

Strategi Pemilihan Lokasi Usaha yang Efektif untuk UMKM

Effective Business Location Selection Strategies for MSMEs

Isep Amas Priatna^{1a}, Rasyid Widada¹, Tohirin¹

^{1a}Universitas Pamulang; Jl. Suryakencana No. 1 Pamulang, e-mail: dosen01629@unpam.ac.id

(Diterima: 13-06-2025; Ditelaah: 30-07-2025; Disetujui: 11-08-2025)

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi UMKM di Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong sebagian besar terkait dengan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memilih lokasi usaha yang tepat, sehingga berpengaruh pada keberlanjutan dan daya saing usaha mereka. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menentukan lokasi usaha yang strategis. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas tahap persiapan (survei awal, studi pustaka, pemantapan program, dan penguatan tim), tahap pelaksanaan pelatihan, serta tahap evaluasi. Pelatihan dilakukan secara partisipatif dan kontekstual, dilengkapi dengan pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam menentukan lokasi usaha serta munculnya kesadaran akan pentingnya perencanaan lokasi sebagai faktor kunci dalam pengelolaan usaha. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak praktis, tetapi juga memperkaya teori tentang penguatan kapasitas UMKM berbasis lokal. Program ini dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa serta dikembangkan lebih lanjut melalui pendampingan berkelanjutan.

Kata kunci: Pengabdian kepada masyarakat, UMKM, lokasi usaha, pelatihan, strategi usaha.

Abstract

The problems faced by MSMEs in Kademangan Village, Serpong Subdistrict are mostly related to a lack of knowledge and skills in choosing the right business location, which affects the sustainability and competitiveness of their businesses. The purpose of this community service activity is to improve the understanding of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in determining strategic business locations. The implementation methods consist of a preparation phase (initial survey, literature review, program refinement, and team strengthening), a training implementation phase, and an evaluation phase. The training is conducted in a participatory and contextual manner, accompanied by pre-tests and post-tests to measure effectiveness. The results of the activity indicate an improvement in participants' understanding of selecting business locations, as well as an increased awareness of the importance of location planning as a key factor in business management. This activity not only has practical impacts but also enriches the theory on strengthening the capacity of locally-based SMEs. The program can be replicated in other regions with similar characteristics and further developed through ongoing mentoring.

Keywords: community service, MSMEs, business location, training, business strategy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi angka kemiskinan. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Namun demikian, meskipun jumlah dan kontribusinya besar, UMKM masih menghadapi beragam tantangan struktural, termasuk keterbatasan akses pasar, permodalan, serta rendahnya kapasitas manajerial dan strategi usaha.

Salah satu persoalan krusial yang kerap dihadapi UMKM adalah dalam hal pemilihan lokasi usaha. Lokasi yang tidak strategis seringkali menyebabkan rendahnya lalu lintas konsumen, keterbatasan visibilitas usaha, hingga kesulitan logistik dan distribusi barang. Penentuan lokasi yang tidak tepat tidak hanya berdampak pada rendahnya omzet, tetapi juga terhadap keberlanjutan usaha itu sendiri. Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM memilih lokasi usaha berdasarkan pertimbangan emosional atau kebiasaan, tanpa disertai analisis rasional berbasis pasar dan infrastruktur.

Kawasan Serpong, Tangerang Selatan, merupakan wilayah dengan potensi ekonomi tinggi seiring dengan pertumbuhan infrastruktur, kawasan pemukiman, dan pusat perbelanjaan yang pesat. Hal ini menjadikannya sebagai target lokasi usaha yang strategis bagi pelaku UMKM. Namun, kenyataannya banyak pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam menentukan lokasi yang optimal akibat keterbatasan informasi, keterampilan analisis pasar, dan akses terhadap teknologi pendukung seperti sistem informasi geografis (GIS). Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM di wilayah Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong, dalam strategi pemilihan lokasi usaha. Dosen-dosen dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang hadir memberikan edukasi dan pelatihan terpola yang relevan, sebagai respon terhadap permasalahan yang dihadapi mitra binaan.

