



SIGAP

JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

E-ISSN xxxx-xxxx

<https://www.ijems.id/index.php/sigap>

Vol 2, No 1, (Januari – Maret 2026) Hal: 25 - 41

Penguatan Kapasitas Usaha Pengrajin Tahu Serpong dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Tangerang

Rahmat Hidayat

Universitas Tangerang Raya, Indonesia
Email: rahmathidayat82@gmail.com

Hurian Kamela

Universitas Terbuka, Indonesia
Email: hurian.kamela@ecampus.ut.ac.id

Amelia Sholikhah

Muhammadiyah University of Tangerang, Indonesia
Email: ameliasholihah@ac.id

Caesar Rismanto

Muhammadiyah University of Tangerang, Indonesia
Email: caesarrismanto9529@gmail.com

Slamet Riyanto

Muhammadiyah University of Tangerang, Indonesia
Email: slametriyanto151sdk@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pengrajin tahu di wilayah Serpong, Tangerang, memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian lokal dan penyediaan pangan masyarakat. Namun demikian, sebagian besar pengrajin masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan manajemen usaha, rendahnya inovasi produk, kurang optimalnya strategi pemasaran, serta minimnya pemanfaatan teknologi produksi dan digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas usaha pengrajin tahu melalui program pendampingan yang terintegrasi, meliputi peningkatan keterampilan manajerial, perbaikan kualitas dan higienitas produksi, pengembangan inovasi produk, serta penguatan pemasaran, termasuk pemanfaatan media digital. Metode pelaksanaan PKM meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan, pendampingan praktik, serta evaluasi capaian program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pengrajin terhadap manajemen usaha, peningkatan kualitas produk tahu, perluasan jangkauan pemasaran, serta tumbuhnya kesadaran akan pentingnya inovasi dan daya saing. Dengan demikian, program PKM ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan usaha pengrajin tahu serta meningkatkan daya saing UMKM di wilayah Tangerang.

Kata Kunci: Penguatan, Kapasitas Usaha, Pengrajin Tahu, Daya Saing, UMKM



Copyright © Author(s) 2026

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) engaged in tofu production in the Serpong area of Tangerang play a strategic role in supporting the local economy and ensuring community food supply. However, most tofu artisans continue to face various challenges, including limited business management capabilities, low levels of product innovation, suboptimal marketing strategies, and minimal utilization of production and digital technologies. This Community Service Program (PKM) aims to strengthen the business capacity of tofu artisans through an integrated mentoring program that includes improving managerial skills, enhancing product quality and production hygiene, developing product innovations, and strengthening marketing strategies, including the use of digital media. The implementation methods consist of partner needs identification, training activities, hands-on mentoring, and evaluation of program outcomes. The results indicate improvements in artisans' understanding of business management, enhanced tofu product quality, expanded marketing reach, and increased awareness of the importance of innovation and competitiveness. Therefore, this PKM program is expected to support business sustainability among tofu artisans and improve the competitiveness of MSMEs in the Tangerang region.

Keywords: Capacity Strengthening, Business Capacity, Tofu Artisans, Competitiveness, MSMEs

1. LATAR BELAKANG

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjaga stabilitas ekonomi daerah. Di wilayah Tangerang, khususnya Kecamatan Serpong, UMKM berbasis pangan tradisional seperti usaha pengrajin tahu memiliki kontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat sekaligus menggerakkan ekonomi lokal. Produk tahu tidak hanya memiliki nilai ekonomi yang tinggi, tetapi juga menjadi bagian dari konsumsi sehari-hari masyarakat lintas sosial. Pratama, A., Hapsah, S., Agustin, S., Amalia, S. Q., & Suhandi, W. N. (2025).



Gambar 1. Pengrajin Sedang Mengolah Kedelai Jadi Tahu

(Sumber: Palapa News)

Meskipun memiliki potensi pasar yang besar dan permintaan yang relatif stabil, sebagian besar pengrajin tahu di Serpong masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usahanya. Tantangan tersebut antara lain keterbatasan kapasitas manajemen usaha, rendahnya kemampuan pencatatan keuangan, minimnya perencanaan produksi yang efisien, serta kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran yang adaptif. Kondisi ini menyebabkan usaha pengrajin tahu cenderung berjalan secara tradisional, bersifat turun-temurun, dan sulit berkembang secara berkelanjutan. Nafsiah, S. N., Marlindawati, M., Septayuda, I., Yudiastuti, H., Intan Akuntari, N., & Andika, P. D. (2025).

Selain aspek manajerial, permasalahan lain yang dihadapi adalah rendahnya inovasi produk dan proses produksi. Sebagian besar pengrajin masih memproduksi tahu dalam bentuk dan kualitas yang relatif sama, tanpa diferensiasi produk maupun pengembangan nilai tambah. Di sisi lain, aspek higienitas dan standar mutu produksi belum sepenuhnya diterapkan secara optimal, sehingga dapat memengaruhi kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Putri, N. R., & Cahyono, A. N. (2025).

