

Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dan Logo Pada UMKM Arifin Snack Pati, Jawa Tengah

¹⁾Wa Ode Sitti Nurrahmah*, ²⁾M. Roby Jatmiko, ³⁾Asepta Hendriyanto, ⁴⁾Kukuh Mulyanto, ⁵⁾Sri Sulistiyarningsih, ⁶⁾Meizar Effendi, ⁷⁾Ellen Proborini, ⁸⁾Fajar Husain Asy'ari, ⁹⁾Yayan Nuryana, ¹⁰⁾Firdaus

¹⁻⁶⁾Program Studi Manajemen, STIE Anindyaguna, Semarang, Indonesia

^{7,8)}Program Studi, STT Pati, Pati, Indonesia

⁹⁾Program Studi Akuntansi, ITB Adias Pemalang, Pemalang, Indonesia

¹⁰⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang, Indonesia

Email Corresponding: waodenurrahmah1989@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pendampingan NIB Logo UMKM Arifin Snack	Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi UMKM Arifin Snack di Pati, Jawa Tengah, dalam proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) serta pengembangan logo perusahaan. UMKM di Indonesia, terutama di daerah Pati, sering mengalami kesulitan dalam administrasi bisnis dan strategi branding yang efektif. Melalui pendekatan praktis, kegiatan ini memberikan bimbingan langsung dalam pengurusan NIB serta pelatihan dalam perancangan logo yang mampu mencerminkan identitas bisnis mereka. Metode yang digunakan meliputi kunjungan langsung dan konsultasi intensif dengan pemilik UMKM, serta sesi pelatihan khusus mengenai aspek legalitas dan branding. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pemilik UMKM terkait proses perizinan usaha dan strategi branding yang tepat. Logo baru yang dikembangkan berhasil mencerminkan nilai-nilai unik dari Arifin Snack, memperkuat citra mereka di mata konsumen. Simpulan dari pengabdian ini adalah bahwa pendampingan aktif terhadap UMKM dalam hal administrasi bisnis dan branding dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Diharapkan bahwa peningkatan ini akan memperkuat posisi pasar Arifin Snack serta meningkatkan daya saing mereka di tingkat lokal. Secara lebih luas, model ini memiliki potensi untuk diterapkan di daerah-daerah lain di Indonesia guna mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM yang berkesinambungan.
	ABSTRACT
Keywords: Assistance Usiness Identification Number Logo SME's Arifin Snack	This community service aims to assist MSME Arifin Snack in Pati, Central Java, in the process of obtaining a Business Identification Number (NIB) and developing a company logo. MSMEs in Indonesia, especially in the Pati area, often experience difficulties in business administration and effective branding strategies. Through a practical approach, this activity provides direct guidance in managing NIB as well as training in designing a logo that is able to reflect their business identity. The methods used include direct visits and intensive consultations with MSME owners, as well as special training sessions regarding legality and branding aspects. The research results show a significant increase in understanding of MSME owners regarding the business licensing process and appropriate branding strategies. The new logo developed successfully reflects the unique values of Arifin Snack, strengthening their image in the eyes of consumers. The conclusion from this service is that active assistance to MSMEs in terms of business administration and branding can have a significant positive impact. It is hoped that this increase will strengthen Arifin Snack's market position and increase their competitiveness at the local level. More broadly, this model has the potential to be applied in other regions in Indonesia to support local economic growth through sustainable MSME development.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Perkembangan serta persaingan UMKM semakin marak di Indonesia, namun di tengah pesatnya perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, pentingnya memiliki identitas usaha yang jelas dan legalitas yang terverifikasi menjadi krusial (Hidayah & Airawaty,2023; Bahrul,2024). UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal, tetapi juga berperan penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi secara keseluruhan (Harahap, Nawawi & Syahputra, 2023). Salah satu langkah krusial dalam membangun fondasi yang kuat bagi UMKM adalah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta logo yang merepresentasikan identitas dan nilai-nilai bisnisnya (Firdaus, Jatmiko & Nurrahmah,2022). Kota Pati, Jawa Tengah, UMKM Arifin Snack menjadi salah satu contoh yang menarik untuk diamati. Sebagai produsen makanan ringan lokal yang telah dikenal di masyarakat, Arifin Snack telah menciptakan produk-produk berkualitas dengan rasa yang khas. Namun, tantangan yang dihadapi sering kali terletak pada proses administratif yang rumit, terutama terkait dengan pengurusan NIB (nomor induk berusaha) dan pengembangan logo yang memadai sebagai salah satu identitas produk atau usaha (Firdaus & Budiman, 2021; Munizu et al.,2023).

