

Peran Program Inkubator Bisnis Terintegrasi PLUT-KUMKM Untuk Mewujudkan UMKM Naik Kelas dan Berdaya Saing di Kabupaten Cilacap

Mutia Pamikatsih¹, Elok Ainur Latif², Hakim^{*}, Suwono⁴, Elina Febriyanti⁵
^{1),2),3),4),5)}Fakultas Ekonomi, Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, Indonesia

Article Info	Abstrak
<p><i>Article history</i></p> <p>Received : nov 15,2025 Revised : Nov 22, 2025 Accepted :Nov 28, 2025</p>	<p><i>Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM kegiatan ini berkolaborasi PLUT-KUMKM Kabupaten Cilacap serta 5 perusahaan yang ada di kabupaten Cilacap meliputi, PT. Pertamina, Bank Negara Indonesia, PT. PLN Persero/Indonesia Power, PT Sumber Segara Primadaya dan PT. Solusi Bangun Indonesia, melalui Program Inkubator Bisnis Terintegrasi yang bertujuan memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM. Program ini mencakup berbagai kegiatan yang dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra usaha UMKM tentang aspek-aspek Pelatihan legalitas usaha (Halal, P-IRT, BPOM, HAKI), Analisis bisnis model canvas dan SWOT, Pelatihan kemasan produk, Pelatihan branding produk, Pelatihan pembuatan konten digital dan foto produk, Optimalisasi media sosial (TikTok), Optimalisasi marketplace (Shopee), On boarding melalui grabfood/gofood/shopeefood, Pembukuan laporan akuntansi standar, Manajemen operasional usaha. Pelatihan ini di ikuti oleh 20 UMKM yang berasal dari Binaan 5 perusahaan yang ada di kabupaten Cilacap. Metode kegiatan ini dilakukan dengan melaksanakan pra inkubator, proses Inkubasi, Pelatihan dari narasumber berasal dari para praktisi, profesional dan akademisi, Tingkat keberhasilan kegiatan ini dinilai sangat berdampak bagi pengusaha UMKM, bisa dilihat dari transformasi pada bidang kemasan produk, aspek pemasaran sudah menggunakan digitalisasi, terhubung dengan akses pasar serta penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi. Program ini berhasil mencapai tujuannya dengan memberikan peserta pengetahuan, pemahaman, dan keahlian sehingga pengusaha UMKM menjadi kompetitif, berdaya saing dan NAIK KELAS.</i></p>
<p><i>Kata Kunci:</i></p> <p><i>Berdaya Saing; Inkubator Bisnis; UMKM Naik Kelas.</i></p>	<p><i>Abstract</i></p> <p><i>This community service program aims to develop MSMEs, and the activity is carried out in collaboration with PLUT-KUMKM of Cilacap Regency and five companies located in Cilacap, including PT Pertamina, Bank Negara Indonesia, PT PLN Persero/Indonesia Power, PT Sumber Segara Primadaya, and PT Solusi Bangun Indonesia. This collaboration is implemented through the Integrated Business Incubator Program, which is designed to strengthen the capacity and competitiveness of MSMEs. The program includes various activities designed to provide MSME partners with knowledge and skills related to business legality training (Halal, P-IRT, BPOM, HAKI), Business Model Canvas and SWOT analysis, product packaging training, product branding training, digital content creation and product photography, social media optimization (TikTok), marketplace optimization (Shopee), onboarding to GrabFood/GoFood/ShopeeFood, standard accounting report preparation, and business operations management. This training was attended by 20 MSMEs fostered by the five companies in Cilacap Regency. The implementation method involved pre-incubation activities, an incubation process, and training delivered by practitioners, professionals, and academics.</i></p>

Corresponding Author:

Hakim,
Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
Jl. Kemerdekaan Barat No 17 Kesugihan, Cilacap, Jawa Tengah, 53211, Indonesia
mazmurakim@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-NC license.



