



**Website:**  
ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu

**\*Correspondence:**  
ti71n@umm.ac.id

**DOI:** [10.22219/janayu.v2i2.16075](https://doi.org/10.22219/janayu.v2i2.16075)

**Sitasi:**  
Kurniawan, K, D., Haryanti, A, D., Sheng, S, Y. (2023). Peningkatan Kapasitas Usaha Konveksi Melalui Legalisasi Usaha Dan Digital Marketing . Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat, 4(3), 273-281.

**Proses Artikel  
Diajukan:**  
16 Januari 2023

**Direviu:**  
1 Februari 2023

**Direvisi:**  
24 Oktober 2023

**Diterima:**  
24 Oktober 2023

**Diterbitkan:**  
31 Oktober 2023

**Alamat Kantor:**  
Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang  
Gedung Kuliah Bersama 2  
Lantai 3,  
Jalan Raya Tlogomas 246,  
Malang, Jawa Timur,  
Indonesia

P-ISSN: 2721-0421  
E-ISSN: 2721-0340

## Peningkatan Kapasitas Usaha Konveksi Melalui Legalisasi Usaha Dan Digital Marketing

Kukuh Dwi Kurniawan<sup>1</sup>, Agustin Dwi Haryanti<sup>2\*</sup>, Soh Yong Sheng<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia

<sup>3</sup>Singapore Polytechnic, Singapore

### ABSTRACT

**Purpose** - MSMEs are business actors who support the economy in Indonesia. Even though they are small, a large number of business actors can produce a tremendous impact on the rotation of the economic wheel. However, it needs to be understood that not all business actors are successful, there are many obstacles that become problems for MSME business actors. For this reason, efforts need to be made to reduce the burden on MSME business actors, without having to wait for government efforts.

**Design/methodology/approach** - The implementation of this service took Dewi Collection partners who are engaged in the convection business located in Jodipan Village, Blimbing District, Malang City. This service consists of two activities carried out, namely, assistance in establishing a business entity in the form of a trading business and assistance in creating social media accounts as a means of digital marketing.

**Findings** - Community service activities increase the capacity of business actors and become influencers for other business actors for the same activities.

**Originality/value** - This treatment generally has positive implications for MSME business actors by increasing the business capacity of business actors.

**KEYWORDS:** Business entity; Convection Business, Digital Marketing; Legalization.

**Tujuan** - UMKM merupakan para pelaku usaha yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia, meskipun kecil namun dengan jumlah pelaku usaha yang sangat banyak dapat menghasilkan dampak yang luar biasa bagi perputaran roda ekonomi. Namun perlu dipahami tidak semua para pelaku usaha ini berhasil dengan baik, banyak kendala yang menjadi persoalan bagi para pelaku usaha UMKM. Untuk itu perlu ada upaya dalam mengurangi beban para pelaku usaha UMKM tersebut, tanpa harus menunggu dari upaya pemerintah.



**Desain/metodologi/pendekatan** – Pelaksanaan pengabdian ini mengambil mitra Dewi Collection yang bergerak dalam bisang usaha konveksi yang berkedudukan di Desa Jodipan Kecamatan Blimbing Kota Malang. Pengabdian ini terdiri dari dua kegiatan yang dilaksanakan yakni, pendampingan pendirian badan usaha berupa usaha dagang dan penampingan pembuatan account media sosial sebagai sarana digital marketing.

**Hasil** - Kegiatan pengabdian meningkatkan kapasitas pelaku usaha dan menjadi influencer bagi para pelaku usaha lainnya untuk kegiatan yang sama.

**Originalitas/nilai** – Pengabdian ini secara umum berimplikasi secara positif bagi para pelaku usaha UMKM dengan peningkatan kapasitas usaha para pelaku usaha.

