

SOSIALISASI PEMBUKUAN USAHA DAN PENDAFTARAN MEREK DAGANG BAGI PELAKU UMKM DI DESA KALIJATI KARAWANG

Evi Selvi¹; AsepMuslihat²; Cecep Hemana³; Syamsul Huda⁴; Ajat Sudrajat⁵

Universitas Singaperbangsa Karawang

Program Studi S1 Manajemen^{1,2,3,5}, Program Studi S1 Akuntansi⁴ Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: evi.selvi@fe.unsika.ac.id¹; chermana911@staff.unsika.ac.id²; asep.musihat@staff.unsika.ac.id³;
syamsul.huda@fe.unsika.ac.id⁴; ajat.sudrajat@fe.unsika.ac.id⁵;

Abstrak

Di desa Kalijati, Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan terkait pembukuan bisnis dan pendaftaran merek dagang. Untuk mengatasi tantangan ini, sebuah layanan edukasi telah diusulkan yang berfokus pada pentingnya layanan hukum, menekankan pentingnya pembukuan keuangan yang efisien dan efektif dan pendaftaran merek dagang. Layanan ini akan disampaikan melalui metode ceramah, metode diskusi, dan metode dialog, yang memungkinkan untuk pemecahan masalah dan partisipasi. Survei pra dan pasca pelatihan akan dilakukan untuk mengukur tingkat partisipasi peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa pemahaman para peserta mengenai pembukuan keuangan dan pendaftaran merek dagang meningkat secara signifikan. Survei awal menunjukkan bahwa sekitar 70,3% peserta tidak memiliki pengetahuan atau informasi yang memadai di bidang ini. Namun, melalui pengabdian ini, sekitar 97,3% dari peserta meningkatkan pemahaman mereka tentang bagaimana melakukan pembukuan bisnis, dan sekitar 91,9% meningkatkan pemahaman mereka tentang bagaimana mengajukan permohonan merek dagang. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola catatan keuangan mereka dan melindungi identitas merek mereka.

Kata Kunci :UMKM, Pencatatan Keuangan, Identitas Merek.

Abstract

In Kalijati village, Micro and Medium Enterprises (MSMEs) face challenges related to business bookkeeping and trademark registration. To address these challenges, an educational service has been proposed that focuses on the significance of legal services, emphasizing the importance of efficient and effective financial bookkeeping and trademark registration. This service will be delivered through the lecture method, discussion method, and dialogue method, allowing for problem-solving and participation. Pre- and post-surveys will be conducted to measure the level of participation of the participants. The results show that the participants' understanding of financial bookkeeping and trademark registration improved significantly. The initial survey revealed that around 70.3% of the participants lacked adequate knowledge or information in these areas. However, through this service, around 97.3% of the participants improved their understanding of how to do business bookkeeping, and around 91.9% improved their understanding of how to apply for a trademark. The purpose of this community service is to empower MSMEs with the knowledge and skills needed to manage their financial records and protect their brand identity.

Keyword: MSMEs, Financial Records, Brand Identity

1. PENDAHULUAN

Dalam menguraikan topik ini, pertama-tama pengabdikan akan menelisik terminologi 'Usaha Mikro Kecil dan Menengah' (Disingkat; UMKM) terlebih dahulu, agar supaya tidak terjadi pemaknaan yang bersifat taksa dalam makalah ini. Dalam perspektif Abubakar dkk (2023) memandang UMKM sebagai sektor usaha nasional yang sangat strategis sebab berelasi terhadap kepentingan hajat hidup manusia secara jamak dan merupakan hal ini menjadi tumpuan ekonomi nasional. Maka tidaklah mengherankan bahwa UMKM merupakan salahsatu tiang penyokong ekonomi nasional yang bersifat fundamental. Pandangan tersebut selaras dengan apa yang diutarakan oleh Hidayah (2022) yang memercayai bahwa secara kuantitas pengusaha mikro dan kecil merupakan pelaku usaha di Indonesia. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Kementrian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah yang dilakukan pada tahun 2018, jumlah data numerik menunjukkan bahwa 64.2 juta atau jika dikonversikan kedalam bentuk desimal yakni mencapai 99.9% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia ini (Paramitalaksmi & Astuti, 2022). Dalam perjalanannya, permasalahan klasik yang kerap timbul ke permukaan yakni kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM), kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan berbagai kendala lain yang terkait dengan administrasi bisnis.