PENDAHULUAN

Kabupaten Cilacap memiliki potensi ekonomi lokal yang sangat besar, didukung oleh berbagai sektor strategis seperti industri, perikanan, pertanian, dan jasa. Keberadaan Pengusaha UMKM Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu tulang punggung ekonomi daerah, yang tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, di tengah berbagai peluang tersebut, banyak Pengusaha UMKM menghadapi tantangan fundamental yang menghambat pertumbuhan usaha mereka. Beberapa masalah utama yang sering dihadapi Pengusaha UMKM di Cilacap antara lain: Keterbatasan kapasitas manajerial dan kewirausahaan, di mana Pengusaha UMKM masih minim pengetahuan dalam pengelolaan keuangan, strategi bisnis, dan inovasi produk, Akses terhadap permodalan yang terbatas, terutama bagi Pengusaha UMKM mikro yang belum memiliki kelayakan administratif untuk mengakses Lembaga keuangan formal, serta pemahaman dalam digitalisasi pemasaran produk.

Di sisi lain, Kabupaten Cilacap juga menjadi rumah bagi berbagai Perusahaan industri besar yang memiliki tanggung jawab sosial melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Setiap perusahaan memiliki binaan UMKM yang telah mereka dampingi dalam skala terbatas. Namun, keberhasilan binaan tersebut seringkali tidak berkelanjutan jika tidak dikembangkan melalui pendekatan sistematis dan berbasis kebutuhan aktual. Melihat kondisi ini, diperlukan sebuah solusi kolaboratif yang mampu menjembatani Pengusaha UMKM dengan pembinaan yang terstruktur, terintegrasi, dan berorientasi pada hasil jangka panjang. Salah satu Solusi yang dapat menjawab kebutuhan tersebut adalah pelaksanaan Program Inkubator Bisnis Terintegrasi yang menggabungkan sumber daya dari sektor pemerintah, lembaga pengembang UMKM, dan CSR Perusahaan pada peningkatan kualitas hidup masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah.

Inkubator bisnis adalah salah satu pihak yang cukup efektif untuk meningkatkan kapasitas UMKM atau wirausaha pemula (Marzaman AP, 2020). Dalam hal ini, PLUT-KUMKM Cilacap menghadirkan Program Inkubator Bisnis Terintegrasi, yaitu program kolaboratif antara pemerintah daerah, lembaga keuangan, serta mitra Corporate Social Responsibility (CSR) dari berbagai perusahaan besar seperti PT Kilang Pertamina Internasional RU IV Cilacap, PT Solusi Bangun Indonesia (SBI), PT Sumber Segara Primadaya (S2P), Indonesia Power PLTU Adipala, dan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Rumah BUMN. Program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem pembinaan UMKM yang sinergis, terukur, dan berkelanjutan melalui tahapan pra-inkubasi, inkubasi, dan pasca-inkubasi.

Keberadaan inkubator bisnis sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan UMKM. Pemerintah melalui (Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008) menjelaskan bahwa keberadaan inkubator bisnis itu sangat penting di dalam menciptakan wirausaha baru yang berdaya saing, tangguh, kreatif, dan professional. Menyadari pentingnya peranan inkubator bisnis tersebut, maka perlu dilakukan pengembangan terhadap aktivitas pendampingannya agar dihasilkan wirausaha yang berdaya saing (Mubaraki HA, n.d.)

Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, fasilitasi legalitas, digitalisasi, business matching, serta monitoring dan evaluasi, PLUT-KUMKM berperan aktif dalam membantu pelaku UMKM untuk naik kelas dan berdaya saing. Program ini juga selaras dengan visi pembangunan Kabupaten Cilacap 2025-2029, yaitu mewujudkan daerah yang Maju, Berbudaya, Sejahtera, Adil, dan Merata, dengan memperkuat sektor ekonomi kreatif dan pemberdayaan UMKM sebagai pilar utama pertumbuhan ekonomi daerah.

