

Efektivitas Program Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelolaan Bisnis UMKM di Jakarta Selatan

Novira Dian Antasari¹⁾, Iswahyudi²⁾, Zulhamdani³⁾

¹³Fakultas Sains dan Bisnis, Universitas Lia, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Liai Ageng Muhammad Besari, Ponorogo, Indonesia

Email: novira.antasari@gmail.com, iswahyudi.briliant@gmail.com, zulhamdani@universitaslia.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat yang berlangsung di Universitas LIA, dirancang untuk meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM melalui pelatihan, monitoring, dan evaluasi berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, dengan melibatkan 10 pelaku UMKM dalam pelatihan keuangan praktis, pemanfaatan aplikasi pencatatan sederhana, serta strategi pemasaran digital. Materi pelatihan keuangan menitikberatkan pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang kerap kali masih menjadi titik lemah bagi pelaku UMKM. Sesi pemasaran digital difokuskan pada pemanfaatan media sosial guna menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien. Berdasarkan hasil evaluasi, terlihat peningkatan signifikan pada kemampuan pencatatan keuangan, pemahaman pemisahan modal, serta aktivitas promosi melalui media sosial. Mayoritas peserta menyampaikan manfaat praktis dari pelatihan, seperti transaksi yang lebih teratur dan strategi promosi yang lebih terarah. Meski demikian, tantangan tetap muncul, terutama terkait konsistensi pencatatan keuangan dan waktu pelatihan yang dinilai singkat sehingga tidak semua materi dapat dibahas secara mendalam. Secara keseluruhan, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi pengelolaan bisnis UMKM. Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif jangka panjang, sangat disarankan adanya pendampingan lanjutan, pembentukan grup komunikasi antar pelaku UMKM, serta pelatihan lanjutan yang lebih intensif. Upaya ini penting agar pertumbuhan dan profesionalisme UMKM dapat terus terjaga dan berkembang.

Kata Kunci: Kompetensi Usaha, Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat, UMKM

The Effectiveness of Community Service Programs in Enhancing Business Management Competencies for MSMEs in South Jakarta

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy, yet many continue to struggle with financial management and marketing. This community service program, conducted by Universitas LIA, aimed to strengthen MSME business competencies through training, monitoring, and evaluation. Using a participatory approach, the program involved ten MSME owners in financial literacy workshops, simple accounting practices, and digital marketing strategies. The financial training emphasized the importance of systematic income and expense recording, while the marketing sessions focused on leveraging social media to expand market reach. Evaluation findings revealed significant improvements in participants' ability to separate business and personal finances, maintain more structured transaction records, and implement targeted promotional activities. Participants reported practical benefits, particularly in improved financial discipline and more effective marketing practices. Nonetheless, challenges persisted, including inconsistent bookkeeping and the limited duration of the training, which restricted in-depth coverage of all topics. Overall, the program demonstrated effectiveness in enhancing MSME management skills and highlighted the strategic role of higher education institutions in community empowerment. To ensure sustainability and broader impact, future initiatives should extend program duration, expand participant involvement, and integrate additional aspects such as access to finance and advanced digitalization.

Keywords: Business Competence, Community Service, Digital Marketing, Financial Literacy, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Menurut (Farisi et al., 2022), UMKM adalah salah satu bentuk usaha kecil yang memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi pilar penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Yolanda, 2024). Berdasarkan data dari Kadin Indonesia, menyebutkan bahwa Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), hingga 31 Desember 2024 mencatat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang beroperasi di Indonesia. Di Jakarta Selatan, UMKM berkembang pesat terutama di sektor kuliner dan perdagangan rumah tangga, namun masih menghadapi sejumlah tantangan dalam aspek manajerial maupun operasional.

