pemahaman dasar tentang manajemen produksi yang sederhana namun dapat mudah diaplikasikan. Proses ini berlangsung secara interaktif karena tim pengabdian mendorong peserta untuk menilai kembali proses kinerja yang telah berjalan. Peserta diajak mengidentifikasi titik-titik yang menyebabkan keterlambatan, ketidakrapian, serta ketidakkonsistenan dari kualitas produksinya. Dari proses partisipasi ini, peserta menyadari bahwa tidak adanya pembagian kerja yang jelas merupakan salah satu akar masalah yang kerap terjadi. Selama ini, siapa pun dapat mengerjakan apa saja sehingga tidak ada spesialisasi keahlian yang khusus. Atas dasar itu, pelatihan diarahkan untuk membentuk struktur kerja secara sederhana yang dapat membagi pekerjaan menjadi beberapa tahap, yakni; pemotongan pola, penjahitan bagian dasar, penyatuan komponen, pemasangan kancing atau resleting, *finishing*, dan *quality control*. Dalam sesi praktik, peserta memerankan langsung pembagian kerja tersebut sesuai dengan keahliannya masing-masing. Dari praktik tersebut, nampak bahwa hasilnya cukup positif dimana pekerjaan menjadi lebih cepat dan rapi, sebab setiap orang dapat berfokus pada tahapan yang sama dari waktu ke waktu sehingga keterampilan mereka semakin terasah dengan terstruktur.

Perkembangan signifikan juga terlihat pada aspek penataan bahan dan produk. Sebelumnya, bahan kain diletakkan secara acak dan hasil jahitan dibiarkan menumpuk tanpa adanya proses penyortiran yang terstruktur. Setelah pelatihan diberikan, peserta mulai mempraktikkan metode penyortirannya berdasarkan ukuran, jenis produk, dan tingkat penyelesaian. Metode ini dapat mempercepat proses *finishing* dan pengemasan, sehingga waktu penyerahan kepada konsumen dapat menjadi lebih teratur. Lebih lanjut, penyusunan sistem labeling yang sederhana juga diajarkan untuk menghindari terjadinya kesalahan pesanan, misalnya ukuran yang tertukar atau warna yang salah. Secara jangka pendek, proses pengecekan dapat dilakukan dengan lebih mudah sehingga diharapkan dapat menurunkan potensi kecacatan produk.

Pada aspek peningkatan kualitas jahitan, kegiatan pelatihan juga memberikan hasil yang cukup signifikan. Tim pengabdian kepada masyarakat memperkenalkan konsep *Quality Control* (QC) yang sebelumnya belum pernah diterapkan secara formal oleh kelompok penjahit rumahan. Konsep QC diperkenalkan melalui contoh konkret, misalnya perbandingan antara jahitan yang rapi dan yang tidak rapi, penjelasan mengenai jarak jahitan yang ideal, tingkat kerapatan benang, serta cara mengatasi kerutan pada bahan tertentu. Latihan QC dilakukan dengan menggunakan contoh produk yang sudah jadi, kemudian peserta diminta untuk mengidentifikasi kesalahan dan memperbaikinya. Dalam sesi praktik, setiap penjahit belajar mengenali kesalahan teknis mereka sendiri, misalnya penempatan pola yang kurang tepat atau penyatuan komponen yang kurang simetris. Setelah menerapkan QC, hasil produksi dari setiap peserta dapat menunjukkan peningkatan konsistensi yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas mutu.

Sementara itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga membekali peserta dengan promosi berbasis media digital. Adapun pendekatan ini dilakukan dengan harapan agar mampu mengenalkan dan memberikan alternatif keterampilan yang mampu menunjang usaha dari kelompok jahit rumahan. Sebelumnya, seluruh kegiatan pemasaran usaha dilakukan secara konvensional, yaitu dengan menunggu pelanggan datang atau melalui rekomendasi mulut ke mulut. Peserta mengaku belum memiliki keterampilan untuk membuat foto produk yang layak dipromosikan, serta belum memahami bagaimana cara membuat konten yang mendukung usahanya di media sosial. Pelatihan komunikasi pemasaran digital dimulai dengan mengajarkan konsep dasar promosi visual. Peserta diperkenalkan pada teknik pengambilan foto sederhana menggunakan ponsel, termasuk cara memanfaatkan cahaya alami, menentukan sudut yang tepat, dan memilih latar belakang agar membuat produk jahitan mereka lebih menarik. Sebagian besar peserta belum pernah melakukan foto produk secara terencana sebelumnya, sehingga tahap ini menjadi pengalaman baru bagi kelompok usaha jahit rumahan yang ada di Buduran, Sidoarjo.

Setelah materi penguasaan teknik visual dasar, materi dilanjutkan dengan *copywriting* sederhana. Peserta belajar bersama tentang bagaimana membuat deskripsi produk yang jelas, singkat, namun juga menarik perhatian. Mereka diajarkan pula bagaimana menggunakan bahasa yang persuasif namun tetap sopan dan informatif, yang mana hal ini adalah sebuah keterampilan penting dalam komunikasi pemasaran digital. Pada sesi praktik, peserta berlatih untuk membuat *caption* menarik untuk produk mereka sendiri, yang kemudian didiskusikan bersama guna melihat kesesuaiannya dengan prinsip komunikasi pemasaran.