Selaras dengan isu sentral pada paragraf pertama, pengabdikan memilih lokasi pengabdikan yang mempunyai potensi untuk dapat berkembang tidak hanya dari sisi literasi edukasi ekonomi namun juga pada bentuk impelemntasi, yakni di desa Kalijati, Kecamatan Jati Sari, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Secara demografi, luas wilayah desa ini mencapai 425 ha. Secara statistik jumlah penduduk di desa ini berjumlah 4.013 jiwa. Dari sisi mata pencaharian, warga desa Kali Jati cenderung beragam, namun secara umum pekerjaan mereka adalah petani dan pelaku UMKM (Pemkab Karawang, 2020). Wujud eksistensi yang tidak terbantahkan dari desa Kali Jati adalah melimpahnya Kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) bersama dengan melimpahnya ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memicu kreatifitas dan inovasi dari warga desa tersebut. Stimulus

kreatifitas dan inovasi inilah yang menjadi stimulus produktifitas bagi warga sekitar untuk terus produkti dari sisi olahan pangan dan bentuk hasil kerajinan lainnya. Setelah menghadapi krisis ekonomi yang cukup membuat sendi-sendi ekonomi bergetar secara hebat, UMKM tetap dapat memberikan hasil yang sangat signifikan dan menjadi motor penggerak ekonomi (Sedyastuti, 2018). Beberapa wujud usaha di desa KAlijati adalah Rengginang, Semprong, aneka kue, kerupuk nasi, pengrajin boneka, kripik singkong dan pisang, serta beragam produk khas kopi.

Namun, meskipun ketersediaan SDA dan SDM belum dapat berjalan lurus dan beriringan sesuai dengan harapan. Beberapa isu mengenai keterampilan dalam membukukan hasil usaha dan mengajukan merek dagang merupakan isu yang dialami oleh para pelaku UMKM di desa tersebut. Dalam dinamika usaha, Merek, merupakan instrumen hak kekayaan intelektual, dan memainkan peranan yang sangat krusial. Untuk memastikan perlindungan hukum yang maksimal, sebuah keharusan yang tidak bisa ditawar-tawar bagi suatu merek untuk menjalani proses pendaftaran sesuai dengan norma dan regulasi yang telah ditetapkan (Kamila, 2022). Sinkron dengan gagasan Kamila, pengabdikan memandang bahwa literasi edukasi mengenai pembukuan usaha dan merek dagang perlu dilakukan sebab pengetahuan mereka yang belum memadai. Oleh karena itu, maka pengabdikan berinisiasi untuk meliterasi terkait bagaimana terkait pembukuan usaha dan pendaftaran merek dagang yang baik dan benar terhadap warga tersebut. Sejalan dengan konsep tersebut, maka pengabdikan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku usaha di desa Kalijati, kecamatan Jati Sari, Kabupaten Karawang, provinsi Jawa Barat agar mendapatkan ilmu tentang pembukuan dan pendaftaran merek dagang secara baik dan benar sehingga para pelaku usaha tersebut mempunyai perlindungan hukum atas usaha mereka jalani.

