

# **PROPOSAL**

## **PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**Pentingnya Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk**

**Oleh:**

**Dr. Agus Syukur, M.Pd. (0328088803)**

**Ratna Puspita S,E, M.M. ((0301097001)**

**Nisrina Zahra Aulia (25230037)**

**Meftyane Liz Diwani (25230029)**

**Shanaz Hafizah Bilqis (25240023)**

**Qurrota A'yun Khoiriyah Fitri (25240027)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

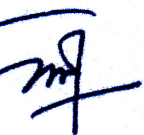
**UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

**MARET 2025**

### HALAMAN PENGESAHAN

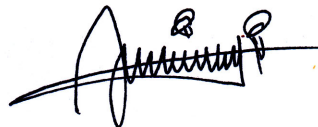
1. Judul : Pentingnya Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk
2. Mitra : Universitas Nusamandiri Jatiwaringin
3. Ketua Pelaksana
  - a. Nama Lengkap : Agus Syukur
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
  - c. NIP : 202109174
  - d. Jabatan Fungsional :
  - e. Program Studi : S1 - Bisnis Digital
  - f. Email : agus.gss@nusamandiri.ac.id
4. Jumlah Anggota : 1  
Nama Anggota : Ratna Puspita Se,mm  
Mahasiswa yang terlibat : 4 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
  - a. Wilayah Mitra : Jakarta Timur
  - b. Kabupaten/Kota : Jakarta Timur
  - c. Propinsi : DKI Jakarta
6. Biaya : Rp.3.400.000,-

Mengetahui  
Ketua LPPM Universitas Nusa Mandiri

  
  
Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM,  
ASEAN.Eng

Jakarta, 3 Maret 2025

Ketua Pelaksana



Dr. Agus Syukur M.Pd

## RINGKASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memahami “*Pentingnya Manfaat Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk*” Legalitas memiliki peran penting sebagai penunjang branding produk karena memberikan kredibilitas, kepercayaan, dan perlindungan terhadap produk. Dengan manfaat , meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing., melindungi hak produk, mempermudah kolaborasi serta meningkatkan reputasi merek. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini dari Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) yang akan dibekali pemahaman pentingnya legalitas usaha . Dengan pelatihan pelaku UMKM diharapkan mampu memahami legalitas usaha untuk dapat bersaing secara efektif dan maksimal sebagai penunjang branding produk,sehingga dapat meningkatkan jangkauan serta daya saing usaha yang berkelanjutan di era digitalisasi

Kata Kunci: Manfaat; Legalitas Usaha; Branding Produk

## DAFTAR ISI

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| COVER .....                                | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                   | ii  |
| RINGKASAN .....                            | iii |
| DAFTAR ISI .....                           | iv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                    | 1   |
| 1.1. Analisis Situasi .....                | 1   |
| 1.2. Identifikasi Masalah Mitra .....      | 3   |
| 1.3. Solusi Permasalahan .....             | 3   |
| 1.4. Rencana Pelaksanaan .....             | 4   |
| BAB II TARGET DAN LUARAN .....             | 5   |
| 2.1. Target .....                          | 5   |
| 2.2. Luaran .....                          | 5   |
| BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT ..... | 8   |
| BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN .....     | 10  |
| 4.1. Anggaran Biaya .....                  | 10  |
| 4.2. Jadwal Kegiatan .....                 | 11  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                       | 12  |