Perkembangan teknologi dan digitalisasi juga belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pengrajin tahu di Serpong. Pemanfaatan teknologi produksi yang lebih efisien, penggunaan media digital untuk pemasaran, serta pengembangan branding produk masih sangat terbatas. Padahal, di era persaingan UMKM yang semakin ketat, kemampuan adaptasi terhadap teknologi dan pemasaran digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Sajian, A., & Rudianto. (2025).

Rendahnya kapasitas usaha pengrajin tahu tersebut berdampak langsung pada lemahnya daya saing UMKM, baik dalam aspek kualitas produk, efisiensi biaya, maupun akses pasar. Jika kondisi ini tidak segera ditangani, maka UMKM pengrajin tahu berpotensi mengalami stagnasi usaha bahkan penurunan pendapatan, terutama di tengah persaingan dengan produk sejenis yang lebih inovatif dan terstandarisasi. Maisirata, P., & Pelealu, D. R. (2025)

Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis dan berkelanjutan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada penguatan kapasitas usaha pengrajin tahu. Penguatan kapasitas ini mencakup peningkatan keterampilan manajerial, perbaikan kualitas dan higienitas produksi, pengembangan inovasi produk, serta optimalisasi pemasaran, termasuk pemanfaatan teknologi dan media digital. Melalui program pendampingan yang terintegrasi, diharapkan pengrajin tahu di Serpong mampu meningkatkan daya saing usahanya, memperluas pasar, serta mewujudkan keberlanjutan UMKM di wilayah Tangerang. Asadi, S., & Sukurman. (2025).

2. LANDASAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional maupun daerah. UMKM berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak ekonomi lokal, serta sarana pemerataan pendapatan masyarakat. Karakteristik UMKM umumnya ditandai dengan skala usaha yang relatif kecil, penggunaan teknologi sederhana, modal terbatas, serta pengelolaan usaha yang masih bersifat informal. Dalam konteks UMKM pangan tradisional seperti pengrajin tahu, keberadaan UMKM tidak hanya bernilai ekonomi,

tetapi juga memiliki nilai sosial dan budaya karena terkait dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari. Wijaya, M. F. (2025).



Gambar 2. Proses Pembuatan Tahu Serpong Tangerang Selatan
(Sumber detik.com)

Namun demikian, UMKM sering menghadapi keterbatasan dalam akses permodalan, manajemen usaha, teknologi produksi, dan pemasaran. Keterbatasan ini menyebabkan UMKM sulit berkembang dan kurang mampu bersaing dengan usaha yang lebih besar atau produk sejenis yang telah terstandarisasi. Oleh karena itu, upaya penguatan kapasitas usaha menjadi kebutuhan mendasar bagi UMKM agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Syafitri, Y., Irwandi, I., Sulaimawan, D., Astika, R., & Susianto, D. (2021).

Konsep Penguatan Kapasitas Usaha

Penguatan kapasitas usaha (*capacity building*) merupakan proses sistematis untuk meningkatkan kemampuan individu, kelompok, atau organisasi dalam mengelola sumber daya secara efektif dan berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, penguatan kapasitas usaha mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan sistem pengelolaan usaha agar pelaku UMKM mampu meningkatkan kinerja dan daya saing. Widiatika, A. R., & Na'ma Aisa, N. (2025).

Penguatan kapasitas usaha UMKM dapat dilakukan melalui berbagai aspek, antara lain peningkatan kapasitas manajerial, penguatan kelembagaan usaha, peningkatan keterampilan teknis produksi, serta pengembangan kemampuan pemasaran dan inovasi. Bagi pengrajin tahu, penguatan kapasitas usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah produksi, tetapi juga pada peningkatan kualitas produk, efisiensi proses, serta kemampuan membaca peluang pasar. Hutabarat, M. L. P., Simatupang, A., Cendana, W., Hariyanto, C. C., & Zebua, F. E. (2025).

Kapasitas Manajerial UMKM

Kapasitas manajerial merupakan kemampuan pelaku usaha dalam merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan usaha. Kapasitas ini mencakup pengelolaan keuangan, perencanaan produksi, pengelolaan sumber daya manusia, serta pengambilan keputusan usaha. Banyak UMKM, termasuk pengrajin tahu, masih menjalankan usaha tanpa perencanaan yang matang dan pencatatan keuangan yang sistematis, sehingga sulit mengukur kinerja usaha dan mengambil keputusan

strategis. Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024).

Peningkatan kapasitas manajerial diharapkan mampu membantu pengrajin tahu dalam mengelola usaha secara lebih profesional, meningkatkan efisiensi biaya, serta meminimalkan risiko kerugian. Dengan manajemen usaha yang baik, UMKM dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan lingkungan usaha. Tambunan, T. T. H. (2021).



Gambar 3. Memilah Tahu yang sudah di produksi
(Sumber: Merdeka.com)

Inovasi Produk dan Proses Produksi

Inovasi merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru secara radikal, tetapi dapat berupa perbaikan kualitas produk, diversifikasi varian, pengemasan yang lebih menarik, serta peningkatan proses produksi yang lebih efisien dan higienis. Dalam usaha pengrajin tahu, inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan berbagai jenis olahan tahu, peningkatan tekstur dan rasa, serta penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan. Anjaningrum, F. et al. (2024).