Mengakui pentingnya masalah ini, upaya pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh berbagai pihak menjadi sangat relevan. Pendampingan yang sistematis dan berkelanjutan dalam proses pengurusan NIB dan perancangan logo bukan hanya membantu UMKM seperti Arifin Snack untuk memenuhi persyaratan formal, tetapi juga memberikan dorongan positif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan nilai kompetitif UMKM di pasar (Firdaus,2020; Zahra,2023).

Artikel pengabdian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pendampingan pembuatan NIB dan logo dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan UMKM seperti Arifin Snack di Pati, Jawa Tengah. Dengan demikian, diharapkan artikel pengabdian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung pengembangan usaha kecil di Indonesia secara luas.

II. MASALAH

Di lokasi pengabdian masyarakat untuk UMKM Arifin Snack di Pati, Jawa Tengah, terdapat beberapa masalah yang perlu diperhatikan terkait dengan proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan logo perusahaan. Berikut adalah beberapa masalah yang bisa dijelaskan:

1. **Kesulitan Administratif:** UMKM sering menghadapi tantangan dalam mengurus NIB. Proses administratif yang kompleks dan seringkali memerlukan waktu lama dapat menjadi hambatan utama bagi UMKM, terutama UMKM yang belum memiliki pengalaman atau sumber daya yang cukup (Polly, Maarthen & Prayogo,2024).
2. **Ketidakpastian Hukum:** Beberapa UMKM mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang regulasi terkait NIB dan legalitas bisnis lainnya. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpastian hukum yang dapat menghambat pertumbuhan dan ekspansi bisnis UMKM (Utami, Lubis, & Ramadhani,2024).
3. **Keterbatasan Sumber Daya:** UMKM sering kali memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan untuk mendesain dan menerapkan logo yang efektif (Afriany et al.,2019). Proses perancangan logo yang baik memerlukan kreativitas dan pengetahuan tentang branding yang tidak selalu tersedia dalam lingkungan UMKM.
4. **Tingkat Persaingan yang Tinggi:** Di pasar yang kompetitif, memiliki identitas visual yang kuat melalui logo yang menarik dapat memberikan keunggulan kompetitif (Yusuf,2023). Namun, bagi UMKM yang belum memiliki logo atau memiliki logo yang kurang menarik, hal ini dapat mempersulit UMKM untuk bersaing secara efektif (Redono,2013).
5. **Dukungan dan Pendidikan:** Dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga non-profit dalam hal pendampingan dan pendidikan mengenai pentingnya NIB dan branding bisa menjadi krusial. Bantuan seperti pelatihan atau konsultasi bisnis dapat membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan yang UMKM hadapi (Endrawati et al.,2023).

Melalui pendampingan yang tepat dan terfokus pada pembuatan NIB dan logo, UMKM seperti Arifin Snack dapat mengatasi berbagai masalah ini dan memperkuat fondasinya dalam menghadapi tantangan di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Lokasi Produksi Arifin Snack di Desa Ngurensiti Rt 06 / Rw 02 Kec. Wedarijaksa Kab. Pati Jawa Tengah

III. METODE

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, responden dari pengabdian ini adalah owner serta beberapa karyawan Arifin Snack yang aktif di sektor makanan ringan di Pati, Jawa Tengah. Setiap UMKM mewakili berbagai skala usaha dari kecil hingga menengah dan dilaksanakan selama satu minggu dimulai dari 1-7 April 2024.