# **BAB I**

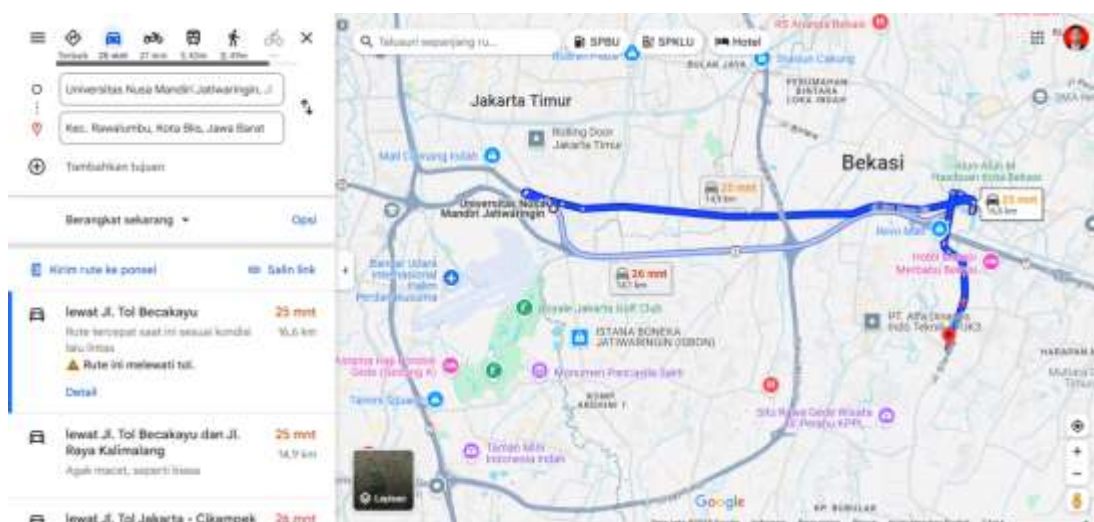
## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Analisis Situasi**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Mereka menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pemerataan ekonomi, terutama di daerah terpencil, dengan menciptakan lapangan kerja lokal. Namun, banyak UMKM yang belum memiliki legalitas formal sehingga mereka menghadapi kendala dalam mendapatkan akses pembiayaan, kemitraan, dan program pemerintah. Pemerintah terus mendorong UMKM untuk naik kelas melalui berbagai program, dengan manfaat seperti subsidi bunga kredit investasi dan pelatihan kewirausahaan. Banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya legalitas sebagai investasi jangka panjang untuk keberlanjutan bisnis. Edukasi tentang manfaat legalitas menjadi kunci untuk meningkatkan jumlah UMKM yang terdaftar secara resmi. Legalitas usaha memberikan perlindungan hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan membuka akses ke pembiayaan serta pasar yang lebih luas [1].

Dengan legalitas yang jelas, UMKM dapat menjalin kerja sama dengan perusahaan besar dan mengikuti program-program pemerintah. Pemerintah telah mempermudah proses legalisasi melalui platform seperti Online Single Submission (OSS), yang memungkinkan pendaftaran usaha dilakukan secara daring dengan cepat dan prakti [2] Pemerintah kini menawarkan solusi seperti Perseroan Perorangan, yang memungkinkan pelaku usaha mikro dan kecil mendapatkan pengakuan hukum dengan proses yang sederhana dan biaya terjangkau. Dengan upaya bersama antara pemerintah, pelaku UMKM, dan masyarakat, legalitas usaha dapat menjadi fondasi untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Legalitas usaha dan branding produk berkaitan sangat erat, karena keduanya saling mendukung untuk membangun kepercayaan, kredibilitas serta daya saing di pasar [3] Legalitas usaha membuka peluang untuk bekerja sama dengan mitra bisnis, seperti distributor atau investor. Branding produk yang didukung oleh legalitas juga mempermudah promosi, karena produk dianggap lebih kredibel dan layak untuk

dipasarkan secara luas. Dengan kata lain, legalitas adalah fondasi yang memperkuat branding produk, sementara branding membantu memaksimalkan manfaat dari legalitas tersebut. Legalitas usaha memungkinkan produk untuk masuk ke pasar modern, seperti e-commerce, retail besar, atau bahkan ekspor. Branding produk yang kuat, didukung oleh legalitas, membantu menciptakan kesan profesionalisme serta menarik perhatian mitra bisnis atau konsumen internasional. Legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau sertifikasi halal, memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk telah memenuhi standar tertentu. Hal ini memperkuat branding produk karena konsumen lebih cenderung memilih merek yang terpercaya dan memiliki reputasi baik. Dengan mendaftarkan merek dagang atau hak kekayaan intelektual (HKI) produk terlindungi dari plagiarisme. Hal ini tidak hanya melindungi identitas merek, tetapi juga memperkuat citra branding sebagai produk yang eksklusif dan orisinal.



