

Pendampingan Penguatan Manajemen dan Promosi Usaha UMKM Lelas Snack dan Catering di Desa Jatirejo

Assistance in Strengthening Business Management and Promotion of Lelas Snack and Catering MSMEs in Jatirejo Village

**Novita Dian Pramesti¹, Monik², Eva Hariyani³, Danik Kusumawardani⁴, Andri Setyawan⁵,
Citra Fahmi Nugrahani⁶, Muhammad Siraj⁷, Rina Sari Qurniawati⁸**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA, Indonesia^{1,2,3,4,5,8}

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA, Indonesia^{6,7}

Email Korespondensi: rinasari.qurniawati@stieama.ac.id[✉]

Histori Artikel

Masuk: 06-02-2026 | Diterima: 26-02-2026 | Diterbitkan: 26-02-2026

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan manajemen dan promosi usaha yang dihadapi oleh UMKM Lelas Snack dan Catering di Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi belum tertibnya pengelolaan keuangan usaha, rendahnya pemahaman legalitas produk, keterbatasan pemanfaatan media promosi digital, lemahnya identitas visual usaha, kurangnya informasi produk yang terstruktur, serta rendahnya aksesibilitas lokasi usaha. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pendampingan yang bersifat partisipatif dan aplikatif dengan melibatkan mitra secara langsung pada setiap tahapan kegiatan. Program pengabdian dilaksanakan melalui pendampingan pembukuan sederhana, penguatan promosi digital melalui media sosial *instagram*, pendampingan sertifikasi halal, pembaruan media promosi visual dan desain kemasan, penyusunan katalog menu cetak dan digital, serta pemasangan plang penunjuk jalan menuju lokasi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, profesional, dan informatif. Pendampingan ini juga berdampak pada meningkatnya visibilitas usaha dan kesiapan UMKM dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang komprehensif mampu memberikan solusi nyata bagi penguatan manajemen dan promosi UMKM.

Kata Kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat; UMKM; Manajemen Usaha; Promosi Digital; Pendampingan Usaha

Abstract

This community service activity aims to provide solutions to managerial and promotional challenges faced by Lelas Snack and Catering MSMEs in Jatirejo Village, Suruh District, Semarang Regency. The main problems identified include inadequate financial recordkeeping, limited understanding of product legality, underutilization of digital promotion media, weak business visual identity, unstructured product information, and low business location accessibility. The activity employs a participatory and applicative mentoring approach, actively involving the business owner throughout all stages of implementation. The service program was carried out through mentoring in simple bookkeeping, strengthening digital promotion via *instagram*, assistance in halal certification processes, renewal of visual promotional media and packaging design, development of printed and digital product catalogs, and installation of directional signboards to improve business accessibility. The results indicate an improvement in the partner's capacity to manage the business in a more structured, professional, and informative manner. The mentoring process also enhanced business visibility and readiness for sustainable development. Overall, this community service activity demonstrates that a comprehensive mentoring approach effectively provides partial solutions for strengthening SME management and promotion.

Keywords: Community service; MSMEs; Business management; Digital promotion; Business mentoring

This is an open access article under the CC BY-SA license



PENDAHULUAN

Dalam era dinamika perekonomian yang terus berkembang saat ini, UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan (Yolanda & Hasanah, 2024). UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak dalam sumber pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga memiliki peran sebagai pembuka lapangan kerja bagi masyarakat yang memerlukan pekerjaan,

penggerak aktivitas ekonomi masyarakat di tingkat lokal, serta UMKM juga memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan domestik bruto Indonesia (Dwifanty et al., 2025).

Dalam konteks pembangunan perekonomian daerah, UMKM menjadi bagian terpenting dalam menopang stabilitas ekonomi masyarakat. Namun demikian, meskipun UMKM memiliki peran yang signifikan beberapa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam mengelola manajemen bisnisnya. Di samping itu, banyaknya peningkatan pelaku usaha di bidang yang sama menimbulkan persaingan semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk meningkatkan fokusnya dan melakukan pelatihan dalam bidang strategi pemasaran untuk mencapai tujuan dan keberhasilan suatu UMKM (Xalansa & Kartika, 2023).