**KATA KUNCI:** Badan Usaha; Usaha Konveksi; Digital Marketing; Legalisasi.

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah atau biasanya disebut dengan UMKM merupakan kelompok usaha sebagai kontributor produk domestik bruto Indonesia. ([Abdul Kader & Galuh Ciamis, 2018](#)) Merujuk pada pandemi Covid-19 tahun 2020 yang memporak porandakan perekonomian hampir seluruh negara, namun khusus untuk Indonesia dengan bangkitnya UMKM justru menjadi pendongkrang dan penyelamat atas kondisi perekonomian di Indonesia. ([Widnyani et al., 2021](#)) Oleh karena itu, begitu pentingnya UMKM bagi Indonesia menjadikan dipelukan upaya-upaya dalam hal penguatan dan pengembangan kapasitas bagi UMKM untuk bisa memiliki daya saing baik itu dalam akses pemasaran produk. Untuk meningkatkan daya saing tersebut dapat dilakukan melalui berbagai macam pendekatan, dapat dilakukan dengan legalitas badan usaha dan pemanfaatan digital marketing untuk memperluas jangkauan area pemasaran.

Pendekatan pertama dilakukan melalui legalitas usaha, secara normatif legalitas usaha sebagai bentuk pendaftaran usaha yang sebelumnya tidak terdaftar sebagai pelaku usaha yang tidak berbadan hukum atau dapat disebut juga menjalankan usaha dengan manajemen keluarga berubah menjadi bentuk usaha yang masuk dalam kategori terdaftar dengan memiliki perizinan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan berbadan hukum secara resmi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Widayanto, Pujiastuti, Yatiningrum, Dhani, & Tumini, 2020) Legalisasi badan usaha dilakukan bertahap dimulai dari perijinan mulai dari RT, RW, Kelurahan dan seterusnya sehingga terbit Surat Keterangan Domisili. Surat tersebut diperlukan untuk kelengkapan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Berusaha melalui Online Single Submission (OSS). OSS atau yang diartikan juga Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik merupakan perizinan berusaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau Bupati/Wali Kota kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi.

Jika merujuk pada dampak dari adanya legalitas usaha ini dapat meningkatkan kredibilitas usaha, sehingga rasa percaya publik atas usaha tersebut dapat terjamin karena usaha tersebut telah mendapatkan validasi dari pemerintah mulai dari badan usaha yang berbadan hukum dan perizinan dari operasional usaha usaha. (Gultom, 2021) Validasi dari pemerintah telah memposisikan pelaku usaha menjadi lebih percaya diri dikarenakan produk

usahanya telah memenuhi standarisasi sehingga bagi para konsumen tidak menjadi ragu atau khawatir akan menjadi korban dari produk yang akan dibelinya tersebut.

275

Untuk Indonesia sendiri legalisasi dilakukan dengan cara pendirian badan hukum melalui kantor notaris dengan dituangkan dalam bentuk akta pendirian. Muatan dari akta pendirian tersebut terdiri dari nama badan usaha, tempat kedudukan badan usaha, jangka waktu beroperasinya badan usaha, maksud dan tujuan didirikannya badan usaha, jumlah modal yang akan dipergunakan, pemilik usaha atau susunan pengurus badan usaha. Pasca terbitnya Undang-Undang Cipta Kerja pengurusan perizinan untuk UMKM menjadi lebih mudah, dimana bisa dilakukan melalui online di website [oss.go.id](http://oss.go.id). (Gultom, 2021) Pelaku usaha hanya dengan melakukan registrasi badan usahanya melalui website tersebut dan melakukan pengisian tidak membutuhkan waktu lama perizinan untuk jenis pelaku usaha UMKM dapat terbit dan diterima secara softcopy dan dapat dicetak atau hanya disimpan secara digital.

Pendekatan yang kedua dilakukan melalui memperluas jangkauan usaha dalam akses pemasaran dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk promosi produk usaha. Pemanfaatan promosi melalui internet sebenarnya bukan merupakan hal yang baru bagi para pelaku usaha di Indonesia. Jika melihat dua tahun sebelumnya akibat pandemi Covid-19 merubah pola komunikasi masyarakat dalam berbelanja yang biasa dilakukan secara tatap muka, namun sekarang justru orang lebih suka belanja secara online dengan memanfaatkan berbagai macam media sosial dan platform e-commerce. (Widayanto, Pujiastuti, Yatinigrum, Dhani, & Tumini, 2020). Keuntungan dari para pelaku usaha dalam mempergunakan media sosial dan platform e-commerce selain dapat meningkatkan promosi secara gratis, namun memiliki dampak penjual yang signifikan dikarenakan jangkauan penjualan tidak terbatas pada toko konvensional saja.