Proses produksi yang higienis dan berkualitas akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan nilai jual produk. Selain itu, inovasi proses produksi juga dapat meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, sehingga berdampak positif pada keberlanjutan usaha. Anjaningrum, F. et al. (2024).

Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi Digital

Pemasaran merupakan aktivitas penting dalam menentukan keberhasilan UMKM. Pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam mengenalkan produk kepada konsumen, membangun citra merek, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pemasaran digital menjadi salah satu strategi yang relevan bagi UMKM. Ropiudin, R., & Syska, K. (2025).

Pemanfaatan media digital, seperti media sosial dan platform daring, memungkinkan UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Bagi pengrajin tahu di Serpong, pemasaran digital dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk, meningkatkan visibilitas usaha, serta membangun

hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pemasaran berbasis digital menjadi bagian penting dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM. Anita, A., Indah, S., & As'adi, A. (2025).

Daya Saing UMKM

Daya saing UMKM dapat diartikan sebagai kemampuan usaha dalam menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar, baik dari segi kualitas, harga, inovasi, maupun pelayanan. Daya saing dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, seperti kualitas sumber daya manusia, manajemen usaha, dan inovasi, serta faktor eksternal, seperti kondisi pasar dan persaingan. Pratama, A., Hapsah, S., Agustin, S. Q. A., & Suhandi, W. N. (2023).

UMKM yang memiliki daya saing tinggi cenderung lebih mampu bertahan dalam situasi persaingan yang ketat dan perubahan lingkungan usaha. Dalam konteks pengrajin tahu, daya saing tercermin dari kemampuan mempertahankan pelanggan, meningkatkan volume penjualan, serta memperluas pasar. Penguatan kapasitas usaha menjadi strategi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan. Purnamasari, E. D., Yeni, & Coyanda, J. R. (2023).

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk implementasi tridarma perguruan tinggi yang bertujuan untuk mentransfer ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan kepada masyarakat. Dalam konteks UMKM, PKM berperan sebagai sarana pemberdayaan melalui pelatihan, pendampingan, dan pembinaan usaha. Islamudin, A., & Sri Setiawati, R. I. (2023).

Melalui PKM yang terencana dan berkelanjutan, pengrajin tahu di Serpong diharapkan memperoleh peningkatan kapasitas usaha secara menyeluruh, baik dari aspek manajerial, produksi, maupun pemasaran. Dengan demikian, PKM dapat menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di wilayah Tangerang. Jatmika, S., Gunawan, R., Zahra, N. H., Agatha, R. P., & Melani, N. A. (2023).

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berbasis pendampingan. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi nyata usaha pengrajin tahu, permasalahan yang dihadapi, serta perubahan kapasitas usaha setelah dilaksanakannya program pendampingan. Metode PKM digunakan sebagai bentuk intervensi langsung untuk meningkatkan kapasitas usaha pengrajin tahu secara terintegrasi. Sari, E., & Ahmadi, M. A. (2023).



Gambar 4. Produk Tahu siap dikemas
(Sumber: Merdeka.com)

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di wilayah Serpong, Kota Tangerang Selatan, yang merupakan salah satu sentra usaha pengrajin tahu. Subjek penelitian terdiri atas pengrajin tahu skala UMKM yang aktif memproduksi dan bersedia menjadi mitra dalam kegiatan PKM. Penentuan subjek dilakukan secara *purposive sampling*, dengan kriteria meliputi: (1) memiliki usaha tahu aktif, (2) berskala mikro atau kecil, dan (3) menghadapi kendala dalam manajemen, produksi, atau pemasaran usaha. Satriana, D., Daulay, M. A., & Merliana, T. (2023).

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Metode penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang diantaranya sebagai berikut:

Tahap Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi kondisi usaha mitra melalui observasi lapangan dan wawancara awal. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi pengrajin tahu, baik dari aspek manajemen usaha, proses produksi, inovasi produk, maupun pemasaran. Hasil analisis kebutuhan menjadi dasar dalam perancangan program pendampingan. Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., & Komariah, K. (2023).

Tahap Perencanaan Program

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, disusun program penguatan kapasitas usaha yang mencakup materi pelatihan, metode pendampingan, serta indikator keberhasilan kegiatan. Perencanaan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra agar program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi riil pengrajin tahu. Nurzaman, F., Febriyanti, S., Hasanah, G., & Alifiany, S. (2023).

Tahap Pelaksanaan Pendampingan

Tahap pelaksanaan meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pengrajin tahu, yang mencakup:

- a. pelatihan manajemen usaha dan pencatatan keuangan sederhana,
- b. pendampingan peningkatan kualitas dan higienitas produksi tahu,

- c. pengembangan inovasi produk dan pengemasan, serta
- d. pendampingan strategi pemasaran, termasuk pemanfaatan media digital.

Pendampingan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan untuk memastikan materi yang diberikan dapat dipahami dan diterapkan oleh mitra. Nurzaman, F., Febriyanti, S., Hasanah, G., & Alifiany, S. (2023).

