

PEMBERDAYAAN UMKM: PENDAMPINGAN PEMBUKUAN AKUNTANSI SEDERHANA DAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING

EMPOWERING MSMEs: TRAINING AND ASSISTANCE WITH SIMPLE ACCOUNTING AND DIGITAL MARKETING OPTIMIZATION

Saepul Anwar^{1a}, Syaima Lailatul Mubarakah¹, Restu Purwaningtyas¹, Fitra Weli¹

¹Universitas Djuanda, Indonesia

^aKorespondensi: Saepul Anwar, E-mail: saeful.anwar@unida.ac.id

(Diterima: 30-09-2024; Ditelaah: 02-10-2024; Disetujui: 10-12-2024)

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises are one of the pillars of the national economy, among the problems of most MSME players are the absence of financial records and the lack of use of digital marketing in their business activities, so the aim of this service is to provide understanding to Recxy Collection MSMEs about the importance of the accounting bookkeeping process in governance. MSME finance and also related to the use of digital marketing related to marketing strategies for business activities. Methodically, it is carried out directly in the field to carry out surveys, observations, discussions and documentation to find out the problems faced by MSME players. The results of this service activity show that there has been an increase in partners' understanding of the urgency and technicalities of bookkeeping and preparing financial reports for MSME business activities and also the use of digital marketing aspects.

Keywords: Digital Marketing, Simple Accounting, Training, Mentoring, MSMEs.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu pilar perekonomian nasional yang diantara permasalahan sebagian besar pelaku UMKM adalah tidak adanya pencatatan keuangan dan kurangnya pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan usahanya sehingga tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada UMKM Recxy Collection tentang pentingnya proses pembukuan akuntansi pada tatakelola keuangan UMKM dan juga terkait dengan pemanfaatan digital marketing terkait strategi pemasaran kegiatan bisnis. Secara metode dilakukan dengan langsung di lapangan untuk melakukan survei, observasi, diskusi, dan dokumentasi untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman mitra tentang pemahaman urgensi dan teknis pembukuan dan penyusunan laporan keuangan bagi kegiatan bisnis UMKM dan juga pemanfaatan aspek digital marketing.

Kata Kunci: Akuntansi Sederhana, Digital Marketing, Pelatihan, Pendampingan, UMKM.

Anwar, S., Mubarakah, S. L., Purwaningtyas, R., & Weli, F. (2024). Pemberdayaan UMKM: Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 319–327. <https://doi.org/10.30997/qh.v10i3.16253>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan nilai tambah bagi produk lokal. Pada kondisinya di lapangan UMKM juga dapat menjadi sumber untuk menciptakan kesejahteraan bagi khalayak masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran. Oleh karena itu, perlu diperhatikan beberapa aspek yang cukup fundamental dalam tatakelolanya agar dapat terus berjalan dan berkembang (Lestari dkk,2023).

Secara statistik Kontribusi UMKM bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sangat besar yakni berperan penting dalam perekonomian yang berkontribusi sekitar 60 persen dari PDB dan sekitar 99 persen dari jumlah usaha yang ada di Indonesia. Selain itu juga UMKM juga menyumbang sekitar 84 persen dari total tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi UMKM bagi peningkatan PDB tercermin dalam peningkatan nilai tambah yang diciptakan oleh UMKM. Nilai tambah ini merupakan jumlah keuntungan yang didapatkan oleh UMKM dari produksi yang dihasilkan. Dengan jumlah nilai tambah yang lebih besar, UMKM dapat memberikan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Rahmadani dkk, 2023).

Diantara permasalahan sebagian besar pelaku UMKM adalah tidak adanya pencatatan keuangan yang mengakibatkan ketidakmampuan pelaku usaha dalam melakukan pengelolaan keuangan dalam kegiatan usahanya, selain itu juga masalah lain yang sangat mendasar dan urgen adalah terkait dengan tingkat pemahaman dan kemampuan teknis dalam pemanfaatan digital marketing dalam hal pemasaran produk yang dihasilkan dari UMKM.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya terkait dengan pelatihan dan pendampingan akuntansi sederhana

sebagaimana yang dilakukan oleh Hakiki et al (2021) dan Andayani et al (2022) yang menyimpulkan bahwa pemberian pendampingan pengenalan akuntansi dapat meningkatkan pengetahuan UMKM akan pencatatan akuntansi pada pemilik UMKM agar pengelolaan keuangannya menjadi semakin mudah yang diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang didalam usaha agar lebih mudah mendapatkan informasi keuangan yang akurat dan andal yang berguna dalam proses pengambilan keputusan usaha.

Terkait optimalisasi digital marketing, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa UMKM merupakan ujung tombak perekonomian Indonesia yang diharapkan dengan dapat meningkatkan penjualan mereka dengan teknologi informasi (Zuniarti dkk,2023).