Gambar 1. Workshop Dewi Collection

Dari beberapa problem terkait stagnasi perkembangan UMKM juga dialami oleh mitra pengabdian, untuk mitra pengabdian ini bernama Dewi Collection yang bergerak di bidang produksi dan penjualan konvensi dengan domisili pada Jalan Gatot Subroto Gang V Nomor 2304 Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Usaha konveksi ini sudah dijalankan secara turun menurun warisan dari orang tua pemilik usaha. Secara historis sejak usaha ini didirikan mulai didirikan kurang lebih sejak tahun 1980an dengan metode penjualan produksinya secara konvensional dengan menawarkan kepada toko-toko konveksi dari pasar lokal Malang Raya ataupun sampai luar kota. Jika dilihat alat yang dipergunakan oleh pelaku usaha sudah terdapat beberapa pembaharuan untuk mencukupi kebutuhan saat ini.

**Tabel 1.** Tabulasi Permasalahan Solusi dan Dampak

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Dampak yang diharapkan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- mitra belum memiliki legalisasi usaha</li> <li>- daya saing usaha mitra masih rendah antar industri yang sama</li> <li>- mitra belum memiliki akses umum atas jalinan kemitraan dengan konsumen</li> <li>- lokasi usaha mitra jauh dari tempat keramaian atau akses jalan utama</li> <li>- metode penjualan yang dilakukan oleh mitra masih konvensional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembentukan badan usaha yang bersifat komersil dengan termasuk perizinan sebagai aspek legalitas</li> <li>- Melakukan pendekatan digital marketing melalui pembuatan akun sosial media bisnis dengan melakukan iklan secara massif melalui berbagai media sosial. Pembuatan akun dan konten di marketplace sebagai wadah jual beli secara online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjadi pembeda dengan usaha yang lainnya, dengan adanya legalisasi usaha menjadikan usaha ini memiliki validasi akan keterjaminan untuk tidak menjadi jenis usaha yang tergolong dalam penipuan.</li> <li>- Melakukan metode penjualan produk secara online dan iklan melalui media sosial secara massif pada akun media sosialnya muncul adanya <i>brand image</i> yang positif dengan menghadirkan beberapa kelebihan yang dimiliki.</li> </ul>

Dari hasil kunjungan ke mitra pengabdian, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra, sehingga dari beberapa permasalahan yang teridentifikasi tersebut diberikan solusi sehingga secara solusi yang ditawarkan dapat menghasilkan suatu dampak yang positif. Untuk membentuk pelaku usaha yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini secara ketentuan juga mengikuti iklim usaha yang sedang berkembang, sehingga pelaku usaha dapat memenuhi tuntutan persaingan usaha secara luas. Secara normalnya permasalahan umum mengenai legalisasi usaha di dunia para pelaku usaha dikarenakan minimnya dana untuk pengurusan ke notaris, susahnya mengurus administrasi dan kurangnya informasi.

Melihat dampak dari pandemi yang sampai hari masih samar-samar terasa diakrenakan sebelumnya secara signifikan menghentikan roda perekonomian secara khususnya bagi para pelaku usaha UMKM, adanya anjuran untuk mengurangi bertemu secara tatap muka menjadikan pukulan yang sangat berat bagi penjual pakaian, bagi para konsumen yang terbiasa membeli baju dengan cara mencobanya terlebih dahulu menjadikan kebiasaan tersebut harus dihindari. (Widnyani, Putu Surya Astitiani, & Lidyanita Putri, 2021) Secara besar kebiasaan pola jual beli baju menjadi berubah, oleh karena itu perlu dilakukan

penyesuaian pola hubungan konsumen dengan produsen yang diwakili penjualannya oleh distributor atau langsung pembelian kepada produsennya langsung. Model penjual melalui digital marketing ini untuk memberikan solusi untuk memperdekat hubungan antara penjual dan pembeli.