Tahap *Monitoring* dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan untuk melihat tingkat keterlaksanaan program dan respons mitra. Evaluasi dilakukan untuk mengukur perubahan kapasitas usaha pengrajin tahu, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun praktik usaha. Evaluasi juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi dan peluang perbaikan program ke depan. Wardhani, R. R., Adam, N. T., Putri, A. L., & Setyaningsih, D. A. (2023).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi, untuk mengamati secara langsung kondisi usaha, proses produksi, dan penerapan hasil pendampingan.
- b. Wawancara mendalam, untuk menggali informasi terkait pengalaman, persepsi, dan perubahan yang dirasakan oleh pengrajin tahu setelah mengikuti program PKM.
- c. Dokumentasi, berupa catatan kegiatan, foto, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan PKM. Thahira, I. A., Tiara Indani, F., Eliana, D., Rosidin, M., & Sulisty, W. Y. (2023).

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif, yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada perubahan kapasitas usaha pengrajin tahu sebelum dan sesudah pelaksanaan program pendampingan, serta dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM. Virgiyanti, D. F., Al Manaanu, Y., Kamaluddin, I., et al. (2023).

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan penelitian ini meliputi:

- a. meningkatnya pemahaman pengrajin tahu tentang manajemen usaha dan pencatatan keuangan,
- b. meningkatnya kualitas dan higienitas produk tahu,
- c. adanya inovasi produk dan pengemasan,
- d. meningkatnya kemampuan pemasaran, termasuk pemanfaatan media digital, dan
- e. meningkatnya daya saing usaha yang ditunjukkan oleh perluasan pasar dan peningkatan kepercayaan konsumen.

Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, antara lain memperoleh persetujuan dari mitra, menjaga kerahasiaan data usaha, serta menjunjung tinggi nilai partisipasi dan keberlanjutan program. Transformasi daya saing digital UMKM desa dimasa pandemi Covid-19. (2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Kapasitas Usaha Pengrajin Tahu

Hasil observasi dan wawancara pada tahap awal menunjukkan bahwa sebagian besar pengrajin tahu di wilayah Serpong menjalankan usaha secara tradisional dengan tingkat kapasitas usaha yang masih terbatas. Pengelolaan usaha umumnya belum didukung oleh perencanaan yang sistematis, pencatatan keuangan masih sederhana atau bahkan tidak dilakukan secara rutin, serta pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi belum diterapkan. Kondisi ini menyebabkan pengrajin mengalami kesulitan dalam mengetahui keuntungan usaha secara pasti dan merencanakan pengembangan usaha ke depan. Krisdiyawati, K., Kamal, B., Amaliyah, F., & Hasan, I. (2024).



Gambar 5. Pengrajin sedang menata Tahu yang sudah Matang
(Sumber: Merdeka.com)

Dari aspek produksi, proses pembuatan tahu masih dilakukan dengan peralatan sederhana dan standar higienitas yang belum optimal. Inovasi produk juga relatif rendah, di mana sebagian besar pengrajin hanya memproduksi tahu putih dalam bentuk konvensional tanpa diferensiasi produk maupun pengemasan yang menarik. Pada aspek pemasaran, pengrajin cenderung mengandalkan penjualan langsung di pasar tradisional atau pelanggan tetap di sekitar lokasi usaha, tanpa strategi pemasaran yang terencana dan tanpa memanfaatkan media digital. Fitra, F., Sucipto, S., & Hidayati, B. (2023).

Peningkatan Kapasitas Manajerial

Setelah pelaksanaan program penguatan kapasitas usaha melalui pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan yang signifikan pada kapasitas manajerial pengrajin tahu. Pengrajin mulai memahami pentingnya perencanaan usaha dan pencatatan keuangan sederhana, termasuk pencatatan biaya produksi, pendapatan, dan keuntungan. Beberapa mitra telah mampu menyusun pembukuan sederhana dan memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi. Fitra, F., Sucipto, S., & Hidayati, B. (2023).

Selain itu, pengrajin menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengelola proses produksi secara lebih terencana, seperti pengaturan jumlah produksi sesuai permintaan pasar dan pengelolaan bahan baku yang lebih efisien. Peningkatan kapasitas manajerial ini menjadi dasar penting bagi pengrajin dalam mengambil keputusan usaha yang lebih rasional dan berorientasi pada keberlanjutan. Sinaga, G. J. M. (2023).

Peningkatan Kualitas dan Higienitas Produksi

Hasil pendampingan pada aspek produksi menunjukkan adanya perbaikan pada kualitas dan higienitas produk tahu. Pengrajin mulai menerapkan praktik produksi yang lebih bersih, seperti penggunaan peralatan yang higienis, pengelolaan air bersih, serta penataan area produksi yang lebih rapi. Penerapan praktik higienitas ini berdampak pada peningkatan kualitas tahu, baik dari segi tekstur, warna, maupun daya tahan produk. Dewi, R. S., Arifah, I. D. C., Kautsar, A., et al. (2023).