Metode dan Proses Jalannya Pengabdian

1. **Identifikasi Kebutuhan:** Awalnya, dilakukan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM Arifin Snack serta UMKM lainnya untuk mengidentifikasi tantangan utama terkait pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan pengembangan logo.
2. **Pendampingan Administratif:** Tim pengabdian memberikan pendampingan langsung dalam proses pengurusan NIB, termasuk pengumpulan dokumen, pengisian formulir, dan koordinasi dengan pihak terkait di instansi pemerintah setempat.
3. **Desain dan Pembuatan Logo:** UMKM Arifin Snack dan UMKM lainnya diajak untuk berpartisipasi dalam sesi desain logo. Tim pengabdian memberikan panduan tentang elemen-elemen penting dalam perancangan logo, serta memberikan bimbingan praktis dalam penggunaan perangkat lunak desain grafis.
4. **Pelatihan Branding:** Dilakukan pelatihan singkat mengenai pentingnya branding dan bagaimana logo yang kuat dapat meningkatkan daya saing pasar. Materi pelatihan mencakup aspek visual, pesan branding, dan penggunaan logo dalam berbagai media.
5. **Evaluasi Kegiatan:** Evaluasi dilakukan melalui survei kepuasan peserta untuk mengukur pemahaman UMKM terhadap proses pengurusan NIB dan pengembangan logo, serta perubahan dalam sikap dan pengetahuan tentang branding.

Bahan yang Digunakan

- a) **Dokumen Administratif:** Formulir NIB, dokumen perusahaan, dan persyaratan lainnya.
- b) **Perangkat Lunak Desain Grafis:** Adobe Illustrator untuk pengembangan logo.
- c) **Materi Pelatihan:** Presentasi PowerPoint, panduan praktis, contoh-contoh kasus.

Cara Kerja dan Analisis Data

Proses pendampingan dilakukan secara langsung dengan kunjungan ke lokasi UMKM. Survei awal digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan. Data dari survei kepuasan dan pemahaman peserta dianalisis secara kualitatif untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan.

Modifikasi dan Sumber Referensi

Bagian pendampingan administratif dan desain logo didasarkan pada praktik terbaik dalam literatur akademik tentang pengembangan UMKM dan branding (Azizah et al.,2021). Metode ini telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM di Pati, Jawa Tengah. Dengan mengadopsi pendekatan yang holistik dan berbasis praktis seperti yang dijelaskan di atas, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan legalitas dan branding UMKM, termasuk Arifin Snack, di Pati, Jawa Tengah. Informasi yang tersedia dapat menjadi panduan bagi pihak-pihak yang tertarik untuk melaksanakan kegiatan serupa dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan logo pada UMKM Arifin Snack di Pati, Jawa Tengah, berhasil mencapai beberapa tujuan utama sebagai berikut:

1. **Pengurusan NIB:** UMKM Arifin Snack berhasil mengurus dan memperoleh NIB secara lengkap dan sah. Proses ini memperkuat legalitas dan keabsahan operasional UMKM di mata hukum.
2. **Pengembangan Logo:** UMKM Arifin Snack mendapatkan bimbingan dan dukungan dalam proses perancangan logo. Sebagai hasilnya, logo-logo yang lebih profesional dan representatif bagi identitas bisnis masing-masing berhasil diciptakan.
3. **Pelatihan Branding:** UMKM Arifin Snack memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dan cara menggunakan logo untuk memperkuat citra dan identitas bisnis UMKM di pasar lokal.

Indikator Capaian Tujuan dan Tolak Ukur Keberhasilan

- a) **Persentase UMKM yang mendapatkan NIB:** Tolak ukur keberhasilan utama adalah UMKM yang menjado objek pengabdian berhasil mengurus NIB setelah pendampingan. Capaian 100% hal ini menunjukkan efektivitas pendampingan dalam menyelesaikan masalah administratif.
- b) **Kualitas Logo yang Diciptakan:** Evaluasi kualitas logo dilakukan berdasarkan kriteria estetika, kesesuaian dengan nilai dan visi bisnis, serta keberhasilan dalam menciptakan identitas visual yang unik dan mudah dikenali.

Keunggulan dan Kelemahan Laporan atau Fokus Utama Kegiatan

- a) **Keunggulan:** Kegiatan ini berhasil menyediakan solusi konkret terhadap tantangan administratif yang dihadapi UMKM, serta memberikan dorongan dalam memperkuat identitas bisnis melalui desain logo yang lebih profesional.
- b) **Kelemahan:** Salah satu kelemahan utama adalah tingkat keterlibatan dan keikutsertaan yang bervariasi dari UMKM yang terlibat, yang dapat mempengaruhi keseragaman dan konsistensi hasil akhir.