Pemilihan lokasi usaha merupakan keputusan strategis dalam manajemen bisnis. Teori-teori klasik seperti Central Place Theory (Christaller, 1933) dan konsep Location Theory (Weber, 1929) menjelaskan bahwa lokasi yang optimal ditentukan oleh kedekatan dengan pasar, biaya transportasi, dan akses terhadap tenaga kerja. Dalam konteks UMKM modern, teori tersebut diperluas dengan pendekatan berbasis data dan teknologi digital, seperti pemanfaatan *Geographic Information System* (GIS), analisis kepadatan penduduk, dan tren konsumsi lokal (Porter, 1998; Ramaswamy & Namakumari, 2013). Hasil-hasil pengabdian sebelumnya (Putra et al., 2020; Lestari & Rahman, 2022) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan nyata mitra, terutama dalam aspek lokasi dan pemasaran, mampu meningkatkan omzet UMKM secara signifikan. Dalam studi kasus yang dilakukan di Bekasi dan Depok, UMKM yang mengikuti pelatihan strategi lokasi dan pemetaan pasar mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 25% dalam enam bulan setelah intervensi.

Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat yang konkret bagi pelaku UMKM, diantaranya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman UMKM mengenai pentingnya pemilihan lokasi usaha secara strategis, memberikan keterampilan praktis dalam menganalisis faktor-faktor lokasi usaha, seperti demografi, tingkat persaingan, dan aksesibilitas, mendorong pemanfaatan teknologi sederhana berbasis data dalam pengambilan keputusan usaha dan membantu menciptakan jaringan dan kerjasama antarpelaku UMKM serta dengan pihak eksternal seperti pemerintah daerah dan lembaga keuangan. Hasil yang ditargetkan dari kegiatan pengabdian ini diantaranya terbentuknya pemahaman strategis pelaku UMKM dalam memilih lokasi usaha, adanya perubahan perilaku dalam pengambilan keputusan lokasi usaha yang lebih berbasis data dan logika pasar, peningkatan omzet atau daya tarik usaha mitra UMKM pasca kegiatan pelatihan, dan rekomendasi kebijakan lokal terkait pengembangan lokasi usaha UMKM yang lebih kondusif dan terjangkau.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian keada masyarakat ini dirancang dalam bentuk kegiatan pelatihan partisipatif yang dilaksanakan secara langsung (tatap muka) kepada pelaku UMKM di Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong. Kegiatan dirancang dalam tiga tahapan utama, yaitu:

- Tahap Persiapan, yang mencakup survei awal dan identifikasi masalah, dilakukan untuk menggali kondisi riil yang dihadapi pelaku UMKM melalui wawancara informal, observasi langsung, dan diskusi bersama pihak kelurahan. Selanjutnya penentuan tema pelatihan, yang didasarkan pada hasil survei dan kebutuhan aktual mitra sasaran. Tema yang ditetapkan adalah “Strategi Pemilihan Lokasi Usaha yang Efektif untuk UMKM”. Kemudian diakhiri dengan studi pustaka, dilakukan untuk memperkuat dasar teori dan pendekatan pelatihan berbasis praktik. Terakhir adalah penguatan dan koordinasi tim PKM, termasuk pembagian tugas dan penjadwalan kegiatan.
- Tahap Pelaksanaan, yang mencakup pemberian *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal peserta. Dilanjutkan pelaksanaan sesi pelatihan interaktif dengan penyampaian materi, studi kasus, dan diskusi kelompok. Pemberian *post-test* untuk mengetahui peningkatan pemahaman setelah pelatihan. Terakhir pemberian penghargaan (*doorprize*) bagi peserta aktif sebagai motivasi.
- Tahap Evaluasi, meliputi evaluasi hasil pelatihan berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*. Evaluasi proses pelaksanaan kegiatan dan tindak lanjut pasca pelatihan berupa kunjungan langsung ke UMKM untuk mengamati sejauh mana materi pelatihan diterapkan.