Alasan sebelumnya sangat rasional mengingat saat ini masyarakat mengalami ketergantungan terhadap teknologi informasi khususnya dalam hal penggunaan media sosial untuk mendukung aktivitasnya sehari-hari, sehingga fenomena ini menjadi menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk dapat melakukan promosi dan pemasaran secara digital (Dewi dkk,2020).

Peranan media sosial ini memiliki potensi untuk membantu UMKM dalam memasarkan barang dan jasa, selain itu media sosial telah membantu UMKM untuk dapat tetap bertahan dalam memasarkan produknya. Sehingga agar dapat mengikuti arus digitalisasi, pelaku usaha harus memiliki kemampuan baru seperti digital marketing karena beberapa bisnis secara bertahap beralih dari sistem pemasaran konvensional ke pemasaran modern (Uva dkk,2023).

Salah satu UMKM yang terdapat di wilayah Desa Cinagara adalah UKM Recxy Collection yang bergerak di bidang jasa pembuatan konveksi pakaian, dimana salah satu permasalahan yang terjadi pada UMKM tersebut adalah rendahnya tingkat pemahaman akan manajemen atau tatakelola dalam mengelola usaha yang dalam hal ini adalah unit Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) yang salah satu komponennya adalah terkait dengan tatakelola pembukuan keuangannya. Rendahnya tingkat kesadaran dan pemahaman akan pembukuan keuangan atau akuntansi sederhana ini sangat berhubungan dengan rendahnya pengetahuan dan pengembangan mengenai pembukuan akuntansi yang diperoleh secara mandiri melalui Pendidikan atau didapat dari kegiatan pendampingan dan pembinaan yang seharusnya dapat menambah pengetahuan terkait pengelolaan keuangan yang berkaitan dengan pendapatan dan biaya para pelaku UMKM.

Permasalahan lainnya yang terdapat pada UKM Recxy Collection adalah berdasarkan informasi hasil dari observasi dan wawancara awal adalah ditemukan hambatan yang dialami yakni permasalahan dalam hal memasarkan hasil produk dari UMKM. Informasi yang didapat pada saat observasi ditemukan bahwa sistem pemasaran yang digunakan masih tradisional yakni dengan strategi pemasaran "*mouth of mouth*" (dari mulut ke mulut). Mitra juga sama sekali tidak mengetahui analisis pasar dan tingkat persaingan antar pasar, serta mitra tidak tahu pemasaran dan penjualan secara digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek pemasaran pada produk UKM Recxy Collection masih lemah dikarenakan masih menggunakan pendekatan tradisional dan jauh dari sentuhan digitalisasi atau kita kenal dengan istilah digital marketing (Kusuma dkk, 2022), kondisi seperti ini menyebabkan aspek pemasaran UKM Recxy Collection belum berkembang dengan cepat, sulit mendapatkan akses jangkauan dan pangsa pasar yang lebih luas sehingga potensi perkembangan usaha pada UMKM terkendala.

Berdasarkan latar permasalahan sebagaimana telah dijelaskan, maka Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk:

- a) memberikan wawasan ilmiah kepada UKM Recxy Collection tentang pentingnya proses pembukuan akuntansi pada

- b) Membantu UKM Recxy Collection dalam memberikan pencerahan terkait manajemen keuangan yang baik terutama dalam peningkatan laba;
- c) Mendampingi UKM Recxy Collection dalam pendampingan proses pencatatan berkelanjutan agar terciptanya UMKM yang unggul dan memiliki daya saing dan mutakhir dalam hal teknologi;
- d) memberikan pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing terkait strategi pemasaran menggunakan pendekatan digital.

MATERI DAN METODE

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) secara metode terjun langsung ke lapangan untuk melakukan survei, observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Setelah diketahui masalah, selanjutnya disusun beberapa kegiatan dalam rangka untuk menambah pemahaman agar mitra UMKM dapat keluar dari permasalahan yang dihadapi. Dampak dari kegiatan tersebut dapat diukur keberhasilannya dengan cara mitra UMKM mengisi kuesioner pre test mulai dari sebelum adanya pelatihan dan kuesioner post test setelah dilakukan pelatihan (Gatot dkk, 2020).

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan mitra sebagaimana yang digunakan sebelumnya oleh (Manap dkk, 2023) pada objek pengabdian yaitu UKM Recxy Collection yaitu terkait dengan peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan dan pemasaran digital (*Digital Marketing*) melalui pendampingan digitalisasi marketing dan pendampingan pencatatan akuntansi tata kelola keuangan UMKM. Adapun tahapan-tahapan PKM yang dilakukan sebagaimana mengacu pada pengabdian sebelumnya seperti (Wantoro dkk, Buyung dkk, Kurniawan dkk, 2022) ini dapat diuraikan dalam beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi Permasalahan: Tahap pertama adalah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu UKM Recxy Collection terkait

peningkatan kualitas produk dan pemasaran digital (Digital Marketing), identifikasi permasalahan dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur untuk memahami secara menyeluruh situasi dan kondisi di mitra.