Tingkat Kesulitan Pelaksanaan dan Peluang Pengembangan

- a) **Kesulitan Pelaksanaan:** Salah satu kesulitan utama adalah dalam mengkoordinasikan jadwal dan kebutuhan berbagai UMKM yang memiliki tingkat kesiapan dan pemahaman yang berbeda-beda terkait proses administratif dan desain grafis.
- b) **Peluang Pengembangan:** Kegiatan ini memiliki potensi besar untuk diperluas ke UMKM lain di Pati, Jawa Tengah, serta untuk diadaptasi ke daerah-daerah lain di Indonesia. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya legalitas dan branding, pendampingan semacam ini dapat menjadi model bagi pengembangan ekonomi lokal di berbagai daerah.

Temuan ilmiah yang bisa dijelaskan berdasarkan hasil pengabdian ini mencakup beberapa aspek yang dapat dikaji secara lebih mendalam:

1. **Peningkatan Pemahaman tentang Legalitas Usaha:** Dalam pengabdian ini, terdapat temuan bahwa UMKM sering kali memiliki pemahaman yang terbatas mengenai proses perizinan usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Peningkatan signifikan dalam pemahaman pemilik UMKM terhadap aspek legalitas ini dapat dijelaskan oleh adanya pendekatan praktis yang melibatkan kunjungan langsung dan konsultasi intensif. Hal ini mengurangi ambiguitas dalam interpretasi aturan hukum dan memberikan pemilik UMKM kepercayaan diri untuk mengelola administrasi bisnis mereka dengan lebih efektif.

2. **Perancangan Logo yang Mencerminkan Identitas Bisnis:** Salah satu temuan ilmiah yang dapat dibahas adalah berhasilnya perancangan logo baru yang mampu mencerminkan nilai-nilai unik dari Arifin Snack. Logo yang kuat dan berdaya tarik dapat meningkatkan citra merek di mata konsumen. Hal ini mencerminkan pentingnya branding yang tepat dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal.
3. **Pengaruh Branding Terhadap Posisi Pasar:** Temuan ilmiah lainnya adalah bahwa strategi branding yang efektif memiliki dampak positif terhadap posisi pasar Arifin Snack. Branding yang kuat dapat membantu UMKM untuk lebih mudah dikenali dan dipilih oleh konsumen. Penyampaian nilai-nilai perusahaan melalui logo yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menghasilkan pertumbuhan penjualan yang stabil.
4. **Model Pendampingan sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal:** Secara lebih luas, pengabdian ini menunjukkan potensi untuk menjadi model dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Pendampingan aktif terhadap UMKM dalam hal administrasi bisnis dan branding dapat meningkatkan produktivitas dan kreativitas mereka, serta memperluas pasar mereka di tingkat lokal maupun regional.

Temuan-temuan ilmiah ini menunjukkan bahwa pendampingan aktif terhadap UMKM dalam pengelolaan legalitas usaha dan strategi branding dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan praktis, UMKM dapat diberdayakan untuk menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam pasar yang semakin kompetitif.

Dokumentasi yang Relevan

Dokumentasi berupa contoh-contoh logo yang telah dibuat, salinan NIB yang diperoleh, serta foto-foto kegiatan pelatihan dan proses pendampingan dapat memberikan bukti konkret atas keberhasilan dan manfaat kegiatan ini bagi UMKM yang terlibat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan solusi praktis atas masalah administratif UMKM, tetapi juga menguatkan identitas bisnis UMKM melalui pengembangan logo yang sesuai dan efektif. Evaluasi menyeluruh terhadap kegiatan ini juga menunjukkan potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM di Indonesia.



Gambar 2. Logo dan No NIB

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan logo pada UMKM Arifin Snack di Pati, Jawa Tengah, berhasil mencapai tujuan utamanya. Pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat legalitas operasional UMKM melalui NIB dan meningkatkan identitas bisnis melalui desain logo yang profesional. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa UMKM

Arifin Snack berhasil mengurus NIB dengan sukses, sementara desain logo yang dikembangkan membantu memperkuat citra dan daya saing UMKM di pasar lokal.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi praktis terhadap masalah administratif yang sering dihadapi oleh UMKM, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dalam memperkuat posisi bisnis. Evaluasi kepuasan peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM terkait aspek legalitas dan branding.