Salah satu permasalahan utama UMKM adalah lemahnya pengelolaan keuangan. (Oktav et al., 2024) mengatakan bahwa permasalahan umum dalam pengelolaan keuangan UMKM meliputi perencanaan anggaran yang kurang matang, anggaran yang tidak jelas, serta laporan keuangan yang tidak konsisten atau bahkan tidak dibuat. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pencatatan manual yang sederhana, bahkan tidak jarang mencampurkan keuangan pribadi dengan modal usaha (Gifria Ningsih et al., 2023). Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam memantau arus kas, menghitung laba rugi, serta mengakses permodalan dari lembaga keuangan formal. (Nabil et al., 2025) mengatakan bahwa pemahaman akuntansi

pada UMKM dapat mendorong implementasi pembukuan yang baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan pelaku UMKM masih perlu ditingkatkan.

Selain itu, menurut (Sendy Pratama et al., 2024), keterbatasan pemanfaatan teknologi juga menjadi hambatan signifikan. Di era digital, strategi pemasaran melalui media sosial dan platform digital terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan (Afriani Afriani et al., 2025). Namun, banyak pelaku UMKM di wilayah perkotaan, termasuk Jakarta Selatan, belum optimal memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produknya. Sebagian besar masih mengandalkan pemasaran tradisional dari mulut ke mulut, sehingga sulit bersaing dengan usaha yang sudah lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi (Maharani & Hasibuan, 2024).

Pada pemberdayaan masyarakat, perguruan tinggi memiliki peran penting melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Program PkM dapat menjadi solusi dalam menjembatani kebutuhan UMKM terhadap ilmu pengetahuan, keterampilan manajerial, dan pemanfaatan teknologi (Friska et al., 2023). Universitas LIA Jakarta melalui program PkM berupaya memberikan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi terhadap pelaku UMKM di sekitar kampus.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di wilayah sekitar Universitas LIA Jakarta Selatan dalam meningkatkan kompetensi pengelolaan bisnis UMKM, khususnya pada aspek pengelolaan keuangan dan

pemasaran digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai peran pengabdian masyarakat perguruan tinggi dalam mendukung penguatan kapasitas UMKM, serta menjadi rujukan bagi pelaksanaan program sejenis di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan dirancang sebagai solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, antara lain kurangnya pemahaman mengenai pencatatan keuangan yang sistematis, terbatasnya akses terhadap teknologi pemasaran digital, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Sejalan dengan pernyataan (M. Masrukhan & Riska Khajiyah Isnaini, 2025), tantangan yang dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan pada pengelolaan pemasaran yang efektif.

Kegiatan yang dilaksanakan dalam program ini mencakup pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan berfokus pada dua aspek utama, yaitu pengelolaan keuangan sederhana dan pemasaran digital. Pada aspek keuangan, peserta dibekali dengan keterampilan menyusun laporan sederhana terkait uang masuk dan keluar, serta melakukan pencatatan menggunakan buku kas. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh (Wijaya, 2023), masih banyak UMKM yang mengandalkan metode konvensional dalam mengelola dan menjalankan usahanya. Sementara itu, pada aspek pemasaran, peserta dilatih untuk memanfaatkan teknologi seperti media sosial dan menerapkan strategi promosi yang efektif. (Yandra et al., 2024)

mengatakan bahwa teknologi dalam implementasi pemasaran adalah hal yang penting. Selain itu, program juga memberikan pendampingan langsung untuk memastikan pelaku UMKM dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh ke dalam pengelolaan bisnis sehari-hari (Pramiana & Suprpto, 2024).

Sasaran masyarakat dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM yang berada di sekitar Universitas LIA, Jakarta Selatan. Wilayah ini dipilih karena memiliki karakteristik penduduk yang heterogen dengan dominasi usaha kecil di sektor kuliner. Sebagian besar usaha dijalankan secara tradisional dan berbasis rumah tangga, dengan pengetahuan yang masih terbatas mengenai sistem pencatatan keuangan dan strategi pemasaran modern. Sejalan dengan kegiatan yang dilakukan oleh (Mujahidin & Nugroho, 2024), kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam pengelolaan usaha menjadi tantangan utama pada usaha rumahan. Kondisi ini menyebabkan banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam menghitung keuntungan maupun kerugian usaha karena tidak adanya pencatatan yang teratur (Alkamalat et al., 2024).