METODE

PRA INKUBASI, Pada fase ini, Inkubator PLUT melaksanakan sosialisasi, pendaftaran dan seleksi calon peserta. Berikut 4 tahapan yang dilakukan dalam proses pra inkubasi, meliputi Sosialisasi, Seleksi, Wawancara dan Pengumuman Hasil Seleksi dan penetapan calon peserta tenan Inkubasi. INKUBASI Kegiatan ini terdiri dari lima tahap yaitu Pengukuran & penetapan indikator awal, pelaksanaan pelatihan, pelaksanaan temu bisnis, pelaksanaan pendampingan dan pengukuran dan penetapan keberhasilan indikator pasca inkubasi. Pelaksanaan Pelatihan Kegiatan ini melibatkan stakeholder di Kabupaten Cilacap yang memiliki binaan Pengusaha UMKM yaitu dari pihak PT. Bank Negara

Indonesia dengan Rumah BUMN sebagai pusat pendampingan & pemberdayaan Masyarakat, PT. Kilang Pertamina Internasional RU IV Cilacap yang memiliki pendampingan pada Pengusaha UMKM, PT. Solusi Bangun Indonesia (SBI) Pabrik Cilacap yang memiliki pendampingan dan pemberdayaan pada Masyarakat, PT. Sumber Segara Primadaya Cilacap yang memiliki tim pendampingan & pemberdayaan serta Indonesia Power PLTU Adipala di Cilacap yang juga memiliki pendampingan & pemberdayaan pada Masyarakat. Pelaksanaan Temu Bisnis (Business Matching) Ruang lingkup pelaksanaan temu bisnis adalah kegiatan mempertemukan antara tenant dan pelaku bisnis, calon investor dan calon pembeli yang sesuai dengan produk baik dari pihak industri, pemda, perbankan dan BUMN Pelaksanaan Pendampingan dalam aktualisasinya pendampingan adalah pemberian konsultasi oleh pendamping yang dilaksanakan pasca kegiatan pelatihan sebagai bentuk tanggung jawab untuk memastikan materi yang diperoleh bisa direalisasikan dalam menjalankan usaha. PASCA INKUBASI Fase ini merupakan fase terakhir dalam program inkubator bisnis. Kegiatannya meliputi Monitoring dan Evaluasi yaitu a. Melakukan *monev* secara berkala atas kemajuan tenant dalam mengembangkan usahanya untuk mengevaluasi pencapaian indikator. b. Memberikan masukan kepada tenant atas langkah-langkah yang akan diambil tenant dalam pengembangan usahanya pada masa berikutnya atau melakukan penghentian proses inkubasi bagi tenant yang dinilai tidak kompeten atau kegagalan produk dalam menembus pasar atau ternyata bisnis tenant tidak menguntungkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kolaborasi Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bekerja sama dengan PLUT-KUMKM Kabupaten Cilacap serta 5 perusahaan yang ada di kabupaten Cilacap meliputi, PT. Pertamina, Bank Negara Indonesia, PT. PLN Persero/Indonesia Power, PT Sumber Segara Primadaya dan PT. Solusi Bangun Indonesia, melalui Program Inkubator Bisnis Terintegrasi yang bertujuan memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM. Kegiatan meliputi asesmen kebutuhan, pelatihan manajemen usaha, pendampingan branding dan legalitas, serta fasilitasi pemasaran digital. Sebanyak 30 UMKM dari Binaan masing-masing perusahaan untuk mengikuti kegiatan ini.