2. METODE

Pengabdian berstrategi secara kontekstual dengan cara mengunjungi, berinteraksi, dan berbagi ilmu secara langsung terhadap para pelaku UMKM didesa tersebut mengenai konsep pembukuan usaha dan pendaftaran merek dagang secara baik dan benar. Pengabdian terdiri dari tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang menunjungi pelaku UMKM didesa tersebut dan tentu saja telah melakukan kerjasama dengan pihak di desa tersebut. Instrumen yang digunakan dalam metode ini adalah Ceramah, diskusi, dan bentuk audiensi (tanya jawab). Selain itu, implementasi survai pada awal dan akhir proses pengabdian ini telah dilakukan. Tujuan penerapan survai ini adalah untuk mengetahui kemajuan pengetahuan dari pelaku UMKM tersebut setelah mengikuti sosialisasi yang telah diimplementasikan oleh tim pengabdian. Adapun lokasi tempat diadakan sosialisasi ini adalah di Balai desa Kali Jati, 10 September 2023. Dalam bentuk literasi edukasi dalam tajuk sosialisasi terhadap para pelaku UMKM ini, tim pengabdian Sosialisasi ini menggunakan metode ceramah, untuk penguatan pengetahuan terkait dengan pembukuan keuangan dan pengetahuan soal pentingnya pendaftaran merek dagang bagi pengembangan UMKM. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan metode pembagian survei awal dan akhir kepada para peserta, sebagai bahan evaluasi kegiatan untuk mengetahui pemahaman peserta dan manfaat yang diperoleh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan pada hari Rabu, 10 September 2023, di Aula Desa Kalijati, Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang. Adapun acara ini dihadiri oleh 50 Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah tersebut dan para peserta terlihat sangat antusias. Isi dari materi sosialisasi yang disampaikan bertumpu pada signifikansi Pembukuan Keuangan dan Proses Pendaftaran Merek Dagang, dipresentasikan oleh Evi Selvi, SE., MH., MM sebagai salahsatu perwakilan pengabdian dari Fakultas Ekonomi Bisnis bersama dengan tim sosialisasi yang mendampingi.

Gambar 1. Pemaparan Materi Pembukuan Keuangan

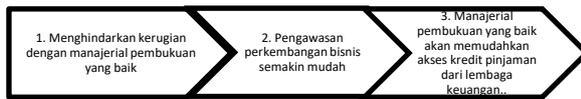
Evi Selvi, SE., MH., MM, dari Universitas Singaperbangsa Karawang, pada gambar 1 terlihat sedang memaparkan materi kepada audiens terkait urgensi dari Pembukuan Keuangan bagi para pelaku UMKM yang ada di desa Kali Jati, Jati Sari, Karawang. Hal yang ditekankan oleh pemateri, Evi Selvi, MH., MM., adalah menyoroti prinsip pokok mengenai kriteria UMKM berdasarkan pasal 6 UU No 20 Tahun 2008. Esensi dari isi pasal 6 yang dimaksud adalah mengenai UMKM dengan kriteria usaha mikro dan menengah (Nur Safiah, Eka Atmaja, & Marlina Verawati, 2019). Isi pemaparan tidak hanya mengenai isu usaha mikro usaha kecil dan menengah, namun juga mengenai manajemen keuangan dengan perolehan asset, pendanaan, dan manajemen asset yang bertumpu pada beberapa tujuan yang bersifat makro (Sadiyah, et al., 2020).

Kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dan asset perusahaan atau UMKM dapat disebut dengan Manajemen keuangan. Memanajemen keuangan sangat perlu untuk menghindari masalah dimasa depan. Tahapan melibatkan pencatatan asset produktif dan asset konsumtif, pembuatan tabel keuangan (pemasukan, pengeluaran, piutang dan lain sebagainya), penentuan jenis biaya, dan penentuan laba-rugi.

Para pengabdian ingin mengutarakan urgensi dari beberapa manfaat dari praktik pembukuan yang baik dan benar yang disarikan dari Utami (2023), Holandari (2023), dan Utami (2023), seperti grafik proses 1 berikut ini.



Grafik 1. Manfaat pembukuan yang baik dan benar



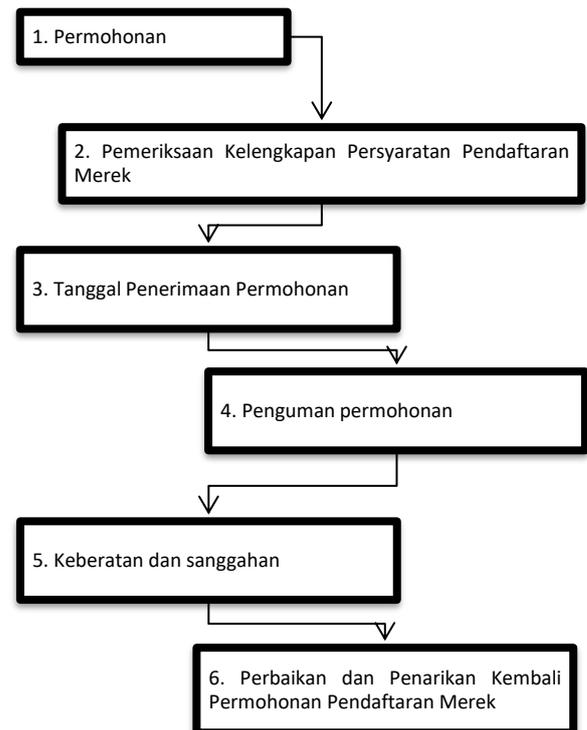
Selanjutnya, para pengabdian juga menampilkan salah satu pemateri yakni Asep Muslihat SE., M.M., yang memaparkan mengenai urgensi dari Merek dagang. Visual pemaparan tersebut dapat ditampilkan dibawah ini.