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif. Menurut (Yulian et al., 2022), pendekatan partisipatif yaitu pendekatan yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar materi yang diberikan benar-benar relevan dengan kebutuhan peserta, sekaligus mendorong mereka untuk langsung mempraktikkan keterampilan yang dipelajari.

Tahap pertama adalah perencanaan, yang dilakukan melalui survei awal dan wawancara dengan pelaku UMKM di sekitar Universitas LIA Jakarta Selatan.

Sesuai dengan yang dinyatakan oleh (Lesmana et al., 2024), wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi lebih mendalam terkait kebutuhan serta tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam memasarkan produk mereka. Menurut (Nashrullah et al., 2023), survei juga dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang mereka hadapi, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan. Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian melakukan pendampingan selama satu bulan melalui grup *WhatsApp*. Tahap ketiga adalah monitoring yang difokuskan pada penerapan materi pelatihan dalam praktik sehari-hari, seperti

kedisiplinan mencatat arus kas, pemisahan modal usaha dengan keuangan pribadi, serta strategi promosi digital. Tahap terakhir adalah evaluasi. Selanjut dengan penelitian yang dilakukan oleh (Melati, 2024), evaluasi dilakukan dengan mengundang kembali peserta untuk memeriksa hasil pencatatan keuangan dan mendiskusikan pengalaman mereka dalam menerapkan strategi pemasaran digital. (Muryadi, 2017) juga mengatakan bahwa evaluasi tidak hanya menilai ketercapaian tujuan program, tetapi juga mengidentifikasi kendala yang masih dialami peserta.

Adapun tahapan tersebut diringkas pada tabel Tabel 1.

Tabel 1 Alur Metode Pelaksanaan Program

Tahap	Kegiatan Utama	Output
Perencanaan	Survei awal dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan.	Materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta
Pelatihan	- Pengelolaan keuangan sederhana (buku kas & aplikasi). - Pemasaran digital melalui media sosial.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dasar UMKM.
Monitoring	Pendampingan 1 bulan melalui grup <i>WhatsApp</i> , diskusi kendala, serta pemberian panduan tambahan.	Peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan dan promosi digital secara mandiri.
Evaluasi	Pertemuan kembali dengan peserta untuk menilai hasil penerapan, membahas kendala, dan menyusun rekomendasi.	Penilaian efektivitas program serta masukan untuk pengembangan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilakukan pada hari Senin, 4 November 2024 dengan durasi masing-masing sesi adalah 60 menit termasuk diskusi tanya jawab. Pelatihan dibagi menjadi 3 (tiga) sesi utama, yaitu pelatihan

pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana menggunakan buku kas. Pada masing-masing sesi pelatihan juga diberikan Goodie bag agar peserta semangat mengikuti pelatihan.



Gambar 1 Pelatihan menggunakan aplikasi keuangan

Pada sesi pelatihan pemasaran digital, fokus utama adalah pada penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran yang efektif. Peserta diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital sederhana, seperti cara membuat konten yang menarik, membuat profil foto yang menarik, serta tips

memilih platform yang sesuai untuk menjangkau target pasar mereka. Selain itu, peserta pelatihan juga diajak langsung berdiskusi bagaimana pemasaran yang efektif bagi UMKM yang lebih banyak dilakukan oleh ibu rumah tangga dan penjualan dikerjakan dari rumah.



Gambar 2 Pelatihan Pemasaran Sederhana

Sesi terakhir dilakukan dengan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana menggunakan buku kas. Pada pelatihan ini, peserta dibagikan buku kas yang dapat digunakan untuk melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan keuangannya. Pada pelatihan ini dibahas mengenai

kendala utama para pelaku UMK dalam melakukan pencatatan keuangan, diantaranya adalah malas melakukan pencatatan, bercampurnya antara uang pribadi dengan modal usaha dan tidak cukupnya pengetahuan tentang bagaimana pencatatan yang baik dan sederhana.