Permasalahan yang umum terjadi dalam pelaku UMKM yaitu berkaitan dengan aspek manajemen usaha dan promosi produk (Putri et al., 2025). Keterbatasan kemampuan manajerial dalam suatu UMKM terlihat dalam belum tertibnya pencatatan keuangan usaha, minimnya perencanaan usaha, serta rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya legalitas usaha. Di sisi lain, aspek promosi melalui media konvensional dan media digital yang dilakukan oleh para pelaku usaha masih belum optimal. Kondisi ini menyebabkan daya tarik usaha dan produk UMKM sangat kurang. Hal tersebut juga membuat UMKM yang belum menerapkan manajemen usaha dan promosi produk yang bagus akan sulit bersaing dengan UMKM yang sudah menerapkan strategi manajemen dan pemasaran produk secara efektif.

Kondisi tersebut juga menjadi permasalahan dalam UMKM Lelas Snack dan Catering yang berlokasi di Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Lelas Snack dan Catering, ditemukan sejumlah permasalahan yang menjadi penghambat dalam pengembangan usaha. Pada aspek manajemen, pelaku usaha ini belum menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara sistematis. Padahal dalam suatu usaha, pencatatan keuangan sangat berguna untuk mengembangkan usahanya dengan mempertimbangkan stabilitas keuangan akan memudahkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan dalam keberlangsungan usaha secara menyeluruh (Nikmah et al., 2023). Selain itu, pemahaman dalam aspek legalitas usaha, khususnya sertifikasi halal masih sangat terbatas. Legalitas usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah akses ke pasar serta pemerintahan (Rachmawati et al., 2025).

Selain permasalahan manajemen, aspek promosi pada UMKM Lelas Snack dan Catering juga belum dilakukan secara optimal. Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram sebagai media promosi masih sangat terbatas dan masih bercampur dengan Instagram pribadi. UMKM perlu menekankan *digital marketing* yang berguna untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing (Asrah et al., 2024). Media promosi visual yang mendukung pemasaran seperti, MMT, katalog menu, nota, sticker, dan tampilan kemasan juga belum sepenuhnya mencerminkan identitas dan citra usaha. Padahal media promosi visual memberikan manfaat yang sangat besar dalam pemasaran dan penyampaian informasi suatu produk (Sunarya et al., 2021). Komunikasi dalam media visual juga terbukti dapat menjangkau konsumen lebih luas dan efektif (Wahyudi & Rahayu, 2025).

Permasalahan promosi tersebut semakin diperkuat oleh keterbatasan aksesibilitas lokasi usaha. UMKM Lelas Snack dan Catering berada di kawasan permukiman yang tidak terletak di jalur utama, sehingga relatif sulit untuk ditemukan oleh konsumen baru. Tidak adanya plang penunjuk jalan membuat visibilitas usaha menjadi rendah. Padahal dengan adanya plang penunjuk jalan akan berdampak positif bagi visibilitas lokasi usaha karena akan mudah ditemukan oleh konsumen baru (Widiyarsih et al., 2025). Apabila permasalahan-permasalahan tersebut tidak ditangani secara tepat, maka akan berdampak terhadap potensi pengembangan usaha dan rendahnya daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan kondisi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya dalam UMKM menjadi suatu hal yang penting dan sangat perlu dilaksanakan sebagai upaya solutif dalam membantu UMKM untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Pendekatan dengan model pendampingan di nilai lebih efektif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibandingkan pendekatan dengan model pelatihan satu arah. Dengan dilakukannya pendekatan pendampingan, maka akan terjadi proses pembelajaran yang berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku usaha. Melalui pendekatan pendampingan yang terstruktur, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan secara langsung keterampilan manajerial dan strategi promosi dalam perkembangan usahanya.