**Gambar 1. Lokasi Peta UMKM Naik Kelas Kota Bekasi**

Komunitas mitra dalam kegiatan ini adalah Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI), sebuah komunitas yang berbasis di Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi. Yayasan ini aktif dalam memberdayakan pelaku UMKM lokal melalui pelatihan keterampilan dan pendampingan usaha. Dalam aktivitas kesehariannya, banyak anggota komunitas UMKM GTI yang belum memahami legalitas dengan minimnya literasi pemahaman mengenai legalitas usaha. Melalui materi program *“Pentingnya Manfaat Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk”*, tim pengabdian dari Universitas Nusa Mandiri akan memberikan edukasi terkait dengan

legalitas yang diperlukan. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali UMKM dengan pemahaman konseptual, pentingnya legalitas diharapkan mampu menjangkau lebih banyak audiens, meningkatkan interaksi, dan mendorong konversi penjualan. Dengan pemanfaatan teknologi dan pelatihan yang tepat, UMKM di bawah binaan Yayasan GTI diharapkan mampu memperkuat daya saing bisnis secara berkelanjutan

## 1.2. Identifikasi Masalah Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan komunikasi awal yang dilakukan terhadap mitra Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) di Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi, diperoleh informasi bahwa mayoritas pelaku UMKM di bawah binaan komunitas ini masih perlu pemahaman dan sosialisasi untuk legalitas usaha yang diperlukan untuk menunjang branding produk sebagai sarana promosi usaha. Selain itu, banyak pelaku usaha yang belum memahami konsep dasar legalitas sebagai penunjang branding produk untuk mendorong keputusan pembelian.

## 1.3. Solusi Permasalahan

Solusi yang ditawarkan berdasarkan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM binaan Yayasan GTI adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Solusi Permasalahan**

| Permasalahan                                                    | Solusi                                                                   | Keterangan                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kurangnya pemahaman tentang Legalitas Usaha                     | Edukasi dan pemahaman tentang Legalitas Usaha                            | Pengenalan / pemahaman<br>NPWP (Pokok Wajib Pajak)<br>NIB (No. Induk Berusaha)<br>HKI (Hak Kekayaan Int)<br>Izin Edar (BPOM)<br>SNI (Sertifikasi Produk) |
| Rendahnya pemahaman/ penggunaan Platform online Legalitas Usaha | Pelatihan akses OSS (Online Single Submission) pendaftaran secara daring | Pelaku UMKM akan dilatih mengakses OSS , NIB , NPWP dst                                                                                                  |

#### 1.4. Rencana Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengusung tema “*Pentingnya Manfaat Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk*” Legalitas memiliki peran penting sebagai penunjang branding produk. Kegiatan ini menyasar pelaku UMKM binaan Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) yang telah memiliki akun media sosial bisnis namun belum optimal dalam hal pemanfaatan legalitas usaha

Rencana pelaksanaan kegiatan akan dilakukan secara *offline* (tatap muka) dan berlokasi di Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin. Pelatihan akan dilaksanakan dengan metode presentasi interaktif, studi kasus, dan praktik langsung. Tim pengabdian dari Universitas Nusa Mandiri akan memberikan materi tentang “*Pentingnya Manfaat Legalitas Usaha sebagai Penunjang Branding Produk*” yang akan dilaksanakan pada

|                  |                                                            |
|------------------|------------------------------------------------------------|
| Hari/Tanggal     | : Selasa, 20 Mei 2025                                      |
| Waktu            | : 08.00 WIB s/d selesai                                    |
| Lokasi Kegiatan  | : Universitas Nusa Mandiri, Kampus Jatiwaringin            |
| Penanggung Jawab | : Prof. Dr.Ir. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom, IPU,ASEAN.Eng |
| Ketua Pelaksana  | : Dr. Agus Syukur M.Pd                                     |
| Tutor            | : Ratna Puspita, S.E., M.M.                                |
| Anggota          | : Nisrina Zahra Aulia (25230037)                           |
|                  | : Meftyane Liz Diwani (25230029)                           |
|                  | : Shanaz Hafizah Bilqis (25240023)                         |
|                  | : Qurrota A'yun Khoiriyah Fitri (25240027)                 |