Menurut Allen & Rahman (2017) Inkubator bisnis adalah *lembaga yang menyediakan dukungan komprehensif berupa fasilitas, pelatihan, konsultasi, mentoring, dan jejaring bisnis* dengan tujuan membantu usaha rintisan berkembang lebih cepat, lebih kuat, dan lebih berkelanjutan. Kegiatan inkubator ini merupakan bagian dari akselerasi dalam pertumbuhan UMKM yang berada di kabupaten Cilacap, kegiatan ini merupakan hasil kolaborasi dari 5 perusahaan besar yang memiliki visi dan misi dalam memajukan UMKM yang ada di kabupaten Cilacap. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan meliputi perancangan konsep PRA Inkubator melalui rekrutmen peserta dari para perusahaan, setelah peserta mendapatkan rekomendasi hasil kurasi, kemudian dilakukan tahapan ke-2 pelatihan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan rancangan kurikulum yang sudah dibentuk oleh Konsultan dan sudah dilakukan pemaparan kepada mitra. Kegiatan pelatihan sudah dilakukan pada bulan Mei dan akan selesai pada bulan Desember 2025. Silabus yang disusun terdiri 10 pelatihan yang dilaksanakan sampai dengan pada akhir tahun, dengan tema Pelatihan legalitas usaha (Halal, P-IRT, BPOM, HAKI), Analisis bisnis model canvas dan SWOT, Pelatihan kemasan produk, Pelatihan branding produk, Pelatihan pembuatan konten digital dan foto produk, Optimalisasi media sosial IV (TikTok), Optimalisasi marketplace (Shopee), On boarding melalui grabfood/gofood/shopeefood, Pembukuan laporan akuntansi standar, Manajemen operasional usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan materi pertama yang diberikan kepada UMKM berupa inventarisasi pada aspek kelembagaan. Menurut Hans Kelsen Teori Kepastian Hukum *Legal Certainty Theory* (2020), kepastian hukum berarti bahwa hukum harus memberikan struktur yang jelas dan dapat diprediksi. Perizinan usaha (NIB, Sertifikat Standar, Izin Usaha) memberikan kepastian hukum bahwa usaha diakui secara resmi, sehingga pelaku UMKM memiliki legitimasi dalam kegiatan ekonomi, akses pasar, dan perlindungan dari risiko hukum. Dalam hal ini UMKM akan diberikan fasilitas perijinan usaha dan sertifikasi standarisasi produk berdasarkan bidang usaha yang dimiliki. Setelah kelengkapan legalitas sudah terpenuhi para UMKM binaan diberikan pelatihan menganalisis bisnis dengan metode model bisnis canvas dan SWOT, Business Model Canvas (BMC) adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk menggambarkan, merancang, dan menganalisis model bisnis dalam satu lembar kanvas yang terdiri dari 9 blok utama. BMC membantu pelaku usaha melihat hubungan antar elemen

bisnis secara menyeluruh (*holistic view*) dan mempermudah proses inovasi, evaluasi, serta pengambilan keputusan Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2010) Business Model Canvas adalah kerangka kerja visual yang terdiri dari 9 komponen untuk menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan nilai, menyampaikan nilai, dan menangkap nilai dari pelanggan. Pengusaha UMKM akan diberikan kesempatan untuk melakukan analisa bisnis masing-masing untuk memudahkan dalam memahami potensi pasar dan permasalahan utama dalam pengembangan produk.

Pelatih ketiga para pengusaha UMKM sudah dibekali dengan pemahaman tentang branding dan kemasan produk, hal ini dilakukan untuk mendukung peningkatan daya saing dan inovasi produk. Kemasan (*packaging*) adalah wadah atau pembungkus yang digunakan untuk melindungi, menyimpan, dan menyajikan produk agar tetap aman, menarik, dan mudah didistribusikan kepada konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2018) Kemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk yang memiliki fungsi perlindungan, promosi, informasi, dan kemudahan penggunaan. Hasil dari pelatihan kemasan ini memberikan transformasi bagi kemasan yang sudah dibuat sebelumnya, untuk memberikan gambaran yang ideak tentang kemasan Tim Pengabdian mendatangkan Narasumber profesional dari Kemasan Banung, hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi UMKM untuk mengakses cetak kemasan sesuai dengan jenis bahan yang dibutuhkan. Selain itu para pengusaha UMKM dibuatkan konsep design kemasan yang lebih menarik dan elegan sehingga konsumen menjadi lebih loyal.