Gambar 3 Pelatihan pengelolaan keuangan sederhana

Ketiga sesi ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana peserta diajak untuk aktif bertanya, berdiskusi, dan mempraktikkan materi yang disampaikan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap peserta memahami konsep yang diajarkan dan mampu menerapkannya dalam usaha mereka masing-masing. Pada pelatihan ini, terlihat bahwa peserta pelatihan antusias dengan semua sesi yang diadakan dengan banyaknya diskusi yang dilakukan sehingga waktu pelatihan mundur sekitar 30 menit dari seharusnya.

Selain itu, sebagai tindak lanjut dari pelatihan ini, setiap peserta diberikan panduan dalam bentuk modul digital yang dapat digunakan sebagai referensi saat mereka menghadapi kendala dalam praktik. Modul dibagikan melalui grup Whatsapp yang dibentuk sebagai umpan balik pembinaan setelah pelatihan. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan tidak

hanya memberikan manfaat jangka pendek tetapi juga mendukung pengembangan berkelanjutan bagi UMKM di wilayah sekitar Universitas Lia.

Kegiatan selanjutnya adalah monitoring yang dilakukan melalui grup Whatsapp bagi peserta yang berminat untuk mengikuti pembinaan satu bulan setelah pelatihan. Tahapan monitoring ini dimulai sejak selesai pelatihan hingga pasca pelatihan yaitu selama 1 (satu) bulan dengan fokus utama pada tiga aspek, yaitu pemahaman materi, penerapan pengetahuan, dan kendala yang dihadapi peserta dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Selama pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian masyarakat melakukan observasi terhadap keaktifan peserta, pemahaman terhadap materi, dan kemampuan mereka dalam mengikuti simulasi praktis, seperti penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan

buku kas dan penggunaan media sosial untuk promosi.

Program monitoring ini dirancang untuk memberikan pendampingan yang lebih intensif kepada peserta yang menunjukkan minat tinggi dalam mengembangkan usahanya dengan menerapkan pengetahuan pada pelatihan yang telah dilakukan. Peserta yang mengikuti tahap ini terdiri dari 7 (tujuh) peserta yang terdiri dari 2 (dua) dosen Universitas Lia dan 5 (lima) pelaku UMKM yang merupakan Ibu rumah tangga dan melakukan usahanya di rumah. Tahapan monitoring ini

melibatkan tim dosen pengabdian masyarakat untuk lebih detail dalam menjelaskan praktiknya melalui grup Whatsapp. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan materi yang telah diajarkan, seperti pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Tim mengamati setiap kegiatan peserta di grup dengan berdiskusi langsung tentang bagaimana melakukan pencatatan keuangan harian dan melakukan promosi digital. Selain itu juga dilakukan diskusi untuk mengidentifikasi kendala spesifik yang dihadapi oleh peserta dalam menjalankan usaha mereka.



Gambar 4 Diskusi peserta dan tim dalam grup Whatsapp

Sebagai bagian dari program pelatihan, monitoring juga mencakup pemberian panduan tambahan bagi peserta yang masih memerlukan bantuan teknis.

Contohnya, peserta yang menghadapi kesulitan dalam membuat pencatatan keuangan diberikan contoh format yang lebih sederhana dan sesuai dengan jenis

usahanya. Sementara itu, bagi peserta yang mengalami hambatan dalam pemasaran digital, tim memberikan pelatihan ulang secara singkat mengenai pembuatan konten promosi yang menarik serta pengelolaan akun media sosial.

Hasil dari monitoring ini menunjukkan bahwa sebanyak 7 (tujuh) orang peserta cukup konsisten melakukan pencatatan dengan buku kas dibandingkan menggunakan aplikasi keuangan. Bahkan melaporkan bahwa dengan disiplin melakukan pencatatan keuangan dengan baik, modal usaha dan keuangan pribadi mulai terlihat jelas. Selain itu, sekitar 80% peserta juga mengatakan dengan giat melakukan promosi dan memperbarui profile Whatsapp juga membantu meningkatkan penjualannya.