Gambar 2. Pemaparan Materi Merek Dagang

Isi materi yang dipaparkan oleh Asep Muslihat, SE., MM tersebut adalah mengupas tentang pendaftaran merek dagang dengan berangkat dari UU No 20 Tahun 2016 yang berisikan merek dagang dan infografis. Dalam pemaparan ini juga disebutkan tanda grafis seperti gambar, logi, nama, huruf, angka, warna, suara, hologram atau perpaduan diantaranya, yang berfungsi untuk membedakan barang dan atau jasa dalam perdagangan disebut dengan Merek. Tipe-tipe merek sendiri dapat dikategorikan menjadi jenis Merek Dagang, Merek jasa, dan Merek Kolektif. Jenis-jenis ini berfungsi sebagai penampil identitas utama bagi pelaku usaha. Dalam konteks ke-Indonesiaan, pendaftaran merek dagang dikenal dengan istilah first to file, maknanya adalah dinamitas tercepat bagi pelaku usaha untuk segera mendaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) maka dia akan segera mendapatkan proteksi hukum selama 10 tahun dan tentu saja dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan. Esensi utama dari pendaftaran merek dagang, dalam konteks PKM ini adalah berusaha mengedukasi tentang proteksi produk UMKM. Selain itu, fungsi lain dari pendaftaran merek dagang adalah berfungsi sebagai tanda pembeda

antara produk satu dengan produk yang lain dan memberikan hak yang eksklusif terhadap para pemegang hak merek. Sehingga, merek ini berfungsi sebagai filter dari segala bentuk penyalahgunaan dan diperlukan lisensi dari pemegang hak merek jika terjadi penggunaan merek serupa. Adapun alur proses yang harus ditempuh dalam proses pengajuan merek dagang dapat pengabdian ilustrasikan seperti berikut.



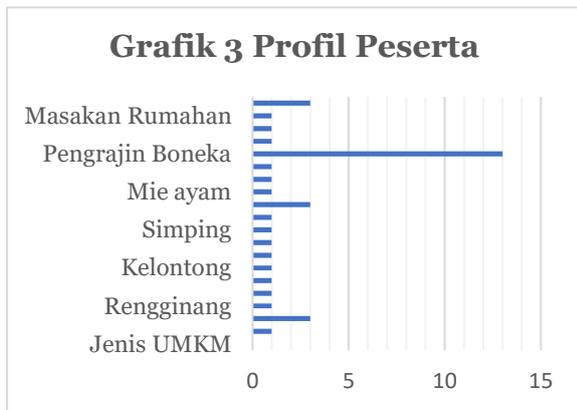
Gambar 3 Alur proses permohonan dan pengajuan merek dagang

Adapun tambahan penerangan terkait isi dari Pasal 21 ayat (1) UU merek menyebutkan bahwa Permohonan pendaftaran merek dagang dapat tertolak jika:

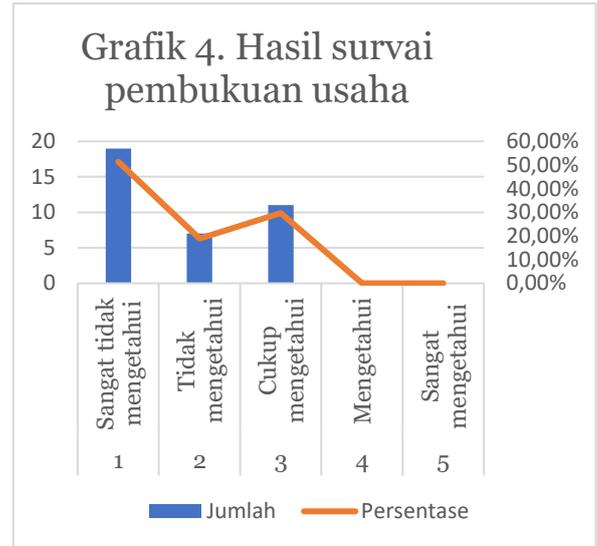
Mempunyai persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis,

Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis.