## **BAB II**

### **TARGET DAN LUARAN**

#### **2.1. Target**

Target peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam komunitas Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) yang berlokasi di Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi. Para peserta merupakan pelaku UMKM namun masih mengalami kendala dalam pemahaman legalitas usaha

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami legalitas usaha sebagai upaya optimalisasi pemasaran digital. Dengan mengikuti kegiatan ini, peserta diharapkan dapat:

1. Mengetahui tentang legalitas usaha
2. Memahami akses digital dalam platform OSS untuk pendaftaran legalitas usaha
3. Mampu memanfaatkan legalitas usaha untuk meningkatkan branding produk

#### **2.2. Luaran**

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman peserta legalitas usaha dan dapat memanfaatkan akses layanan digital OSS yang tersedia untuk dipergunakan. Selain itu, kegiatan ini juga ditargetkan menghasilkan luaran dengan adanya pemahaman dan para UMKM dapat mulai mendaftarkan usaha yang di jalankan untuk dapat bersaing di pasar offline dan online. Sebagai bagian dari diseminasi pengetahuan, kegiatan ini juga akan didokumentasikan dalam bentuk publikasi di media massa serta artikel ilmiah yang akan dikirimkan ke jurnal nasional, baik yang terakreditasi maupun tidak terakreditasi, sehingga hasil kegiatan dapat memberikan dampak lebih luas bagi pengembangan literasi digital dan pemasaran UMKM di Indonesia.

**Tabel 2. Target Luaran**

| <b>No</b> | <b>Jenis Luaran</b>                                      | <b>Indikator Capaian</b>                       | <b>Status Capaian</b> |
|-----------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------|
| 1         | Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik         | Artikel di Jurnal Internasional                | Tidak ada             |
|           |                                                          | Artikel di Jurnal Nasional Terakreditasi       | Draft                 |
|           |                                                          | Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi | Draft                 |
| 2         | Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik | Internasional                                  | Tidak ada             |
|           |                                                          | Nasional                                       | Tidak ada             |
|           |                                                          | Lokal                                          | Tidak ada             |
| 3         | Artikel di media masa cetak atau elektronik              | Nasional                                       | Tidak ada             |
|           |                                                          | Lokal                                          | Ada                   |
| 4         | Dokumentasi pelaksanaan                                  | Video kegiatan                                 | Tidak ada             |
| 5         | (Keynote Speaker/Invited) dalam temu ilmiah              | Internasional                                  | Tidak ada             |
|           |                                                          | Nasional                                       | Tidak ada             |
|           |                                                          | Lokal                                          | Tidak ada             |
| 6         | Pembicara tamu (Visiting Lecturer)                       | Internasional                                  | Tidak ada             |
| 7         | Kekayaan Intelektual (KI)                                | Paten                                          | Tidak ada             |
|           |                                                          | Paten Sederhana                                | Tidak ada             |
|           |                                                          | Perlindungan Varietas Tanaman                  | Tidak ada             |
|           |                                                          | Hak Cipta                                      | Tidak ada             |
|           |                                                          | Merk Dagang                                    | Tidak ada             |
|           |                                                          | Rahasia Dagang                                 | Tidak ada             |
|           |                                                          | Desain Produk Industri                         | Tidak ada             |
|           |                                                          | Indikasi Geografis                             | Tidak ada             |
| 8         | Buku ber ISBN                                            |                                                | Tidak ada             |
| 9         | Book chapter                                             |                                                | Tidak ada             |
| 10        | Mitra Non Produktif                                      | Pengetahuannya meningkat                       | Ada                   |
|           |                                                          | Keterampilannya meningkat                      | Ada                   |
|           |                                                          | Kesehatannya meningkat                         | Tidak ada             |
|           |                                                          | Pendapatannya meningkat                        | Ada                   |
|           |                                                          | Pelayanannya meningkat                         | Ada                   |
| 11        | Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi                 | Pengetahuannya meningkat                       | Tidak ada             |
|           |                                                          | Keterampilannya meningkat                      | Tidak ada             |
|           |                                                          | Kualitas produknya meningkat                   | Tidak ada             |
|           |                                                          | Jumlah produknya meningkat                     | Tidak ada             |
|           |                                                          | Jenis produknya meningkat                      | Tidak ada             |
|           |                                                          | Kapasitas produksi meningkat                   | Tidak ada             |
|           |                                                          | Berhasil melakukan ekspor                      | Tidak ada             |
|           |                                                          | Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau       | Tidak ada             |
|           |                                                          | Jumlah aset meningkat                          | Tidak ada             |
|           |                                                          | Jumlah omsetnya meningkat                      | Tidak ada             |
|           |                                                          | Jumlah tenaga kerjanya meningkat               | Tidak ada             |
|           |                                                          | Kemampuan manajemennya                         | Tidak ada             |