Namun, sekitar 30% peserta masih memerlukan pendampingan lebih intensif karena belum sepenuhnya mampu mengintegrasikan materi pelatihan dalam operasional bisnis mereka. Dalam kasus ini, tim dosen pengabdian memberikan saran-saran spesifik berdasarkan kebutuhan masing-masing peserta, misalnya menjelaskan ulang bagaimana cara mencatat hutang dan pembayaran DP yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa program pelatihan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi UMKM yang menjadi sasaran. Monitoring yang dilakukan secara langsung melalui grup Whatsapp ini menjadi sarana penting untuk memahami kebutuhan nyata dari pelaku UMKM serta menciptakan program pengabdian yang lebih relevan di masa depan. Dengan adanya tahapan monitoring ini, pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi juga memberikan dampak

jangka panjang melalui pendampingan yang berkesinambungan.

Tahap akhir dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah evaluasi yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program, capaian tujuan, serta dampak yang dihasilkan terhadap peserta UMKM di wilayah sekitar Universitas Lia, Jakarta Selatan. Evaluasi dilakukan dengan mengundang kembali peserta yang mengikuti tahap monitoring dan langsung memberikan evaluasi terhadap implementasi dari pelatihan yang telah dilaksanakan sebelumnya. Pada tahap ini memang dibatasi hanya setengah dari jumlah peserta pelatihan atau 5 (lima) orang saja sehingga evaluasi dapat berjalan intensif. Evaluasi dilakukan di hari Senin, 2 Desember 2024 dan undangan dikirimkan melalui grup Whatsapp.

Pada tahap evaluasi juga ditemukan sekitar 2 (dua) orang peserta yang masih belum memahami bagaimana cara pencatatan hutang dan uang yang masuk dengan cara bagi hasil kolaborasi usaha. Peserta juga melaporkan adanya peningkatan pengelolaan keuangan dan kemampuan mereka memasarkan produk secara digital. Hal ini menegaskan bahwa pentingnya program monitoring dan evaluasi sebagai bagian integral dari pengabdian masyarakat ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan pelaku UMKM di sekitar Universitas Lia sebagai peserta utama. Rangkaian kegiatannya meliputi pelatihan, monitoring, dan evaluasi. Kegiatan ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta

dalam pengelolaan keuangan sederhana serta pemasaran produk secara efektif.

Melalui pelatihan, peserta memperoleh pengetahuan praktis mengenai pencatatan keuangan sederhana, pentingnya memahami pemisahan uang pribadi dengan modal usaha, dan strategi pemasaran digital yang relevan dengan era teknologi saat ini.

Kegiatan monitoring dilakukan untuk memastikan implementasi materi pelatihan dan memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi peserta dalam praktiknya. Hasil monitoring menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil menerapkan teknik yang diajarkan, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Kegiatan evaluasi terlihat bahwa hal ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha peserta. Namun, evaluasi juga menunjukkan beberapa tantangan, seperti beberapa peserta kurang disiplin dalam melakukan pencatatan sehingga tidak tercapainya tujuan dari pelatihan. Hal ini menjadi masukan penting untuk pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan sederhana bagi UMKM di wilayah sekitar Universitas Lia, Jakarta Selatan. Keberhasilan kegiatan ini tampak dari beberapa pelaku UMKM lain yang ingin mengikuti pelatihan setelah melihat adanya perkembangan dari pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan ini. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi pengembangan UMKM disekitar Universitas Lia dan memberikan peluang kolaborasi lanjutan antara Universitas Lia dan pelaku UMKM untuk

menciptakan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan. Program selanjutnya disarankan agar dapat memeperpanjang durasi kegiatan serta menambahkan aspek pelatihan lainnya.