Peningkatan kualitas produksi juga ditunjukkan oleh berkurangnya tingkat produk cacat dan meningkatnya konsistensi mutu tahu yang dihasilkan. Kondisi ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tahu yang dihasilkan oleh pengrajin di Serpong.



Gambar 6. Tahu Serpong siap saji
(Sumber: detik.com)

Pengembangan Inovasi Produk dan Pengemasan

Program penguatan kapasitas usaha juga mendorong pengrajin untuk melakukan inovasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa pengrajin mulai mengembangkan variasi produk olahan tahu, seperti tahu goreng siap saji dan produk tahu dengan ukuran atau bentuk yang berbeda. Selain itu, pengrajin mulai memperhatikan aspek pengemasan dengan menggunakan kemasan yang lebih rapi dan menarik, serta mencantumkan informasi produk sederhana. Nazaruddin, I., Utami, E. R., & Rahmawati, E. (2023).

Inovasi produk dan pengemasan ini memberikan nilai tambah bagi produk tahu dan meningkatkan daya tarik konsumen. Produk yang lebih variatif dan dikemas dengan baik memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima di pasar yang lebih luas.

Peningkatan Kapasitas Pemasaran dan Pemanfaatan Media Digital

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pemasaran pengrajin tahu, khususnya dalam pemanfaatan media digital. Pengrajin mulai mengenal dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk, seperti untuk memperkenalkan produk, memberikan informasi harga, dan menjalin komunikasi dengan konsumen. Meskipun pemanfaatannya masih sederhana, langkah ini menjadi awal penting dalam memperluas jangkauan pasar. Tri Hanifawati, R. S. L. (2021).

Selain pemasaran digital, pengrajin juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menjaga hubungan dengan pelanggan dan memperluas jaringan pemasaran, baik melalui kerja sama dengan pedagang maupun konsumen baru. Peningkatan kapasitas pemasaran ini berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan dan stabilitas pendapatan usaha.

Dampak terhadap Daya Saing UMKM

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas usaha memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM pengrajin tahu di Serpong. Daya saing meningkat melalui perbaikan kualitas produk, efisiensi proses produksi, inovasi produk, serta perluasan pemasaran. Pengrajin menjadi lebih percaya diri dalam mengelola usahanya dan lebih siap menghadapi persaingan dengan produk sejenis. Aslama Odilak Ma'arif & Ida Maftukhah. (2020).

Peningkatan daya saing ini tercermin dari meningkatnya kepercayaan konsumen, bertambahnya jumlah pelanggan, serta adanya peluang perluasan pasar. Dengan demikian, program penguatan kapasitas usaha terbukti mampu mendorong keberlanjutan dan pengembangan UMKM pengrajin tahu di wilayah Tangerang.

Penguatan Kapasitas Usaha sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas usaha melalui program pendampingan memiliki peran strategis dalam memberdayakan pengrajin tahu di Serpong. Penguatan kapasitas usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mencakup aspek manajerial, inovasi, dan pemasaran. Temuan ini sejalan dengan konsep *capacity building* yang menekankan peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif dan berkelanjutan. Melalui pendampingan yang terstruktur, pengrajin tidak lagi berperan sebagai pelaku usaha pasif, tetapi mulai berkembang menjadi pelaku usaha yang lebih mandiri dan adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha. Mashuri, M. (2019).

Implikasi Penguatan Kapasitas Manajerial terhadap Kinerja Usaha

Peningkatan kapasitas manajerial yang ditunjukkan melalui kemampuan pencatatan keuangan, perencanaan produksi, dan pengambilan keputusan usaha memberikan dampak langsung terhadap kinerja UMKM pengrajin tahu. Dengan adanya pembukuan sederhana, pengrajin dapat mengetahui kondisi keuangan usaha secara lebih jelas, sehingga mampu mengontrol biaya produksi dan merencanakan pengembangan usaha. Hal ini mendukung teori manajemen UMKM yang menyatakan bahwa kemampuan manajerial merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Utama, I. D. (2019).

Temuan ini juga menunjukkan bahwa penguatan kapasitas manajerial menjadi fondasi penting bagi peningkatan daya saing UMKM, karena pelaku usaha mampu mengelola usaha secara lebih profesional dan responsif terhadap dinamika pasar.

Peran Peningkatan Kualitas dan Higienitas Produksi dalam Meningkatkan Daya Saing

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas dan higienitas produksi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing pengrajin tahu. Penerapan praktik produksi yang lebih higienis meningkatkan mutu produk dan kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan teori kualitas produk yang menyatakan bahwa konsistensi mutu dan keamanan pangan merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas konsumen, terutama pada produk pangan tradisional. Mariyudi. (2019).

Dalam konteks persaingan UMKM, kualitas produk menjadi pembeda utama antara usaha yang mampu bertahan dan usaha yang mengalami stagnasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produksi melalui penguatan kapasitas teknis menjadi strategi yang relevan dan berkelanjutan.