## METODE

Pelaksanaan dari pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan, pendampingan dan evaluasi melalui skema sebagai berikut :

1. Pelatihan dan pendampingan pengurusan pembentukan badan usaha dan ketentuan administrasi yang dibutuhkan. Kegiatan ini berupa pendampingan tim pengabdian ke mitra dalam penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha melalui *Online Single Submission* (OSS). Dokumen tersebut memberikan keuntungan bagi mitra untuk keberlangsungan hidup badan usaha yang akan selalu berhubungan dengan stakeholder.
2. Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk konveksi. Kegiatan ini menghasilkan media pemasaran online atas produk yang dihasilkan oleh mitra. Pembuatan media tersebut berupa akun instagram. Dengan demikian, mitra memiliki peluang dan kekuatan untuk menjangkau pasar yang luas atas produk yang dihasilkan.

Pelaksanaan teknis dari pelatihan dan pendampingan ini dilakukan menjadi 2 bagian tahapan kerja berdasarkan kepakaran dari pengabdian, pertama, untuk pelatihan dan pendampingan pengurusan pembentukan badan usaha serta pemenuhan menjadi bagian kerja dari pengabdian Fakultas Hukum; kedua, untuk pelatihan dan pendampingan pemanfaatan digital marketing menjadi bagian kerja dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sedangkan untuk tahapan terakhir berupa evaluasi, merupakan kegiatan bersama untuk memastikan tercapai atau tidaknya kegiatan pengabdian ini dengan baik.

Kegiatan ini dilakukan dengan bantuan tim dari Mahasiswa Progam Studi Akutansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang melalui program pengabdian masyarakat oleh mahasiswa melalui skema mitra dosen atas nama Caterina Aruli Iskandar dan Tasya Febby Yolanda. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara terpusat di lokasi mitra, yaitu di Jalan Gatot Subroto Gang V Nomor 2304 Kelurahan Jodipan Kecamatan Blimbing Kota Malang. Dikarenakan masih dalam kondisi pandemi Covid-19, pelaksanaan pengabdian ini tetap patuh mengikuti protokol kesehatan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Titik tekan dari kegiatan ini adalah dilakukan secara kegiatan diskusi secara berkala dengan tujuan pendampingan dan monitoring keberlangsungan kegiatan pengabdian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk pelaksanaan dari pengabdian ini dilakukan secara bertahap dengan menyesuaikan prosedur dalam tahapan pemenuhan administrasi dari masing-masing metode, yaitu :

### Janayu Pendampingan Pengurusan Pendirian Badan Usaha

#### 4.3

Pada awal pengurusan pendirian badan usaha ini dilakukan dengan cara melakukan identifikasi terlebih dahulu terkait dokumen apa saja yang diperlukan, sehingga dari hasil identifikasi tersebut, jika belum memiliki dokumen yang belum dimiliki dapat dilakukan



pemenuhan terlebih dahulu. Semisal, seringkali beberapa dokumen yang tidak dimiliki oleh mitra adalah Nomor Pokok Wajib Pajak, sehingga perlu dilakukan pengurusan NPWP tersebut secara online atau berkunjung ke kantor pajak pratama (KPP). Jika secara online dapat dilakukan melalui website [ereg.pajak.go.id](http://ereg.pajak.go.id) dengan melakukan registrasi dan kita akan mendapatkan NPWP elektronik.

Secara singkat tahapan dalam pembentukan badan usaha dalam bentuk Usaha Dagang, tergambar sebagai berikut



**Gambar 2.** Alur Pendirian Badan Usaha

Jika hasil pengumpulan identitas mitra sudah terpenuhi, maka tahap selanjutnya dapat dilakukan dengan meminta Surat Pengantar dari Ketua RT dan mengetahui RW setempat untuk dibawa ke Kantor Pemerintah Desa/Kelurahan sebagai syarat penerbitan Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU). Isi dari SKDU tersebut menjelaskan terkait identitas pemilik usaha dan penjelasan lokasi usaha berkedudukan secara senyatanya.