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu menyatakan bahwa penguatan manajemen usaha melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana mampu meningkatkan akuntabilitas keuangan dan membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan usahanya (Wijaya et al., 2025). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa penguatan promosi melalui pemanfaatan media sosial, perbaikan desain kemasan, dan penggunaan media promosi visual dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar (Mardinawati et al., 2023). Meskipun demikian, kegiatan pengabdian tersebut masih berfokus pada satu aspek secara parsial, seperti menitikberatkan pada pemasaran digital atau pelatihan manajemen usaha secara terpisah.

Berdasarkan kajian literatur tersebut, kebaruan ilmiah dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terletak pada pendekatan pendampingan yang bersifat komprehensif dan terpadu. Kegiatan pengabdian ini menggabungkan penguatan manajemen usaha, yang meliputi pendampingan pembukuan secara sederhana dan pendampingan pengurusan sertifikasi halal. Selain itu, penguatan promosi usaha melalui pembuatan dan pengelolaan media sosial, pembaruan media promosi visual, serta peningkatan visibilitas lokasi dengan pemasangan plan penunjuk jalan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan solusi terkait dengan permasalahan yang dihadapi UMKM dengan melaksanakan pendampingan penguatan manajemen dan promosi usaha pada UMKM Lelas Snack dan catering secara komprehensif. Pendampingan tersebut mencakup aspek manajemen usaha, legalitas, promosi produk melalui media digital dan visual pendukung, serta peningkatan visibilitas lokasi usaha. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan lapangan para pelaku UMKM, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha, memperluas jangkauan promosi, dan mendukung pengambilan keputusan usaha yang tepat. Manfaat lain dari penelitian ini yaitu memberikan kontribusi praktis dan akademik sebagai model pendampingan UMKM berbasis pemecahan masalah.

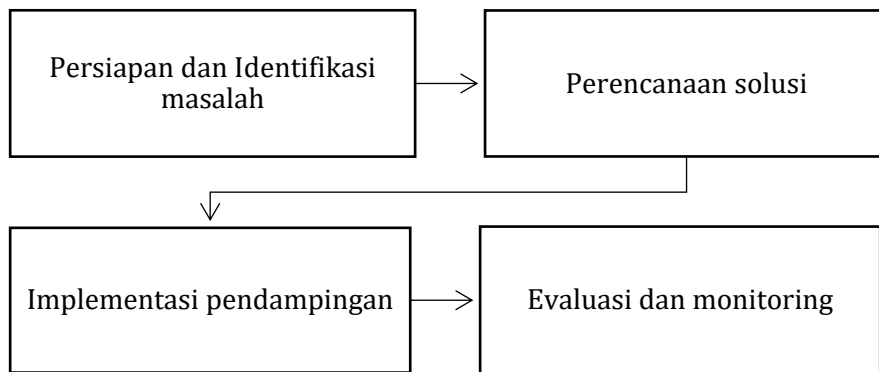
METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode partisipatif dan aplikatif. Metode pendampingan digunakan dalam kegiatan pengabdian ini agar solusi yang berikan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi dapat diterapkan secara langsung sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UMKM. Subjek dalam penelitian ini adalah UMKM Lelas Snack dan Catering yang berlokasi di Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Kegiatan dilaksanakan dalam kurun waktu 1 bulan pelaksanaan program pengabdian sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh tim pelaksana. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui beberapa tahapan implementatif yang sistematis dan saling berkaitan. Tahapan pelaksanaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan dan identifikasi masalah: tahap ini diawali dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang

dihadapi, serta kebutuhan UMKM khususnya pada aspek manajemen usaha dan promosi produk.