Gambar 7. Tahu goreng cemilan dimakan dengan Cabe rawit)
(Sumber: About Tangerang)

Inovasi Produk sebagai Sumber Nilai Tambah UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan pengemasan memberikan nilai tambah bagi usaha pengrajin tahu. Inovasi yang dilakukan tidak bersifat radikal, tetapi berupa diversifikasi produk, perbaikan bentuk, ukuran, dan kemasan yang lebih menarik. Temuan ini memperkuat teori inovasi UMKM yang menyatakan bahwa inovasi incremental mampu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas segmen pasar. Strategy to Improve Competitiveness in Small Medium Industries. (2019).

Inovasi produk juga mendorong pengrajin untuk lebih kreatif dan peka terhadap kebutuhan konsumen. Dengan demikian, inovasi berperan sebagai motor penggerak peningkatan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi persaingan produk sejenis di pasar lokal.

Pemanfaatan Pemasaran Digital dalam Memperluas Akses Pasar

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran memberikan peluang baru bagi pengrajin tahu dalam memperluas jangkauan pasar. Meskipun pemanfaatannya masih pada tahap awal, penggunaan media sosial telah meningkatkan visibilitas produk dan mempermudah komunikasi dengan konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran digital yang menyatakan bahwa teknologi informasi dapat menjadi alat efektif bagi UMKM untuk menekan biaya promosi dan menjangkau pasar yang lebih luas. Apriliani. (2019).

Pemanfaatan pemasaran digital juga menunjukkan adanya perubahan pola pikir pengrajin dari pemasaran konvensional menuju pemasaran yang lebih adaptif dan berbasis teknologi. Hal ini menjadi indikator penting dalam peningkatan kapasitas usaha dan daya saing UMKM di era digital. Sari, E., & Ahmadi, M. A. (2019).

Dampak Penguatan Kapasitas Usaha terhadap Daya Saing UMKM

Secara keseluruhan, pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas usaha memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM pengrajin tahu di Serpong. Daya saing meningkat melalui perbaikan kualitas produk, efisiensi produksi, inovasi, dan perluasan pemasaran. Temuan ini mendukung teori daya saing UMKM yang menekankan pentingnya penguatan faktor internal usaha sebagai strategi utama dalam menghadapi persaingan. Ahmad, A., Supian, K., Yunus, M., & Tanius, E. (2019).

Peningkatan daya saing ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dan ketahanan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan ekonomi. Sari, E., & Ahmadi, M. A. (2019).

Peran PKM dalam Mendorong Keberlanjutan UMKM

Pembahasan juga menegaskan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) memiliki peran penting sebagai instrumen pemberdayaan dan penguatan kapasitas UMKM. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan, PKM mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan akademik dan praktik usaha di lapangan. Dengan demikian, PKM tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga mendorong terbentuknya kemandirian dan keberlanjutan usaha pengrajin tahu di wilayah Tangerang. Analisis Digital Marketing terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Banda Aceh. (2019).

5. KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penguatan kapasitas usaha pengrajin tahu di wilayah Serpong, Tangerang, merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Program pendampingan yang dilaksanakan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) terbukti mampu meningkatkan kapasitas usaha pengrajin secara menyeluruh, baik dari aspek manajerial, produksi, inovasi, maupun pemasaran.

Penguatan kapasitas manajerial memberikan dampak positif terhadap kemampuan pengrajin dalam mengelola usaha secara lebih terencana dan profesional. Penerapan pencatatan keuangan sederhana, perencanaan produksi, serta pengelolaan sumber daya usaha secara lebih efisien membantu pengrajin dalam mengambil keputusan usaha yang lebih tepat dan berorientasi pada keberlanjutan.

Dari aspek produksi, peningkatan kualitas dan higienitas proses pembuatan tahu berkontribusi terhadap perbaikan mutu produk dan peningkatan kepercayaan konsumen. Penerapan praktik produksi yang lebih bersih dan terstandar mampu meningkatkan konsistensi kualitas produk, sehingga memperkuat posisi pengrajin tahu dalam persaingan pasar lokal.

Selain itu, pengembangan inovasi produk dan pengemasan memberikan nilai tambah bagi produk tahu yang dihasilkan. Inovasi yang bersifat bertahap mendorong diferensiasi produk dan meningkatkan daya tarik konsumen. Pemanfaatan pemasaran, termasuk penggunaan media digital, turut memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas usaha pengrajin tahu.