| No | Jenis Luaran | Indikator Capaian              | Status Capaian |
|----|--------------|--------------------------------|----------------|
|    |              | meningkat                      |                |
|    |              | Keuntungannya meningkat        | Tidak ada      |
|    |              | Income generating PT meningkat | Tidak ada      |
|    |              | Produk tersertifikasi          | Tidak ada      |
|    |              | Produk terstandarisasi         | Tidak ada      |
|    |              | Unit usaha berbadan hukum      | Tidak ada      |
|    |              | Jumlah wirausaha baru mandiri  | Tidak ada      |

### **BAB III**

#### **METODE PENGABDIAN MASYARAKAT**

Kegiatan pengabdian masyarakat bersama Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) dilaksanakan dengan ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung yang bersifat edukatif dan aplikatif. Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya memahami konsep legalitas usaha sebagai penunjang branding produk dan akses layanan di platform media online tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam konteks bisnis mereka. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dan Kerjasama dengan Mitra

Tim pengabdian menjalin komunikasi awal dengan pihak Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dan menyepakati teknis pelaksanaan kegiatan, termasuk jumlah peserta dan waktu pelaksanaan.

2. Persiapan Materi dan Sarana Pelatihan

Tim menyusun materi pelatihan yang mencakup jenis legalitas usaha sebagai penunjang branding produk. Selain itu, dipersiapkan pula sarana pelatihan seperti ruang kelas, proyektor, dan akses internet untuk mendukung praktik langsung.

3. Pelaksanaan Kegiatan di Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin

Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di ruang yang telah disiapkan. Acara diawali dengan pembukaan oleh perwakilan Yayasan GTI dan pihak Universitas Nusa Mandiri, dilanjutkan dengan penyampaian tujuan kegiatan.

4. Penyampaian Materi

Materi disampaikan secara terstruktur melalui metode ceramah interaktif yang disertai dengan contoh nyata. Peserta diajak memahami pentingnya komunikasi persuasif dalam pemahaman literasi.

5. Sesi Praktik

Peserta melakukan praktik langsung dengan mengakses laman pendaftaran legalitas usaha. Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian untuk memastikan peserta memahami alur dan dapat menghasilkan draf konten yang sesuai.

6. Diskusi, Tanya Jawab, dan Presentasi Hasil Praktik

Sesi ini menjadi ruang interaksi antara peserta dan tim pengabdian untuk menggali pemahaman lebih lanjut, sekaligus mengevaluasi hasil praktik. Beberapa peserta dipilih untuk mempresentasikan hasil konten yang telah mereka buat.

7. Penutupan dan Refleksi Kegiatan

Kegiatan ditutup dengan penyampaian kesan dan pesan dari peserta dan mitra, serta refleksi singkat dari tim pelaksana tentang keberhasilan kegiatan dan rencana tindak lanjut.