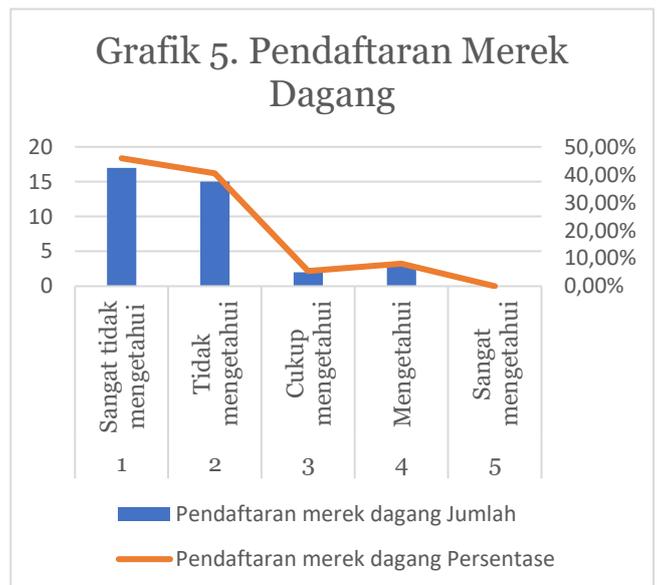
Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal (Kurniasih & Yustanti, 2021). Mencermati hal itu, maka pendaftaran merek hendaknya harus memerhatikan prinsip keserupaan yang pada pokoknya yang berifat keseluruhan dari entitas dan jasa sejenis atau indikasi geografis yang sudah familiar agar supaya tidak tertolak saat pengajuan dan permohonan diajukan. Selanjutnya, setelah materi telah selesai diutarakan terhadap para peserta pelaku UMKM, maka pengabdian memberikan survei terhadap para peserta tersebut.



Informasi yang dapat dijelaskan pada grafik 3 tersebut adalah pelaku UMKM didominasi oleh pengrajin sapu sebanyak 13; penjahit dan kue orang yang masing-masing berjumlah 3. Diluar dari dari profesi tersebut masing-masing berjumlah 1 pelaku usaha. Kemudian, tim PKM ini juga melakukan survei baik sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi edukasi pembukuan dagang dan permohonan merek terhadap para partisipan yakni pelaku usaha UMKM. Adapun Pengukuran dilakukan dengan skala 1-5, di mana 1 adalah "Sangat tidak Mengetahui" dan 5 adalah "Sangat Mengetahui." Adapun hasil survei lengkap tersebut dapat dibaca pada Grafik dibawah ini.



Pada grafik 4, hasil survei pembukuan keuangan usaha menunjukkan bahwa para pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang sangat memadai tentang ini. Semua pelaku usaha tidak ada yang memilih poin pilihan mengetahui dan sangat mengetahui. Titik kritis pelaku usaha secara umum dipoin 'sangat tidak mengetahui' sebanyak 51.4 %; lalu diikuti pilihan cukup mengetahui yakni sebesar 29.7%; dan kemudian disusul pada poin terakhir yakni 'tidak mengetahui' yaitu 18.9% persen. Fenomena ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha memerlukan literasi edukasi tentang bagaimana pembukuan usaha yang baik dan benar.



Pada grafik 5 memuat informasi mengenai pendaftaran merek dagang. Fenomena serupa bahwa secara umum para pelaku usaha tersebut

umumnya sangat tidak mengetahui sampai cukup mengetahui dengan skala persentase mencapai 91.8%. Sementara itu, hanya 8.10% saja yang mengetahui tentang pendaftaran merek dagang tersebut. Edukasi melalui sosialisasi ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM di desa tersebut.