Pada tahap berikutnya, peserta mempraktikkan promosi digital secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Mereka membuat akun Instagram, Facebook Page, dan WhatsApp Business khusus untuk usaha konveksi. Tim pengabdian kepada masyarakat memberikan panduan terkait frekuensi unggahan, pemilihan jam unggah yang efektif, penggunaan *hashtag*, hingga strategi membangun interaksi dengan calon pelanggan. Pada tahap ini, sangat terlihat antusiasme dari kelompok usaha jahit rumahan ini dalam memanfaatkan media sosial yang mereka punya. Dengan kata lain, pada tahapan ini diharapkan peserta mampu memperluas jangkauan promosi secara signifikan.

Proses pengenalan pada promosi media sosial memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga membentuk identitas merek (*brand identity*) yang sebelumnya belum dimiliki oleh setiap peserta. Peserta mulai percaya diri untuk menampilkan logo mereka secara sederhana, menata *feeds* Instagram agar terlihat rapi, serta membuat katalog digital. Identitas visual ini membantu mereka untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan karena usaha tersebut membuatnya lebih terlihat profesional.

Dari sisi perubahan sosial, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak psikologis yang positif. Peserta dapat merasa lebih percaya diri, khususnya ketika mereka mampu mengoperasikan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Beberapa mitra yang sebelumnya tidak terbiasa menggunakan ponsel pintar untuk hal selain komunikasi

dasar, kini mampu mengelola akun usaha dan membuat konten promosinya secara mandiri. Kepercayaan diri ini menjadi modal sosial yang penting untuk mendorong keberlanjutan usaha jahit rumahan. Selain itu, kolaborasi antar peserta juga semakin erat dan efektif. Melalui pelatihan manajemen produksi, peserta dapat belajar bahwa kerja sama tim dan komunikasi internal yang baik merupakan kunci dari terwujudnya keberhasilan produksi. Pelatihan ini diharapkan mampu memperkuat solidaritas dan meningkatkan efisiensi koordinasi antar setiap individu.

### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Dari hasil keseluruhan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kapasitas manajemen produksi dan promosi berbasis media sosial memberikan dampak langsung terhadap kualitas usaha peserta kelompok penjahit rumahan. Peningkatan kualitas jahitan, efisiensi produksi, berkurangnya kesalahan pesanan, serta meningkatnya jangkauan pemasaran menjadi bukti nyata bahwa integrasi manajemen dan komunikasi pemasaran dapat memperkuat daya saing UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga mengubah cara pandang peserta terhadap pentingnya perencanaan produksi dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.

### **SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan berfokus pada “Pelatihan Manajemen Produksi dan Promosi Berbasis Media Sosial Bagi Kelompok Penjahit Rumahan” di Desa Buduran Sidoarjo secara umum telah mencapai target yang ditetapkan. Permasalahan yang terjadi pada mitra telah ditangani melalui metode pelatihan, pendampingan, serta praktik secara langsung.

Secara umum peserta mampu menerapkan manajemen produksi dan promosi digital melalui media sosial secara sederhana, meliputi pembuatan konten yang menarik, menulis deskripsi produk, serta mengatur frekuensi unggahan yang menarik untuk pelanggannya. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan saran praktis bagi mitra, yaitu;

1. Perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan secara berkala guna mendukung mitra dalam mengembangkan standar kualitas produk dan kreativitas konten promosi digital
2. Diperlukan penguatan dukungan dari pemerintah desa setempat untuk menunjang promosi digital dari UMKM yang bersangkutan
3. Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya, disarankan untuk membuat modul lanjutan tentang pemasaran melalui sosial media, strategi branding, serta manajemen keuangan UMKM secara komprehensif.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Negeri Malang, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, dan Desa Buduran Sidoarjo dalam mendukung tercapainya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). Prentice Hall.
- Dwi Alike, S., Athiyah, U., Dewi, A. R., Habiburrahman, M. Q., Jazilatus Sa'adah, O., & Muhammad, A. W. (2024). Peningkatan Kapasitas Penjualan pada Kader Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Pemasaran Digital. *Indonesian Journal Of Civil Society*, 6(2), 40–52. <https://doi.org/10.35970/madani.v1i1.2193>
- Gunawan, W. Ben. (2025). MSME Sustainability as the Key to Sustainability: Role and Contribution of MSMEs to Sustainability with a Bibliometric Approach and Literature Review. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.26418/ejme.v13i1.89630>
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Pearson Education Limited.
- Kholis, N., Mulyo Bondan Respati, S., Prasetyo, S., & Sarwono, E. (2024). *Penerapan Teknologi Tepat Guna Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Kue Tradisional Pada Umkm Di Desa Meteseh*. 5(2). <https://doi.org/10.52561/abma.v5i2.413>
- Susanto, A., Wijaya, R., & Nugroho, S. (2020). Strategi Pengembangan Kapasitas Produksi UMKM Industri Makanan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 45-60.
- Suwandi, A., Rahmalina, D., & Rudiatin, E. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Produk Makanan Ringan Melalui Diseminasi Teknologi. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(3), 138–147. <https://doi.org/10.35814/suluh.v4i2.4108>
- Tambunan, T. T. H. (2019). Sumber-Sumber Pertumbuhan Ekspor dan Kontribusinya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 53(2), 221-239.