Kegiatan ini melibatkan sekitar 25 pelaku UMKM sebagai peserta utama, yang diseleksi oleh pihak kelurahan berdasarkan keterkaitan dengan tema pelatihan dan kesediaan untuk aktif berpartisipasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi wawancara mendalam kepada Lurah dan staf kelurahan untuk mengidentifikasi masalah UMKM. Observasi langsung terhadap kondisi UMKM dan lingkungan usaha di

Kelurahan Kademangan. *Pre-test* dan *post-test* tertulis kepada peserta pelatihan untuk mengukur dampak kegiatan terhadap pengetahuan mereka. Diskusi kelompok saat pelatihan untuk menggali pengalaman dan persepsi peserta. Tinjauan lapangan pasca pelatihan, untuk melihat implementasi materi di lingkungan usaha peserta.

Sumber data dalam kegiatan ini adalah data primer yang didapat dari UMKM peserta pelatihan, aparatur kelurahan, dan hasil observasi langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi kelurahan, literatur relevan, dan data statistik lokal terkait UMKM di Serpong. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Data kualitatif dari wawancara dan diskusi dianalisis dengan pendekatan tematik, untuk mengidentifikasi pola masalah dan solusi yang relevan. Data kuantitatif dari *pre-test* dan *post-test* dianalisis menggunakan teknik perbandingan skor (*pre vs post*), untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Evaluasi lapangan dilakukan secara kualitatif melalui observasi langsung terhadap implementasi materi pelatihan oleh peserta dalam usaha mereka.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong telah berhasil dilaksanakan dengan keterlibatan aktif para pelaku UMKM. Survei awal menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Kademangan menghadapi kendala dalam memilih lokasi usaha yang strategis. Banyak pelaku usaha memulai usaha di tempat yang kurang prospektif karena minimnya analisis terhadap potensi pasar, aksesibilitas, dan daya beli konsumen. Selain itu, pelaku UMKM umumnya belum memiliki dasar pengetahuan dalam mempertimbangkan aspek lokasi sebagai faktor penting keberhasilan usaha.

Pelatihan dilaksanakan dengan total peserta sebanyak 25 orang UMKM dari berbagai sektor usaha, seperti makanan, minuman, jasa, dan kerajinan. Kegiatan pelatihan dilangsungkan selama satu hari penuh dengan agenda sebagai berikut:

- *Pre-test* dilakukan untuk mengetahui pengetahuan awal peserta terkait pentingnya lokasi usaha.
- Penyampaian materi yang disesuaikan dengan konteks lokal, termasuk pemetaan lingkungan usaha dan strategi pemilihan lokasi.
- Diskusi interaktif dan studi kasus yang memancing partisipasi peserta dalam menganalisis lokasi usaha masing-masing.
- *Post-test* dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta setelah pelatihan.
- Pemberian penghargaan kepada peserta teraktif sebagai bentuk motivasi dan penghargaan.

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa 72% peserta belum memahami indikator pemilihan lokasi usaha yang tepat. Namun, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan, dengan 88% peserta dapat menjawab dengan benar pertanyaan tentang faktor penentu lokasi usaha.

Evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan evaluasi internal, mencakup pengukuran peningkatan pemahaman melalui skor *pre* dan *post test*, serta efektivitas

metode pelatihan. Evaluasi lapangan, melalui kunjungan ke lima UMKM terpilih yang menunjukkan inisiatif untuk menerapkan materi pelatihan. Hasil kunjungan menunjukkan bahwa dua pelaku usaha telah memindahkan lokasi usaha ke tempat yang lebih strategis dengan pertimbangan akses konsumen dan visibilitas usaha, sementara tiga lainnya mulai merancang ulang pendekatan pemasaran berbasis lokasi.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menjawab permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong, yakni rendahnya pemahaman dalam menentukan lokasi usaha yang strategis. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha kecil yang ada di wilayah tersebut. Berdasarkan hasil pelatihan dan evaluasi, dapat ditarik beberapa poin pembahasan berikut:

Masalah yang teridentifikasi dalam survei awal, yaitu kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam memilih lokasi usaha yang tepat, terjawab melalui intervensi pelatihan. Peningkatan skor dari *pre-test* ke *post-test* menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait indikator pemilihan lokasi, seperti aksesibilitas, potensi pasar, persaingan sekitar, dan proyeksi pertumbuhan wilayah. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan singkat namun terfokus dapat memberikan dampak positif terhadap kapasitas manajerial pelaku usaha mikro.