Menelisik fungsi dari pendaftaran merek UMKM dapat disebutkan seperti berikut:

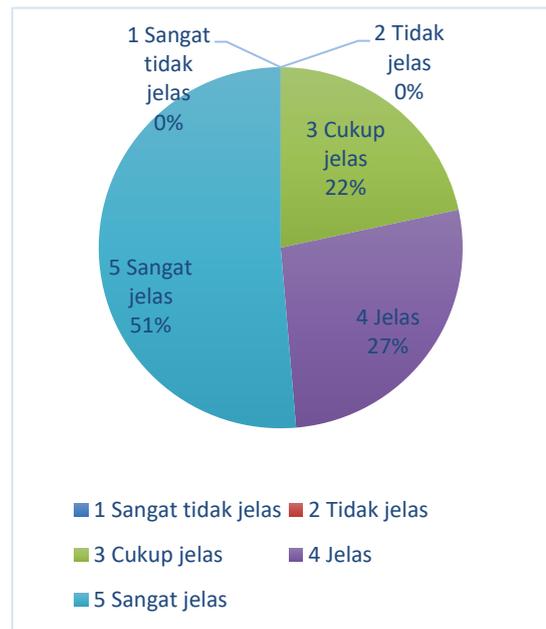
- a) Sebagai bukti kepemilikan,
- b) Proteksi hukum selama 10 tahun (Perpanjangan jika diperlukan),
- c) Peningkatan daya Tarik produk,
- d) Penguatan identitas perusahaan,
- e) Promosi produk

Literasi melalui acara sosialisasi ini sangat membantu mereka untuk mengetahui dan menerapkan terkait bagaimana cara mendaftarkan produk mereka secara tepat dan benar, sehingga mengeliminasi dan sekaligus meminimalisasikan bentuk kerugian yang mungkin ada akibat pendaftaran dilakukan secara tidak benar dan tidak tepat. Setelah acara sosialisasi dilakukan, tim pengabdian melakukan bentuk survai dengan menerapkan skala 1-5; dengan pilihan dari ‘sangat jelas’ sampai ‘sangat tidak jelas.’



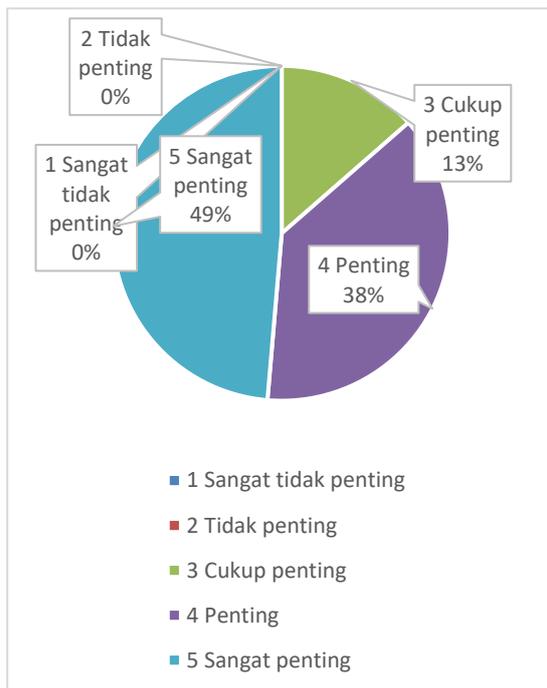
Informasi yang dapat disajikan dari pie chart 6 yakni tentang hasil survai pasca sosialisasi pembukuan usaha menyebutkan bahwa secara umum partisipan (51,4%) menilai materi pengurusan perijinan merek sangat jelas, sementara 37,8% menyatakan jelas, dan 13,5% menyebut cukup jelas.