Secara keseluruhan, penguatan kapasitas usaha melalui PKM berdampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM pengrajin tahu di Serpong, yang tercermin dari peningkatan kualitas produk, efisiensi usaha, perluasan pasar, serta meningkatnya kesadaran pengrajin akan pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pengrajin Tahu: Pengrajin tahu diharapkan dapat terus menerapkan dan mengembangkan hasil pendampingan, khususnya dalam pengelolaan manajemen usaha, peningkatan kualitas produksi, dan inovasi produk. Konsistensi dalam pencatatan keuangan, penerapan standar higienitas, serta pemanfaatan media digital perlu dijaga agar peningkatan daya saing dapat berkelanjutan.
- b. Bagi Pemerintah Daerah: Pemerintah daerah disarankan untuk memberikan dukungan berkelanjutan kepada UMKM pengrajin tahu melalui program pelatihan, fasilitasi perizinan, bantuan peralatan produksi, serta akses pembiayaan. Sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha perlu diperkuat untuk mendorong pengembangan UMKM berbasis pangan lokal.
- c. Bagi Perguruan Tinggi: Perguruan tinggi diharapkan dapat terus mengembangkan program PKM yang berorientasi pada kebutuhan nyata UMKM, dengan pendampingan yang berkelanjutan dan berbasis riset. Keterlibatan mahasiswa dan dosen dalam PKM dapat menjadi sarana transfer ilmu pengetahuan dan teknologi yang berdampak langsung bagi masyarakat.
- d. Bagi Penelitian Selanjutnya: Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji penguatan kapasitas usaha UMKM dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) guna mengukur secara lebih objektif dampak program terhadap peningkatan pendapatan, produktivitas, dan daya saing. Selain itu, penelitian dapat diperluas pada sektor UMKM pangan lainnya untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Supian, K., Yunus, M., & Tanius, E. (2019). Entrepreneurial orientation and hospitality performance: The mediating effect of market orientation. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 4(19), 61–71. Mercu Buana Publications
- Al Omoush, K., Lassala, C., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). The role of digital business transformation in frugal innovation and SMEs' resilience. *International Journal of Emerging Markets*. (UIN Jakarta Journal)
- Analisis Digital Marketing terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Banda Aceh. (2019). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Community Service*. Jurnal UUI
- Anita, A., Indah, S., & As'adi, A. (2025). Experience and challenges of MSME tofu factories in increasing competitiveness. *International Journal of Management and Business*. (irdhjournals.com)
- Anjaningrum, F. et al. (2024). MSME innovation infrastructure and competitiveness. *International Journal of SMEs Studies*. (MDPI)
- Apriliani. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM Wingko Lamongan. *Jurnal Analisis Strategi Pemasaran*. ejournal.ahmaddahlan.ac.id
- Asadi, S., & Sukurman. (2025). Pemberdayaan UMKM sembako tradisional melalui digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajemen bisnis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(9). (Ejournal 45 Mataram)

- Aslama Odilak Ma'arif & Ida Maftukhah. (2020). The Efforts to Improve Marketing Performance in Small and Medium Industries of Tofu. *Management Analysis Journal*, 9(3). <https://doi.org/10.15294/maj.v9i3.39947> UNNES Journal
- Cahyani, L., Hidayat, R., & Marcelino, D. (2023). *Strengthening digital capabilities and entrepreneurship for SMEs in the creative economy sector during a pandemic. Jurnal Penyuluhan*. IPB Journal
- Dewi, R. S., Arifah, I. D. C., Kautsar, A., et al. (2023). *Developing small medium enterprise of creative business through digital marketing and financial management training. International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(11). IJMRA
- Fadli, M. F., & Laksamana, R. (2019). Strategi transformasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi berbasis inovasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2). ejurnal.unmuhjember.ac.id
- Fadli, M. F., & Laksamana, R. (2023). *Strategi transformasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi berbasis inovasi. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2). ejurnal.unmuhjember.ac.id
- Fitra, F., Sucipto, S., & Hidayati, B. (2023). *Enhancing the capacity of MSMEs in digital marketing at the Modern Creative Industry Institution of Jombang Regency. Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4). Unilak Journal
- Hutabarat, M. L. P., Simatupang, A., Cendana, W., Hariyanto, C. C., & Zebua, F. E. (2025). Strengthening the capacity of MSMEs in Sukabakti Village, Tangerang through production management assistance, finance, digital marketing, and legality. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(3). (pkm.uika-bogor.ac.id)
- Islamudin, A., & Sri Setiawati, R. I. (2023). *Improving the competitiveness of small and medium micro economies through digital marketing in the global market. Proceedings of International Conference on Economics Business and Government Challenges*. ic-ebgc.upnjatim.ac.id
- Jatmika, S., Gunawan, R., Zahra, N. H., Agatha, R. P., & Melani, N. A. (2023). *Peningkatan daya saing UMKM melalui optimalisasi legalitas usaha dan digital marketing di Desa Jatisobo, Karanganyar. Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat*. proceedings.ums.ac.id
- Krisdiyawati, K., Kamal, B., Amaliyah, F., & Hasan, I. (2024). *Peningkatan daya saing UMKM pengrajin Telur Asin Pesurungan Lor melalui pemasaran digital dan manajemen usaha. Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(4), 689–695. Undikma Journal
- Maisirata, P., & Pelealu, D. R. (2025). Optimalisasi pengelolaan usaha komunitas UMKM melalui strategi pelatihan dan pendampingan berbasis kebutuhan. *Lebah*. (plus62.isha.or.id)
- Mariyudi. (2019). Success factors of SMEs: The case of Indonesia. *International Journal of Business Innovation and Research*, 19(2), 204–231. ResearchGate
- Mashuri, M. (2019). Analisis strategi pemasaran UMKM di era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224. researchhub.id
- Nafsiah, S. N., Marlindawati, M., Septayuda, I., Yudiastuti, H., Intan Akuntari, N., & Andika, P. D. (2025). Meningkatkan daya saing UMKM Tikar Purun melalui