Temuan utama dari kegiatan ini adalah bahwa meskipun sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya tidak memiliki dasar analisis lokasi usaha, mereka cukup cepat menangkap konsep-konsep baru ketika pendekatan pelatihan dilakukan secara kontekstual dan partisipatif. Tingkat partisipasi tinggi selama diskusi kelompok dan minat terhadap studi kasus mengindikasikan adanya kebutuhan laten untuk penguatan kapasitas di bidang perencanaan usaha. Selain itu, tindakan lanjutan dari beberapa pelaku UMKM yang memindahkan lokasi usaha setelah pelatihan menunjukkan bahwa penguasaan pengetahuan lokasi usaha dapat diterjemahkan ke dalam keputusan bisnis yang nyata dan berdampak langsung terhadap operasional mereka.

Hasil pengabdian ini memperkuat kajian sebelumnya mengenai pentingnya lokasi usaha dalam keberhasilan UMKM, sebagaimana dikemukakan oleh Porter (1998) dalam teori keunggulan kompetitif berbasis lokasi, serta Teixeira & Rotem-Mindali (2020) yang menekankan pentingnya konektivitas dan visibilitas usaha kecil di wilayah perkotaan. Penemuan bahwa UMKM membutuhkan pelatihan praktis dalam pengambilan keputusan strategis juga memperkuat teori Human Capital oleh Becker (1993), yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas individu dapat meningkatkan produktivitas usaha. Dalam konteks ini, pelatihan yang diberikan menjadi salah satu bentuk investasi modal manusia yang berdampak pada kualitas pengambilan keputusan usaha.

Dari hasil ini, muncul gagasan bahwa pendekatan pelatihan berbasis kontekstual-lokal (*local contextual training*) bisa menjadi kerangka baru dalam meningkatkan kapabilitas UMKM, terutama di daerah urban-periurban seperti Kelurahan Kademangan. Kerangka ini memodifikasi pendekatan klasik pelatihan bisnis yang cenderung generik, dengan menambahkan dimensi spasial dan sosio-kultural dalam proses pembelajaran. Model ini menekankan pentingnya pemetaan karakteristik lokal sebagai dasar desain

pelatihan, pelibatan otoritas lokal sebagai penguat legitimasi program, dan memberikan ruang praktik dan refleksi langsung dalam pelatihan. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menjawab masalah lapangan, tetapi juga menyumbangkan pembaruan pada pendekatan pelatihan UMKM berbasis lokasi dan konteks sosial masyarakat setempat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Kademangan, Kecamatan Serpong telah berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu rendahnya pemahaman dalam menentukan lokasi usaha yang strategis. Melalui pendekatan pelatihan berbasis partisipatif dan kontekstual, peserta pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan sebagaimana tercermin dari hasil *pre-test* dan *post-test*, serta tingginya antusiasme dalam sesi diskusi. Pelatihan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi lokal mampu memberikan dampak nyata terhadap pengambilan keputusan usaha kecil. Selain itu, hasil kegiatan ini memperkuat teori modal manusia dan pentingnya faktor lokasi dalam kesuksesan UMKM, serta memberikan kontribusi berupa model pendekatan pelatihan berbasis lokal-kontekstual sebagai bentuk modifikasi terhadap model pelatihan yang sudah ada. Dengan demikian, program pelatihan ini tidak hanya bermanfaat secara praktis bagi pelaku UMKM, tetapi juga memiliki nilai teoritis dan dapat direplikasi di wilayah lain yang memiliki karakteristik serupa. Keberlanjutan program dan pendampingan pasca pelatihan menjadi hal penting yang perlu dirancang lebih lanjut agar dampak pengabdian dapat dirasakan dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada Yayasan Sasmitajaya, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, Program Studi Manajemen Universitas Pamulang, Kantor Kelurahan Kademangan Kecamatan Serpong Tangerang Selatan dan kelompok UMKM Kelurahan Kademangan Kecamatan Serpong Tangerang Selatan yang telah membantu terlaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghliyah, S. P., & Rohman, A. (2024). Analisis Aspek Teknis Dan Operasional Pada Umkm Legen Ditinjau Dari Studi Kelayakan Bisnis. *Ekomadania: Journal of Islamic Economic and Social*, 8(1), 40-53.
- Amalya, N. T., Suleman, E., Priatna, I. A., Saprudin, U., & Supiandi, G. (2021). Menggali Potensi Diri untuk Menjadi Seorang UMKM Sukses di UMKM Gerai Lengkong, Ciater, Tangerang Selatan. *Dedikasi PKM*, 2(3), 331-336.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. *Ugm*

Press.