Dengan membawa SKDU tersebut menjadi lengkap persyaratan untuk pendirian badan usaha berjenis usaha dagang. Semua kelengkapan tersebut dibawa ke kantor notaris untuk dibuatkan akta pendirian usaha dagang, dari akta pendirian tersebut berisi terkait nama usaha dagang, identitas pemilik, maksud dan tujuan usaha, jenis kegiatan berusaha, jangka waktu berusaha, dan domisili usaha. Badan usaha jenis usaha dagang ini adalah badan hukum persorangan sehingga tidak memerlukan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang rumit seperti badan hukum lainnya. Meskipun sebagai pemilik tunggal, dalam hal badan usaha ini, pemilik memiliki dua entitas hukum yang dapat bertindak untuk dan atas nama diri sendiri atau atas nama badan hukumnya yaitu usaha dagang.

Dengan bekal Akta Pendirian Usaha Dagang dilanjutkan dengan registrasi badan usaha melalui [oss.go.id](http://oss.go.id) untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) Berbasis Resiko dan izin usaha juga dapat dilakukan melalui website tersebut. Mulai dari tahap pendaftaran, perekaman data, penerbitan NIB, dan Pengurusan izin usaha yang berkaitan dengan kegiatan secara keseluruhan dapat dilakukan secara online.



Gambar 3. Akta Pendirian, Dokumen NIB dan Dokumen Izin Usaha

### Pendampingan Pembuatan Akun Media Sosial

Pada tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan pembuatan media digital marketing, pengabdian melakukan pendampingan dengan menyamakan persepsi atas adanya media sosial tersebut dan memiliki dampak yang seperti apa jika secara pemanfaatannya dapat dipergunakan semaksimal mungkin. Secara khusus memberikan pengertian mendasar terkait fungsi dari media sosial yang dapat memudahkan interaksi antar manusia tanpa batas jarak dan waktu, bisa dijadikan sebagai tempat dalam mengeksperikan diri, serta dapat mempublikasi informasi dengan cepat dan biaya murah.

Selain mendatangkan dampak positif, pastinya juga akan mendatangkan dampak negatif bagi pengguna. Hal ini perlu pengabdian sampaikan kepada mitra terkait garis-garis yang tidak boleh dilakukan di media sosial baik secara etika bermedia sosial dan ketentuan perundang-undangan yang mengatur terkait perbuatan yang dilarang. Seperti dalam hal perbuatan ikut memproduksi atau menyebarkan berita bohong melalui media sosial yang perbuatan tersebut masuk dalam kualifikasi Pasal 28 ayat (2) UU ITE dan melakukan perbuatan pencemaran nama baik atau penghinaan sebagaimana termuat pada Pasal 27 ayat (3) UU ITE. Beberapa Tindakan tersebut wajib dihindari dan harus dipahami oleh mitra, sehingga kedepannya dalam pemanfaatan media sosial tersebut tidak mengalami masalah.

Pada tahapan selanjutnya berupa pendampingan dalam pembentukan akun media sosial dan dari hasil diskusi anatara pengabdian dengan mitra telah ditentukan jenis media sosial yang dipilih mitra atas rekomendasi dari tim pengabdian adalah instagram, dimana akses yang dimiliki mudah dalam pengoperasian serta target pasar adalah untuk anak muda. Hal ini sesuai dengan sebagai hasil produksi dari mitra yang hasil produksinya berupa baju yang menasar tipe anak muda. Selain itu kebutuhan mitra adalah untuk publikasi bahwa mitra mampu melakukan pembuatan baju dalam jumlah banyak atau jumlah besar.



**Gambar 4.** Akun Instagram Dewi Collection

Setelah pembuatan, dilakukan proses pengisian konten yang bisa dalam bentuk foto atau video. Konten tersebut haruslah informatif sehingga dapat mudah dimengerti oleh mereka calon pembeli dan yang terpenting haruslah responsif dalam menanggapi pertanyaan-pertanya yang akan muncul baik itu melalui pesan atau komentar. Dalam berjualan dengan memanfaatkan media sosial ini dapat dilakukan tanpa harus menyita banyak waktu dan dapat juga dilakukan dengan mengerjakan kegiatan lainnya.