REFERENSI

- Afriani Afriani, Yuni Fatma Sari, Siti Hansyah Dewi Zai, Fanny Himla Rizqya Pasaribu, & Nurbaiti Nurbaiti. (2025). Strategi Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media Di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 361–374. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3754>
- Alkamalat, A., Nurmala Alvianti, S., Qomariyah, J., Yusuf Maulana, B., Reza Adiyanto, M., Raya Telang, J., Kamal, K., Bangkalan, K., Timur, J., & Penulis, K. (2024). Penerapan Pencatatan Keuanagn Sederhana pada UMKM Elf's Cake. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7), 3031–5220.
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Friska, S. Y., Khotimah, S., Ferdinal, A., & Sukmawati. (2023). PKM Pendampingan dan Penyuluhan Kemampuan Kewirausahaan sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat melalui UMKM Budidaya Ternak Bebek Zainal. *Journal of Human and Education*, 3(2), 566–573.
- Gifria Ningsih, Eni Indriani, & Adhitya Bayu Suryantara. (2023). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM): Apa Saja Faktor Penghambatnya? *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(2), 70–85. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i2.6>

- Lesmana, A., Astuty, K., Nurzam, N., & Wagini, W. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Memasarkan Penjualan Mie Ayam dan Bakso Ananda di Desa Durian Demang. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 3(2), 275–280. <https://doi.org/10.37676/jdun.v3i2.6589>
- M. Masrukhan, & Riska Khajiyah Isnaini. (2025). Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 282–300. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1630>
- Maharani, D., & Hasibuan, R. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital pada UMK di Desa Sumbang Purwokerto untuk Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar. *ABDI MAKARTI*, 3, 130. <https://doi.org/10.52353/abdimakarti.v3i2.730>
- Melati, D. (2024). Evaluasi Pelaksanaan Magang Mahasiswa Vokasi untuk Peningkatan Kualitas Program Magang di Kampus Politeknik Jakarta Internasional. *ECo-Fin*, 6(2), 290–302. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i2.1265>
- Mujahidin, G., & Nugroho, I. A. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Home Industry untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ibu Rumah Tangga di Desa Karangpatihan Pemberdayaan ekonomi berbasis industri rumahan (home industry) merupakan salah satu pendekatan yang terus berkembang untuk meningkatkan k. *Mujahada: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(2), 74–93.
- Muryadi, A. D. (2017). Model Evaluasi Program dalam Penelitian Evaluasi. *Jurnal Ilmiah PENJAS*, 3(June), 1–14.
- Nabil, F. H., Pratama, M. A., Ananda, Y. T., Putra, A. M., & Rodiah, S. (2025). Pentingnya Edukasi TERkait Pembukuan bagi Pelaku UMKM: Studi Kasus Radja Parfum Panam Pekanbaru. *Musyteri: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 22(11). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (M. Tanzil Multazam (ed.); 1st ed.). UMSIDA Press.
- Oktav, R. L., Suci, W., & Rahmi, A. (2024). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Keberhasilan UMKM: Kajian Berdasarkan Hasil Penelitian Terkini. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research*, 3(2), 86–100. <https://doi.org/10.61291/ykqeqg49>
- Pramiana, O., & Suprpto, S. (2024). Pendampingan Strategi Digital Marketing dan Manajemen Usaha untuk UMKM Desa Kampungbaru Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 605–611. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i3.869>
- Sendy Pratama, Thara Yuniar, Wishal Putra Hendrawan, & Indah Noviyanti. (2024). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 50–60. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3046>
- Wijaya, A. S. G. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajerial. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 2023.
- Yandra, R., Mahfudnurnajamuddin, M., & Suriyanti, S. (2024). Implementasi Teknologi dalam Manajemen Pemasaran Pendidikan: Tantangan dan Peluang. *Journal of Education*

- Research*, 5(2), 2008–2024.
<https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1071>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.
<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yulian, J., Ahmad Adi, S., & Siti Rachmi, I. (2022). Pendekatan Partisipatif Jdalam Program Bahari Sembilang Mandiri Sebagai Upaya Peningkatan Inisiatif Lokal. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(7), 496–504.
<https://doi.org/10.58344/locus.v1i7.168>