**BAB IV**  
**BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

**4.1. Anggaran Biaya**

Adapun anggaran pelaksanaan kegiatan sebagai berikut

**Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya**

| No                                          | Uraian                                        | Qty | Harga        | Jumlah         |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----|--------------|----------------|
| <b>1. Akomodasi (Perjalanan/Penginapan)</b> |                                               |     |              |                |
| a.                                          | Transportasi                                  | 2   | Rp. 200.000, | Rp. 200.000,   |
| <b>Subtotal</b>                             |                                               |     |              | Rp. 200.000,   |
| <b>2. Peralatan</b>                         |                                               |     |              |                |
| a.                                          | Biaya pembuatan proposal dan laporan kegiatan | 2   | Rp. 50.000,  | Rp. 100.000,   |
| b.                                          | Biaya pembuatan modul                         | 20  | Rp. 10.000,  | Rp. 200.000,   |
| <b>Subtotal</b>                             |                                               |     |              | Rp. 300.000,   |
| <b>3. Perlengkapan &amp; Makanan</b>        |                                               |     |              |                |
| a.                                          | Spanduk                                       | 1   | Rp. 100.000, | Rp. 100.000,   |
| b.                                          | Souvenir                                      | 20  | Rp. 25.000,  | Rp. 500.000,   |
| c.                                          | ATK                                           | 1   | Rp. 100.000, | Rp. 100.000,   |
| <b>Subtotal</b>                             |                                               |     |              | Rp. 700.000,   |
| <b>4. Biaya Lain-lain</b>                   |                                               |     |              |                |
| a.                                          | Snack                                         | 25  | Rp. 20.000,  | Rp. 500.000,   |
| b.                                          | Makan                                         | 25  | Rp. 50.000,  | Rp. 1.500.000, |
| c.                                          | Biaya administrasi berkas ke mitra            | 1   | Rp. 100.000, | Rp. 100.000,   |
| d.                                          | Biaya lain-lain                               | 1   | Rp. 100.000, | Rp. 100.000,   |
| <b>Subtotal</b>                             |                                               |     |              | Rp. 2.200.000, |
| <b>Total</b>                                |                                               |     |              | Rp. 3.400.000, |

#### 4.2. Jadwal Kegiatan

Berikut ini adalah time line dari kegiatan pengabdian masyarakat :

**Tabel 4. Jadwal Kegiatan Pengabdian**

| No. | Uraian Kegiatan                                                              | Bulan ke |   |   |   |   |   |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|----------|---|---|---|---|---|
|     |                                                                              | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1.  | Survei lapangan dan penjajakan dengan mitra                                  |          |   |   |   |   |   |
| 2.  | Pengajuan izin giat kepada pihak kampus dan mitra                            |          |   |   |   |   |   |
| 3   | Pembuatan proposal dan sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat            |          |   |   |   |   |   |
| 4   | Pembuatan dan finalisasi materi pelatihan                                    |          |   |   |   |   |   |
| 5   | Pelaksanaan kegiatan untuk UMKM mitra GTI                                    |          |   |   |   |   |   |
| 6   | Pengumpulan dokumentasi, surat keterangan mitra, dan pembuatan press release |          |   |   |   |   |   |
| 7   | Penyusunan laporan kegiatan dan artikel ilmiah                               |          |   |   |   |   |   |

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sentot Suciarto A,. Ph.D “Pengembangan Produk , Branding dan Pemberian Label pada Kemasan Produk Brand Awareness,” *Produk dan Merk*, ISBN: 978-602-6865-79- Penerbit: Universitas Katolik Soegijapranata
- [2] Hermawan Kartajaya , *Branding untuk UMKM: Strategi Membangun Merek yang Kuat*" Gramedia Pustaka Utama ISBN 2016978-602-03-1234-5
- [3] Gramedia Pustaka Utama, Tim Redaksi Gramedia, “ *Panduan Praktisi Legalitas untuk UMKM*" tahun terbit 2020 ISBN978-602-03-4567-8
- [4] Sujito dkk , “*Legalitas Usaha Mikro: Jadilah Usaha Mikro yang Terdaftar, Terpercaya, dan Tangguh* " Penerbit Media Nusa Creative 2024 , ISBN 978-623-175-762-3