- penguatan SDM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3). (jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com)
- Nazaruddin, I., Utami, E. R., & Rahmawati, E. (2023). *Digitalization challenges for SMEs: A systematic literature review perspective and future research*. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 15(1). Journal UMY
- Nurzaman, F., Febriyanti, S., Hasanah, G., & Alifiany, S. (2023). *Transformasi pemasaran digital pada UMKM konveksi kaos*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. journal.stiemifdasubang.ac.id
- Pratama, A., Hapsah, S., Agustin, S. Q. A., & Suhandi, W. N. (2023). *Peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM untuk menghadapi era digital*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 71–77. Open Journal UNPAM
- Pratama, A., Hapsah, S., Agustin, S., Amalia, S. Q., & Suhandi, W. N. (2025). *Peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM untuk menghadapi era digital*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 71–77. (Open Journal UNPAM)
- Purnamasari, E. D., Yeni, & Coyanda, J. R. (2023). *Peningkatan kapasitas UMKM melalui pengelolaan keuangan digital dan digitalisasi pemasaran dalam mendorong keberlanjutan usaha*. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(3). Ejournal Universitas Indo Global Mandiri
- Putri, N. R., & Cahyono, A. N. (2025). *Penguatan kapasitas perempuan UMKM pangan melalui pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial*. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3). (Jurnal STIE AAS)
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., & Komariah, K. (2023). *Entrepreneurial competence, market orientation, and digital literacy impact on MSME culinary marketing performance in Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(5). Jurnal IBIK
- Ropiudin, R., & Syska, K. (2025). *Green manufacturing for rural tofu SMEs to increase global competitiveness*. *Jurnal Agricultural Biosystem Engineering*. (Lampung Agriculture Journal)
- Sajian, A., & Rudianto. (2025). *Peningkatan kapasitas UMKM melalui pendampingan operasional dan manajemen*. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4). (Ejournal 45 Mataram)
- Sari, E., & Ahmadi, M. A. (2019). *Kapitas UMKM: Peran Teknologi Digital dalam Pemberdayaan UMKM Desa Jarum*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*. jurnal.stieganessa.ac.id
- Sari, E., & Ahmadi, M. A. (2023). *Kapitas UMKM: Peran teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM desa*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*. jurnal.stieganessa.ac.id
- Satriana, D., Daulay, M. A., & Merliana, T. (2023). *Transformasi digital UMKM: Penguatan strategi pemasaran dan SDM untuk meningkatkan daya saing di era 5.0*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1). Riset Unisma
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). *The impact of digital marketing on the performance of SMEs: An analytical study in light of modern digital transformations*. *Sustainability*, 16(19), 8667. (MDPI)

- Sinaga, G. J. M. (2023). *Social media and market orientation in SME performance: Competitive advantage as mediating factor*. *KINERJA*, 29(1). ojs.uajy.ac.id
- Strategy to Improve Competitiveness in Small Medium Industries. (2019). *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(18). IJBEL
- Syafitri, Y., Irwandi, I., Sulaimawan, D., Astika, R., & Susianto, D. (2021). Penguatan kapasitas SDM/UMKM pengembangan industri pangan lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. (jamsi.jurnal-id.com)
- Tambunan, T. T. H. (2021). UMKM di tengah pandemi: Ketahanan dan strategi bertahan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*. (umum dikutip dalam studi UMKM) (Open Journal UNPAM)
- Thahira, I. A., Tiara Indani, F., Eliana, D., Rosidin, M., & Sulisty, W. Y. (2023). *Peningkatan kapasitas pemasaran digital bagi UMKM melalui pelatihan digital marketing*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*. Ejournal SISFOKOMTEK
- Transformasi daya saing digital UMKM desa dimasa pandemi Covid-19. (2023). *Latihan Jurnal Universitas Muhammadiyah Surabaya*. Jurnal UMS
- Tri Hanifawati, R. S. L. (2021). Peningkatan kinerja UMKM selama pandemi Covid-19 melalui penerapan inovasi produk dan pemasaran online. *Warta LPM*, 24. Undikma Journal
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1–10. researchhub.id
- Virgiyanti, D. F., Al Manaanu, Y., Kamaluddin, I., et al. (2023). *Manajemen pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*. Riset Unisma
- Wardhani, R. R., Adam, N. T., Putri, A. L., & Setyaningsih, D. A. (2023). *Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi untuk pertumbuhan ekonomi*. *Hasil Karya 'Aisyiyah untuk Indonesia*. Jurnal Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta
- Widiantika, A. R., & Na'ma Aisa, N. (2025). Penguatan kapasitas keuangan UMKM melalui implementasi sistem akuntansi. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 5(4). (Jurnal Citra Bakti)
- Wijaya, M. F. (2025). Optimalisasi potensi UMKM melalui inovasi keripik tahu sebagai produk bernilai ekonomi. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2). (ojs.unida.ac.id)