2. Tahap perencanaan solusi: berdasarkan identifikasi masalah, tim pengabdian melakukan penyusunan rencana solusi dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Perencanaan solusi meliputi pendampingan pembukuan sederhana, pemahaman terkait legalitas usaha (sertifikasi halal), penguatan promosi melalui media sosial, pembaruan media promosi visual, serta pemasangan plang penunjuk jalan menuju lokasi usaha.
3. Tahap implementasi pendampingan: tahap pelaksanaan langsung program pendampingan kepada pelaku usaha dengan mengimplementasikan solusi-solusi yang ditawarkan. Seluruh kegiatan dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan kondisi serta kesiapan UMKM.
4. Tahap evaluasi dan monitoring: tahap ini digunakan untuk menilai efektivitas dan keberhasilan kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pendampingan, terutama pada aspek manajemen usaha dan promosi produk.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini meliputi beberapa aspek, pada aspek manajemen usaha, ditunjukkan dengan kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan pembukuan usaha secara tertib serta meningkatnya pemahaman terhadap pentingnya legalitas usaha. Pada aspek promosi usaha, ditunjukkan dalam tersedianya media promosi yang lebih representatif, pengelolaan media sosial yang lebih aktif, serta meningkatnya visibilitas usaha melalui pemasangan plang penunjuk jalan. Secara keseluruhan, keberhasilan kegiatan diukur dari segi meningkatnya kapasitas UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan meningkatnya daya saing di tingkat lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Lelas Snack dan Catering di Desa Jatirejo menghasilkan sejumlah temuan penting sebagai dampak dari proses pendampingan dan pelatihan yang telah dilaksanakan. Temuan ini diperoleh melalui serangkaian kegiatan yang bersifat partisipatif, implikatif, dan berorientasi pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra. Secara umum, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mampu mendorong perubahan kondisi mitra pada berbagai aspek penguatan usaha meliputi peningkatan keterampilan pengelolaan pembukuan, optimalisasi promosi melalui media digital, penguatan identitas visual usaha, peningkatan pemahaman legalitas produk, pembuatan media informasi produk, dan peningkatan aksesibilitas lokasi usaha. Seluruh kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap dan menyesuaikan kesiapan UMKM. Ringkasan perubahan kondisi UMKM Lelas Snack dan Catering sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat disajikan dalam tabel 1 Sebagai gambaran umum hasil pengabdian.

Tabel 1. Perubahan kondisi UMKM Lelas Snack dan Catering

Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Promosi Digital	Belum memiliki dan mengelola media sosial secara aktif	Memiliki Instagram usaha dan <i>feeds</i> yang terkelola
Legalitas Produk	Belum memahami prosedur sertifikasi halal	Mendapatkan pendampingan dan memahami alur pengajuan
Identitas Visual Usaha	Media promosi dan identitas usaha masih terbatas	Tersedia MMT, Sticker, nota, dan desain kemasan
Manajemen Keuangan Usaha	Belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis	Mampu melakukan pembukuan sederhana
Informasi Produk	Belum memiliki katalog menu yang terstruktur	Memiliki katalog menu yang informatif dan menarik
Aksesibilitas Lokasi Usaha	Lokasi usaha sulit dikenali oleh konsumen	Tersedia plang penunjuk jalan menuju lokasi usaha

Berikut ini adalah pembahasan secara rinci hasil program kerja pengabdian masyarakat kepada UMKM Lelas Snack dan Catering.

Penguatan promosi digital melalui pendampingan media sosial

Program kerja penguatan promosi digital ini dilakukan sebagai upaya mengatasi keterbatasan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha. Kegiatan ini dilakukan melalui pembuatan dan pendampingan pengelolaan akun media sosial instagram usaha, pelatihan pembuatan konten sederhana, penyusunan konsep *feeds* yang disesuaikan dengan karakter produk UMKM, serta strategi penyampaian informasi produk dalam media sosial. Pendampingan dilakukan secara aplikatif dengan melibatkan mitra secara langsung dalam praktik pembuatan konten dan pengelolaan unggahan.



Gambar 2. Kegiatan pendampingan pembuatan akun dan pelatihan konten

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. UMKM telah memiliki akun instagram usaha yang aktif serta mulai menerapkan unggahan konten secara lebih terencana.