Grafik 7. Hasil Pasca Survai Terkait Materi Sosialisasi Pendaftaran Merek



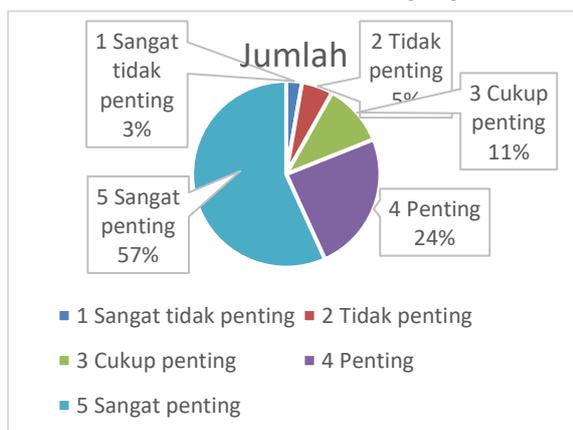
Seperti yang tertera pada grafik 7, Responden diminta memberikan evaluasi terhadap presentasi materi dan metodenya, serta menilai bobot materi tersebut bagi kepentingan mereka sendiri. Penilaian dilakukan menggunakan skala 1-5, di mana pilihan nomor 1 menunjukkan "Sangat tidak Penting," poin 2 untuk "tidak Penting," poin 3 untuk "cukup penting," dan poin 4 untuk "penting," dan poin 5 untuk "Sangat Penting." Tanggapan responden terkait signifikansi materi tersebut akan diuraikan pada bagian ini. Trend perubahan yang bersifat positif terjadi. Hal ini dibuktikan dari hasil para pilihan responden yang memilih poin1 ‘sangat jelas’ (51%); jelas (27%); dan cukup jelas (2.7%), sementara tidak ada keluhan dari responden mengenai isi materi yang tidak jelas atau taksa. Dari sisi signifikansinya, pengabdian beroleh data seperti grafik pada dibawah ini:

Grafik 8. Hasil Pasca Survai Terkait Pentingnya Pembukuan Usaha



Informasi mengenai sisi krusial materi dapat disimak dari grafik donat 8 terkait pembukuan usaha. Bobot persentase kepentingan didominasi oleh ‘pilihan sangat penting’ oleh pelaku usaha UMKM; Sementara sebagian memilih pilihan ‘Penting’ dengan bobot persentase sebesar 38 % dan sebagian lagi memilih pilihan ‘Cukup Penting’ sebesar 13%. Sementara, dalam poin pernyataan dalam bentuk angket ini diperoleh informasi bahwa trend negative sama sekali tidak ditemukan, hal ini dibuktikan dengan para responden yang tidak memilih poin 1 ‘Sangat tidak penting’ dan poin 2 ‘tidak penting’.

Grafik 9. Hasil Pasca Survai Terkait Pentingnya Pendaftaran Merek Dagang



Pada grafik 9 menunjukkan bahwa hasil dari responden terkait pentingnya pendaftaran Merek dagang menjadi beragam. Tren akumulasi persentase dari pilihan responden terkait pentingnya pendaftaran Merek Dagang dari pilihan ‘Sangat Penting’, ‘Penting’, ‘Cukup Penting’ mencapai puncaknya yakni 91.10%. Selanjutnya, beberapa pilihan menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa sosialisasi pentingnya pendaftaran merek dagang menjadi ‘Sangat tidak Penting’ yakni berjumlah 3%, dan menganggap ini ‘Tidak Penting’ adalah 5 %. Banyak faktor yang mungkin saja dapat memengaruhi para responden untuk memilih pilihan ‘sangat tidak penting’ dan ‘tidak penting’. Namun begitu, tren pentingnya sosialisasi ‘Pendaftaran Merek Dagang’ ini menjadi sangat krusial, seperti yang telah pengabdian sebutkan pada awal kalimat dalam paragraph ini, yakni mencapai 91.10%.