Pelaksanaan pengabdian ini memang secara optimal agar dapat berjalan dengan baik terpusat pada satu mitra dengan tujuan agar menjadi influencer kepada usaha lainnya baik itu yang bergerak dalam jenis usaha yang sama atau yang berbeda. Sehingga harapan dari tim pengabdian disini agar mitra bisa mendampingi pelaku usaha lainnya dalam pelaksanaan pendirian badan usaha dan pembuatan *account* media sosial sebagai sarana *digital marketing*.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik termasuk dengan luaran dari kedua kegiatan tersebut. Pengabdian berupa pendirian badan usaha berbentuk usaha dagang melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha melalui melalui Online Single Submission (OSS). Dokumen tersebut memberikan keuntungan bagi mitra untuk keberlangsungan hidup badan usaha yang akan selalu berhubungan dengan stakeholder. Pendampingan selanjutnya berupa pembuatan *account* media sosial berupa akun instagram dengan nama “dewicollection.malang” untuk pemanfaatan digital marketing. Dengan demikian, mitra memiliki peluang dan kekuatan untuk menjangkau pasar yang luas atas produk yang dihasilkan. Tim pengabdian menemukan kendala yang ditemukan, seperti karakteristik pengurusan dari pemerintah desa sehingga diperlukan penjelesan kepada pihak terkait agar dapat dipahami dengan baik. Tim pengabdian berharap dapat memberikan dampak positif bagi mitra secara meningkatkan pendapatan dan kemudahan bagi mitra dalam pengelolaan usaha terkait legalitas dan pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kader, M., & Galuh Ciamis, U. (2018). Peran UKM dan Koperasi dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan di Indonesia. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 15–32. <https://doi.org/10.34010/JURISMA.V8I1.995>
- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah.



Eksaminasi: Jurnal Hukum, 1(1), 77–83.

281

- Dewi, I. K. (2021). Sosialisasi legalitas Usaha Mikro Pada UMKM Kaopi di Desa Kolowa. Aasu, 1(2), 2. <https://doi.org/10.35326/pkm.v5i1.1250>
- Gultom, A. W. (2021). Peningkatan Pemahaman Pengurusan Legalitas Usaha Bagi Umkm Dimasa Pandemi Covid-19. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 5(4), 1769–1779.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,” 9(1), 195–204.
- Indrawati. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. Jurnal Dedikasi Hukum, 1(3), 231–241. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jdh/article/view/17113>
- Marka, M. M., Azis, N., & Alifiana, M. A. (2018). Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha. Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Pada Masyarakat, 22, 185–192.
- Subali Patma, T., Malang, P. N., Muslim, S., Negeri, P., & Fauziah, M. (2021). Pemberdayaan Umkm Melalui Legalitas Usaha. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021, 1(1), 246–249. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/view/4403>
- Suhardiyah, M., Ulfa Puspa Wanti Widodo, & Yurida Sasmita. (2020). Legalisasi Dan Pengelolaan Usaha Pada UMKM. Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.45-53.2340>
- Sulistyaningsih, E., & Pambudi, S. A. (2018). Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Dusun Trayeman, Pleret, Bantul Melalui Pendampingan Izin Usaha Mikro & Kecil. 1(2), 177–185.
- Wardiah, I., Subandi, S., Kusitini, S., & Noor, M. H. (2020). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong. Jurnal IMPACT: Implementation and Action, 2(2), 17. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.847>
- Widnyani, N. M., Luh, N., Astitiani, P. S., Christina, B., & Putri, L. (2021). Penerapan Transformasi Digital pada UKM Selama Pandemi Covid-19 di Kota Denpasar. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 6(1), 79–87. <https://doi.org/10.38043/JIMB.V6I1.3093>
- Widayanto, M. T., Pujiastuti, A., Yatiningrum, A., Tumini, & Rahma Dhany, U. (2020). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha Dan Penjualan Online Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Jurnal Abdimas Bina Bangsa, 1(2), 240–246. <https://doi.org/10.46306/jabb.v1i2.37>