Penguatan legalitas produk melalui pendampingan sertifikasi halal

Program kerja penguatan legalitas produk dilakukan sebagai respons terkait rendahnya pemahaman mitra dalam pentingnya sertifikasi halal di bidang usaha kuliner. Kegiatan ini dilakukan dengan melaksanakan pendampingan yang mencakup sosialisasi tentang pentingnya sertifikasi halal,

penjelasan tahapan pengajuan, serta membantu dalam pendampingan pemenuhan dokumen dan persyaratan yang dibutuhkan. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan aplikatif agar mitra memahami proses sertifikasi halal. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya legalitas produk sebagai bentuk perlindungan usaha dan peningkatan kepercayaan konsumen. Mitra telah memahami alur pengajuan sertifikasi halal serta kesiapan yang diperlukan dalam proses tersebut.

Penguatan identitas visual usaha melalui pembaruan media promosi dan kemasan

Penguatan identitas visual usaha dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan citra dan profesionalisme UMKM Lalas Snack dan Catering. Kegiatan ini dilakukan melalui pembaruan media promosi usaha berupa pembuatan MMT, stiker, nota, dan penyempurnaan desain kemasan produk. Pendampingan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan mitra dalam penentuan konsep visual dan penentuan desain sesuai dengan kebutuhan usaha. Hasil dari pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas identitas visual usaha yang lebih konsisten dan profesional. Media promosi dan kemasan yang telah diperbarui membantu memperjelas identitas usaha dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Penguatan manajemen keuangan usaha melalui pelatihan pembukuan sederhana

Program kerja penguatan manajemen keuangan usaha dilakukan sebagai upaya permasalahan mitra dalam pengelolaan keuangan usaha. Kegiatan ini dilakukan melalui pendampingan dalam pelatihan pembukuan sederhana yang disesuaikan dengan skala UMKM disertai pemberian buku kas sebagai sarana pencatatan keuangan. Pelatihan dilakukan secara aplikatif dengan menekankan pelatihan secara langsung terkait pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan usaha secara sederhana. Mitra mulai memahami alur arus kas usaha dan mampu menggunakan buku kas sebagai alat bantu pengelolaan keuangan.

Penguatan informasi produk melalui penyusunan katalog menu cetak dan digital

Program kerja penguatan informasi produk dilaksanakan sebagai upaya mengatasi keterbatasan mitra dalam menyajikan informasi produk secara terstruktur dan informatif. Kegiatan ini dilakukan melalui penyusunan katalog menu yang disajikan dalam dua bentuk, yaitu katalog cetak dan katalog digital. Proses penyusunan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan mitra dalam pengelompokan produk, penentuan informasi yang ditampilkan serta penyesuaian desain dengan karakter usaha. Katalog cetak disiapkan sebagai media informasi langsung, sedangkan katalog digital digunakan sebagai media pendukung promosi di media sosial. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa keberadaan katalog menu cetak dan digital mempermudah mitra dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen secara lebih jelas dan menarik. Mitra juga menunjukkan pemahaman mengenai pentingnya penyajian informasi produk yang konsisten sebagai bagian dari strategi promosi usaha.

Peningkatan aksesibilitas lokasi usaha melalui pemasangan plang penunjuk jalan

Program kerja aksesibilitas lokasi usaha dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra terkait sulitnya konsumen menemukan lokasi UMKM Lalas Snack dan Catering. Kegiatan ini dilakukan melalui pemasangan plang penunjuk jalan pada dua titik strategis di jalur menuju lokasi UMKM. Penentuan titik pemasangan dilakukan berdasarkan hasil observasi jalur akses dan pertimbangan visibilitas bagi pengguna jalan. Pemasangan plang penunjuk jalan sebagai upaya memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi secara jelas dan mudah dipahami. Hasil pelaksanaan kegiatan

menunjukkan bahwa keberadaan plang penunjuk jalan memberikan akses bagi konsumen dalam menemukan lokasi usaha serta memudahkan mitra dalam memberikan informasi lokasi kepada pelanggan.