4. Simpulan

Pengabdian menyimpulkan bahwa sosialisasi edukasi ‘Pembukuan Usaha’ dan ‘Pendaftaran Merek Dagang’ bagi pelaku UMKM ini sangat bermanfaat. Beberapa yang dapat disebutkan oleh pengabdian dalam sosialisasi ini adalah potensi berkembangnya usaha mereka sebab para pelaku usaha UMKM tersebut mendapatkan pengetahuan terkait bagaimana mengatur keuangan dalam buku usaha dan ‘melek proteksi hukum’ atas pengetahuan mereka atas merek dagang. Hal ini didasarkan pada hasil evaluasi kegiatan yang didapatkan melalui survai kepada para responden dimana para responden dapat mempraktikkan membuat laporan keuangan yang meliputi laporan laba-rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas, dan tentu saja neraca. Adapun sosialisasi pelatihan mengenai ‘pendaftaran Merek Dagang’ merupakan literasi edukasi yang memberikan ‘obat mujarab’ bagi para pelaku usaha untuk memproteksi dampak hukum yang bisa saja timbul akibat keserupaan produk usaha yang dihasilkan. Selain itu, literasi edukasi melalui sosialisasi ini, salahsatunya adalah membuat produk hasil pengelolaan usaha menjadi dapat dikenal secara lebih luas di pangsa pasar. Akhirnya, pengabdian berkeyakinan sosialisasi ini mempunyai dampak positif bagi

para pelaku UMKM untuk ‘melek’ dalam mengatur pembukuan dan Merek dagang.

SARAN

‘Tidak ada gading yang tidak retak’, itulah lazimnya sebuah proses pengabdian. Pengabdian menghendaki adanya program yang bersifat berkelanjutan agar supaya ‘rumpang’ ketidak sempurnaan yang belum dapat dikerjakan secara baik dapat di kerjakan oleh pengabdian selanjutnya. Selain itu, pengabdian juga berharap hasil dari sosialisasi ini dapat peserta praktikkan untuk pengembangan pelaku usaha UMKM di desa tersebut. Setali dengan harapan tersebut, pengabdian dapat dilanjutkan di program KKN diberikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ini kami berikan kepada :

1. Kepala desa dan aparatur desa Kalijati kecamatan Jati Sari yang telah memfasilitasi terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah.
2. Para pelaku usaha UMKM yang berkenan hadir dengan antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini.
3. Perwakilan mahasiswa yang sudah membantu kelancaran terkait kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abubakar, A. A., Bukhari, B., Jamilah, J., & Alfariyati, S. (2023). Analisis Pengaruh Campus Social Responsibility Di Sektor Umkm Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Dharmas Education Journal (DE_Journal)*, 4(1). doi:<https://doi.org/10.56667/dejournal.v4i1.1112>
- [2] Aribawa, Dwitya. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. doi:<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- [3] Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11. doi:<https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- [4] Holandari, A. (2023, August 31). Apa Itu Pembukuan dan Pentingnya bagi UMKM.
- [5] Hidayah, N., Nugroho, L., Suharman, H., & Ali, A. J. (2022). Exploring the Benefit of Introducing Accounting and Finance Knowledge for Micro and Small Entrepreneurs During the COVID-19 Pandemic. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 6(2). doi:<https://doi.org/10.7454/ajce.v6i2.1147>
- [6] Hidayat, T., Muskibah, & Fathni, I. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 3(3), 431–447. doi:<https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i3.18845>
- [7] Hidayah, K. (2017). Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Malang: Setara Press, 2017, hlm. 54. Sadiyah, K., Hasbiyah AN, W., & Dwi Septiningrum, L. (2020). Pelatihan Manajemen
- [8] Pemasaran dan Keuangan Pada UMKM Bangkit Sejahtera Dusun Kedung Buweng Wukirsari Dalam Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(1), 36–49. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/jlkkkk.v1i1.p36-49.5594>
- [9] Kamila, P. (2022). Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia. *JURNAL NOTARIUS Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU*, 1(2), 300–309.
- [10] Kurniasih, R., & Ersita Yustanti, D. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia. *JURNAL STAATRECHTS*,

- 4(1), 109–127.
doi:<https://doi.org/10.52447/sr.v3i2.4892>
- [11] Nur Sarfiah, S., Eka Atmaja, H., & Marlina Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
doi:<http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.
- [12] Paramitalaksmi, R., & Astuti, W. (2022). Pendampingan Melalui Tertib Administrasi Keuangan Untuk Peningkatan Pendapatan Umkm Pengolahan Snack Di Wilayah Duwet, Jawa Tengah. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2817–2822.
doi:<https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i10.1635>
- [13] Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
doi:<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- [14] Widya Utami, N. (2023, May 1). Apa Pentingnya Pembukuan Bagi Bisnis Kecil UMKM?.
-