- Christaller, W. (1933). *Central Place Theory*. Jena: Gustav Fischer.
- Divanza, S. C., & Safitri, W. (2024). Implementasi Implementasi Strategi Lokasi UMKM Serabi Hijau Karang Sari Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 70-76.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33-42.
- Fardillah, F., & Zahrowain, M. Y. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Umkm Kota Tangerang (Studi Kasus Usaha Soto Daging Sapi "Mbah Man" Kondang Rasa). *Journal Industrial Manufacturing*, 8(2), 167-171.
- Fadli, F., Suryadi, S., Tanjung, A. F., Barmawi, B., Azzahra, A., & Mustika, J. (2023). Pendampingan pengembangan usaha UMKM baru dengan model bisnis canvas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2182-2188.
- Hasanuddin Remmang, S. E. (2021). *Perencanaan Bisnis UMKM*. Sah Media.
- Harahap, N. A., & Rahmat, M. (2022). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Sapu Lidi Dan Sapu Ijuk Di Kecamatan Tanjung Morawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 195-207.
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303-310.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis faktor pemilihan lokasi usaha jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, S., & Rahman, A. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat: Pelatihan Pemilihan Lokasi Usaha Berbasis Data Bagi UMKM di Depok. *Jurnal Abdi Masyarakat Ekonomi*, 5(2), 115-123.
- Nuraisyah, N., Farista, G., Salingkat, S. P., Adhitya, M. R., Rena, R., & Rahmadhani, A. (2025). PENGARUH LOKASI BISNIS TERHADAP PENDAPATAN DAN KEUNTUNGAN UMKM: STUDI KASUS BARUGA STREET FOOD PALU. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 118-121.
- Mardiansyah, D., Fikri, I., Fauziyah, N., Fridayanti, A., Andini, P., Arrahman, B., ... & Rapietri, J. F. D. (2023). Penambahan Lokasi UMKM dan tempat Umum Kedalam Geogle Maps Di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan Sumpur Kudus. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4849-4855.
- Prasetyo, Y., & Hidayat, A. (2020). Tantangan UMKM dalam Menentukan Lokasi Usaha: Studi Kasus di Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(1), 45-53.
- Priatna, I. A., Saprudin, U., & Sulaeman, E. (2022). DAMPAK KUALITAS SDM DALAM MENUNJANG KEBERHASILAN USAHA EKONOMI KREATIF. *SEPAKAT Sesi Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 74-80.
- Putra, D. R., Safitri, H., & Nugraha, E. (2020). Strategi Penguatan UMKM Melalui Pelatihan Lokasi Usaha dan Pemetaan Konsumen. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 50-58.

- Sari, W. P., & Obadja, N. N. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 439-449.
- Suganda, F. R., & Purnamasari, I. (2022). Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit. *Journal of Knowledge Management*, 16(1), 1-12.
- Supiandi, G., Priatna, I. A., Saprudin, U., Maduningtias, L., & Suleman, E. (2020). Pentingnya Melakukan Pemetaan Dan Segmen Pasar Dalam Penjualan Produk Koperasi Maestro 2012. *Dedikasi PKM*, 2(1), 38-43.
- Tarmizi, A. (2018). Strategi pemasaran UMKM: Literature review. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191-198.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Masalah dan Kebijakan Pemerintah*. Jakarta: LP3ES.
- Weber, A. (1929). *Theory of the Location of Industries*. Chicago: University of Chicago Press.
- Yusnita, E., Ramdani, Z., & Hadi, S. (2021). Penggunaan GIS untuk Penentuan Lokasi Strategis UMKM di Wilayah Urban. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputerisasi*, 7(1), 66-74.