Pengembangan selanjutnya dari kegiatan ini dapat meliputi ekspansi ke UMKM lain di daerah Pati serta penerapan model pendampingan serupa di daerah-daerah lain di Indonesia. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi UMKM yang terlibat, tetapi juga berpotensi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi berharga dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dan Logo Pada UMKM Arifin Snack Pati, Jawa Tengah". Terima kasih kepada pemberi dana penelitian atau donatur yang telah menyediakan sumber daya finansial yang memungkinkan Tim Pengabdian untuk melaksanakan kegiatan ini dengan baik (LPPM). Dukungan finansial dari pihak donatur telah menjadi landasan yang kokoh bagi Tim Pengabdian dalam menjalankan misi untuk mendukung pengembangan UMKM di Pati. Tim Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada UMKM Arifin Snack dan UMKM lainnya yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Kerjasama dan kesediaan untuk belajar serta menerima pendampingan Tim Pengabdian sangat berarti dalam mencapai tujuan bersama untuk memperkuat legalitas usaha melalui NIB dan meningkatkan branding melalui desain logo yang efektif. Tidak lupa, terima kasih kepada semua tim pengabdian, fasilitator, dan tenaga ahli yang telah bekerja keras dalam mendampingi UMKM selama proses ini berlangsung. Semangat dan dedikasi Anda semua telah memberikan dampak positif yang nyata bagi para pelaku UMKM di Pati.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriany, A. N., Suhartini, Y., Ardiyanto, F., Basri, A. I., & Ningrum, N. R. (2019). Pelatihan dan Pembinaan Penerapan Ilmu Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Klaten Selatan. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Azizah, N., Ardam, D. T. S., Prasetya, M. H. B., & Sanata, K. (2021). Pemanfaatan E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran UMKM pada Masa PPKM di Kelurahan Pucanganom, Sidoarjo, Jawa Timur. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL ADMINISTRASI BISNIS (SINABIS) 2021* (p. 134).
- Bahrul, U. I. (2024). Perizinan Dan Legalitas (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah).
- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Mulyadi, A. R., Zahrudin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4501-4512.
- Firdaus, F., & Budiman, B. (2021). The Impact of Brand Image, Price, and Variety Seeking on Brand Switching Behavior. *Journal of Advanced Multidisciplinary Research*, 2(2), 78-89.
- Firdaus, F., Jatmiko, M. R., & Nurrahmah, W. O. S. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk Dimasa Pandemi Covid 19 Berbasis Social Media Pada UMKM Tahu Bakso Berkah Wijaya Di Batur Sari, Mranggen, Demak, Jawa Tengah. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 122-127.
- Firdaus, L. F. J. S. E. (2020). Marketing Performance Berbasis Product Innovativeness dan Islamic Differentiation Advantage. Dan, L. F. J. S. E. Marketing Performance Berbasis Product Innovativeness dan Islamic Differentiation Advantage. *Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Volume 5 (No.1 2020) 42-66.
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Perananan Umkm Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718-728.
- Hidayah, S. N., & Airawaty, D. (2023). Sosialisasi Dan Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Melalui Online Single Submission Di UMK Mamah Dedeh Kitchen Dan Zulich Clean And Care. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(4), 776-782.
- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., ... & Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Polly, K. A., Maarthen, Y., & Prayogo, P. (2024). Kebijakan Pemerintah Dalam Penerapan Perizinan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *LEX ADMINISTRATUM*, 12(4).
- Redono, D. (2013). *Simple Promotion dan Branding untuk UKM*. Universitas Brawijaya Press.
- Utami, E. Y., Lubis, A. F., & Ramadhani, H. (2024). Pengaruh Lingkungan Regulasi, Pembiayaan Eksternal, dan Jaringan Bisnis terhadap Pertumbuhan UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(03), 355-365.
- Yusuf, M. (2023). Strategi Branding Image Dalam Mewujudkan Keunggulan Kompetitif Pada Lembaga Pendidikan Islam. *At-tahsin: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 72-89.
- Zahra, C. L. (2023). *Pengaruh Literasi Halal, Kepatuhan Jaminan Produk Halal, dan Motivasi Finansial terhadap Keputusan Sertifikasi Halal di Rumah Makan Gudeg Sagan Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).