Gambar 3. Kegiatan pendampingan label halal, pembukuan sederhana, Pembuatan Katalog Digital dan Pemasangan Plang

PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui pendampingan penguatan manajemen dan promosi usaha pada UMKM Lalas Snack dan Catering di Desa Jatirejo menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang bersifat komprehensif dan berbasis kebutuhan mitra mampu memberikan solusi yang relevan terhadap permasalahan usaha yang dihadapi. Pendampingan yang dilaksanakan pada aspek manajemen keuangan, legalitas produk, promosi digital, identitas visual usaha, penyajian informasi produk, serta peningkatan aksesibilitas lokasi usaha secara terpadu telah berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, informatif, dan profesional. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan UMKM akan lebih efektif apabila dilakukan secara menyeluruh tidak parsial dengan mengintegrasikan aspek manajerial dan promosi sebagai satu kesatuan strategi pengembangan usaha.

Sebagai tindak lanjut, keberlanjutan dampak kegiatan pengabdian ini perlu didukung melalui komitmen mitra dalam menerapkan pembukuan usaha secara konsisten, mengelola media promosi digital secara berkelanjutan, serta memanfaatkan legalitas produk melalui sertifikasi halal dengan baik. Selain itu, pemanfaatan media promosi visual dan informasi produk yang telah disediakan diharapkan dapat terus dikembangkan sesuai dengan dinamika pasar. Model pendampingan yang diterapkan dalam kegiatan ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat selanjutnya, khususnya dalam upaya penguatan UMKM berbasis pemecahan masalah dan pemberdayaan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM Lalas Snack dan Catering atas keterbukaan, kerja sama, serta partisipasi aktif selama proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Jatirejo yang telah memberikan dukungan, izin, dan fasilitasi sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Dukungan dari berbagai pihak tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(9).
- Dwifanty, D. J., Leobisa, J. N., Bernoli, A. A., Tje, E., & Dima, Y. (2025). Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang dan Tantangan dalam Era Digitalisasi. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak :Perspektif Global (AEPPG)*, 2.
- Mardinawati, Adhiani, B., Santosa, T. B., & Rona, M. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Aktual Akuntansi Bisnis Terapan*, 6(1), 58–71.
- Nikmah, A. N., Kurniasih, U., & Fikri, M. K. (2023). Pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi pelaku usaha umkm di kabupaten pekalongan. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 205–211.
- Putri, A. R., Winoto, A. B., & Oktavia, A. (2025). Analisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 323–337.
- Rachmawati, R., Muchtarisa, T., & Pramudia, D. (2025). Pentingnya Legalitas Usaha Untuk Mendorong dan Meningkatkan Usaha Mikro dan Kecil (UMK). *Jurnal Pengabdian Nasional*, 05(05), 67–77.
- Sunarya, L., Immaniar, D., Agustin, F., Studi, P., Informatika, T., Sains, F., Tangerang, U. R., & Visual, M. K. (2021). MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA KECAMATAN SEPATAN. *Jurnal Rahardja*, 1(1), 47–56.
- Wahyudi, M. A., & Rahayu, Y. S. (2025). Peran media visual dalam meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis : Tinjauan literatur. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3, 741–746.
- Widiyarsih, T., Azis, A., Sukma, A., Rifaldi, A., & Deliana, B. (2025). Peningkatan Kualitas Usaha UMKM Melalui Pemasangan Plang Nama Jalan Desa Cimanganten Kecamatan Tarogong Kaler Garut. *Jurnal Dimasmu*, 3(1), 49–58.
- Wijaya, N., Onggo, S., & Naufal, M. I. (2025). Pendampingan UMKM Dalam Pengelolaan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Keyfa Juice Bulak Banteng Wetan Surabaya. *Jurnal Potensi Abdimas*, 1(1), 1–5.
- Xalansa, O., & Kartika, T. (2023). Pentingnya Manajemen Pemasaran bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Suarabaya. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(3).
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.