Pada pelatihan sesi 4 sampai dengan 7 materi difokuskan kepada Pelatihan branding produk, Pelatihan pembuatan konten digital dan foto produk, Optimalisasi media sosial IV (TikTok), dan Optimalisasi marketplace (Shopee). Hadirnya pelatihan ini memberikan dampak besar bagi UMKM, karena masalah terbesar bagi pengusaha UMKM adalah, kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam aspek pemasarannya. Secara harfiah Digital marketing merupakan upaya pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital seperti website, media sosial, email, dan mesin pencari untuk mencapai tujuan bisnis melalui perencanaan, implementasi, dan pengendalian strategi pemasaran online. Menurut Tuten & Solomon (2017) Digital marketing merupakan proses pemanfaatan media digital dan platform interaktif untuk memfasilitasi hubungan antara perusahaan dan konsumen serta meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Dalam realisasinya pengusaha UMKM Inkubator Bisnis, akan di dampingin oleh konsultan untuk memastikan bahwa materi-materi yang sudah diberikan oleh narasumber bisa diimplementasikan dalam dunia usaha. Salah satu bentuknya adalah dengan melakukan pendampingan kepada UMKM secara masif setiap materi yang sudah dilaksanakan, akan dilakukan pendampingan dalam bentuk viastasi ke lokasi produksinya UMKM.



Gambar 1. Tim Pengabdian Memberikan Materi Tentang Optimalisasi Digital Marketing.

Gambar 1. Merupakan kegiatan pelatihan dengan tema “Optimalisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding dan Penjualan UMKM melalui Platform Digital”. Materi ini tidak hanya sebatas teori tetapi praktek penggunaan digital marketing untuk menunjang pemasaran produk, salah satu materi yang diajarkan adalah optimalisasi Tiktok Shop, Tiktok Shop adalah fitur *social commerce* di platform TikTok yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk secara langsung melalui aplikasi TikTok. Melalui fitur ini, proses promosi, interaksi, dan transaksi dapat dilakukan

dalam satu ekosistem tanpa harus berpindah ke aplikasi lain. Menurut Kotler, Kartajaya & Setiawan (2021) Social Commerce Concept social commerce adalah bentuk pemasaran dan penjualan produk melalui integrasi media sosial dan fasilitas transaksi. TikTok Shop termasuk dalam kategori ini karena menggabungkan konten media sosial dengan aktivitas belanja. Hasil dari kegiatan ini Pengusaha UMKM sudah melakukan pembuatan account Toktok serta live tiktok secara langsung



Gambar 2. Memberikan Materi Tentang Cuan.

Gambar 1: Tim Pengabdian Memberikan Materi Tentang Cuan Tercatat, Usaha Selamat, dalam pelatihan ini para pengusaha UMKM akan diberikan pemahaman dalam penyusunan/pembuatan akuntansi standar hal ini dilakukan agar pengusaha UMKM bisa membedakan antara uang pribadi dengan uang perusahaan. Pencatatan laporan keuangan sangat penting dilakukan oleh UMKM karena bagian dari eksistensi usaha jangka panjang. Penyusunan laporan keuangan adalah proses pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran, dan penyajian informasi keuangan perusahaan secara sistematis berdasarkan standar akuntansi yang berlaku sehingga menghasilkan laporan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Menurut Kieso, Weygandt & Warfield (2018) Penyusunan laporan keuangan adalah rangkaian kegiatan mulai dari pencatatan hingga pelaporan yang bertujuan menyediakan informasi akuntansi yang relevan, andal, dan dapat dipahami pengguna. Kegiatan pelatihan berfokus kepada praktik penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi SIAPIK (Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) aplikasi ini merupakan pencatatan keuangan berbasis digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk membantu UMKM melakukan pencatatan transaksi secara sederhana, akurat, dan sesuai standar akuntansi. Hasil dari pelatihan ini UMKM sudah membuat account SIAPIK serta melakukan input laporan bulanan berdasarkan usaha masing-masing UMKM. Harapannya UMKM bisa menggunakan aplikasi ini dalam jangka waktu cukup panjang agar bisa memonitoring keuntungan usaha.

KESIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan berkolaborasi PLUT-KUMKM Kabupaten Cilacap serta keterlibatan 5 perusahaan yang ada di kabupaten Cilacap, seperti PT. Pertamina, Bank Negara Indonesia, PT. PLN Persero/Indonesia Power, PT Sumber Segara Primadaya dan PT. Solusi Bangun Indonesia, melalui Program Inkubator Bisnis Terintegrasi berjalan dengan lancar. Dalam proses kegiatan pelatihan para pengusaha UMKM dibekali dengan 10 Materi mulai dari Perijinan dan standarisasi produk, pemasaran produk berbasis digitalisasi sampai dengan penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi SIAPIK, pelatihan ini memberikan dampak positif bagi UMKM karena hadirnya Konsep Inkubator yang memberikan perubahan besar bagi pengembangan dan kemajuan UMKM yang ada di kabupaten Cilacap.

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat mempunyai beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama peserta Inkubator yang berasal dari binaan perusahaan tidak semuanya memahami

penggunaan teknologi, sehingga menghambat dalam penyerapan informasi/ilmu yang disampaikan oleh narasumber, permasalahan ke dua usia peserta tenan inkubator sebagian berasal dari kalangan usia 45 tahun sehingga orientasi kewirausahaan tidak begitu maksimal.

saran untuk kegiatan Inkubator Bisnis selanjutnya peserta yang berasal dari binaan perusahaan perlu melakukan kurasi secara ketat sehingga menghasilkan UMKM yang berkualitas, pengusaha UMKM yang siap belajar secara maksimal dan mampu menerapkan penggunaan teknologi untuk memajukan usaha. Peserta tenan inkubator perlu memberikan kesempatan bagi usia muda, karena memiliki semangat yang kuat dalam berwirausaha. Umkm yang tergabung dalam program Inkubator Bisnis, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa UMKM sudah mendapatkan perubahan pada aspek pengembangan usaha, inovasi produk ataupun pemasaran produk.

Referensi

- Gloria, M. (2023). Strategi Pengembangan Inkubator Bisnis Dalam Pendampingan Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 9 No.3.
- Harini, S. (2020). "Pengaruh Legalitas Usaha terhadap Akses Permodalan UMKM." *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Hakim, H., Alhakim, R., Pamikatsih, M., Ainur Latif, E., Suwono, S., Prasetyaningrum, D., & Rizky Wiranegara, A. (2024). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial, Penerapan Aplikasi Padi UMKM dan Digital Marketing sebagai Upaya untuk Meningkatkan Kemandirian dan Kemajuan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 195-205.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Laporan Tahunan Pengembangan UMKM*.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2018). *Intermediate Accounting*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Marzaman AP, H. W. (2020). Inkubator bisnis: strategi untuk meningkatkan kapasitas UKM berbasis makanan di Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Mubarak HA, B. M. (n.d.). *Critical activity of successful business incubation*. *International Journal*
- Pamikatsih, M., Ainur Latif, E., Alhakim, R., Pamungkas, M. R., Syafi'ah, S., & Hakim, H. (2024). Implementasi Program Transformasi Plut Kumkm Melalui Google My Business, Co-Working Space, Multimedia Spot, Dan Micro Classs Business Untuk Mendorong Usaha Mikro Naik Kelas Di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (Ampoen): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1087-1095
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). "The Business Model: Recent Developments and Future Research." *Journal of Management*.
- Suharti, L., & Suliyanto. (2012). "Pengaruh Legalitas dan Akses Pembiayaan terhadap Pertumbuhan UMKM." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Tambunan, Tulus T.H. (2019). *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang*. Jakarta: LP3ES
- Tiago, M. T. P., & Verissimo, J. M. (2014). "Digital Marketing and Social Media: Why Bother?" *Business Horizons*.
- Tuten, T., & Solomon, M. (2017). *Social Media Marketing*. Sage Publications.