2. Penyusunan Rencana Solusi: Setelah identifikasi permasalahan dilakukan, langkah berikutnya adalah menyusun rencana solusi yang akan dilaksanakan. Rencana solusi ini didasarkan pada analisis situasi mitra dan mengakomodasi kebutuhan dan harapan mitra. Rencana solusi ini mencakup berbagai kegiatan seperti pelatihan, workshop, pendampingan secara teknis dan sebagainya.
3. Pelaksanaan Program: Setelah rencana solusi disusun, langkah selanjutnya adalah melaksanakan program pengabdian masyarakat sesuai dengan rencana yang telah disusun. Pelaksanaan program harus melibatkan partisipasi aktif dari mitra, yaitu UKM Recxy Collection pada setiap tahap kegiatan. Selama pelaksanaan program, tim pengabdian masyarakat bekerja sama dengan mitra untuk mengimplementasikan solusi yang telah ditawarkan, seperti mengadakan pelatihan pendampingan pemanfaatan digital marketing, mengaplikasikan pemasaran digital, pelatihan pembuatan produk dari olahan buah pala, memberikan pendampingan secara teknis, dan sebagainya, pada tahapan ini juga dilakukan penyebaran angket secara kuesioneri dalam bentuk pre test sebelum kegiatan dan post test setelah kegiatan bimbingan teknis atau pelatihan dan pendampingan.
4. Evaluasi Pelaksanaan Program: Setelah program selesai dilaksanakan, langkah berikutnya adalah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program dengan penilaian angket post test kepada audiens pelaku UMKM. Kegiatan evaluasi ini dapat dilakukan dengan mengukur sejauh mana pencapaian tujuan

program, menilai efektivitas solusi yang telah diterapkan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, dan merumuskan rekomendasi untuk perbaikan program di masa depan. Evaluasi ini akan melibatkan partisipasi aktif dari mitra, yaitu UKM Recxy Collection untuk mendapatkan masukan dan umpan balik yang berharga dan bermanfaat untuk selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan penyelesaian masalah yang dilakukan dalam PKM ini adalah penyampaian materi tentang penjelasan manfaat penyusunan Laporan Keuangan sederhana kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya UKM Recxy Collection. Materi pertama yang disampaikan adalah terkait dengan Pengelolaan & Pembukuan Keuangan Sederhana UMKM yang berisikan muatan tentang permasalahan yang lazim terjadi pada UMKM berkaitan dengan pembukuan keuangan, pengertian dan klasifikasi biaya dan bagaimana metode penentuan harga pokok dan penjualan, terakhir seputar pengertian dan jenis Laporan Keuangan Sederhana pada UMKM, Akun-akun yang ada di dalam Laporan keuangan dan proses akuntansi lainnya yang dimulai dari pencatatan transaksi usaha dari dokumen sumber ke jurnal sampai proses penyusunan Laporan Keuangan. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian sesi kedua materi terkait dengan digitalisasi UMKM untuk dapat meningkatkan daya saing yang terdiri dari muatan tentang pengertian dan nilai urgensi dari Digital marketing bagi UMKM sampai kepada strategi pemanfaatan dan implementasi penerapan digital marketing bagi UMKM, rancangan atau kerangka material bahan substansi ini berdasarkan hasil sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Farhan dkk (2020), Khalossa dkk (2023), Widhiastuti dkk (2023), Darmawan dkk (2021), Rahmi (2021), Kurniawan & Sheng (2023).

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan tatap muka pada hari Rabu, tanggal 6 November 2024, mulai jam 9.00 pagi sampai selesai yang merupakan waktu luang peserta pelatihan PKM, bertempat di lokasi UKM Rexcy Collection di Desa Cinagara Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diikuti oleh 15 peserta para Usahawan UMKM khususnya pada Rexcy Collection. Pelatihan PKM ini dilakukan oleh Dosen FEB Universitas Djuanda (UNIDA) yaitu Pembicara atau pemberi Materi Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana adalah Saepul Anwar dibantu oleh 2 mahasiswa FEB UNIDA yang dilakukan secara Tatap muka (offline).

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pencatatan akuntansi sederhana dan

pemanfaatan digital marketing terlaksana dengan lancar dan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Proses pelaksanaan pelatihan dimulai dengan wawancara dengan mitra untuk mengetahui kondisi pemahaman pelaku UMKM akan pencatatan akuntansi sederhana dan pemanfaatan digital marketing yang dilakukan dengan luring dan membagikan kuesioner pre-test sebelum pelatihan pencatatan akuntansi diberikan. Skala pada kuisisioner 1 sampai dengan 3. Skala 1 untuk menyatakan tidak setuju dan 3 untuk menyatakan setuju terhadap pernyataan kuesioner yang ditanyakan kepada peserta yang hadir sebanyak 15 peserta yang hadir. Adapun hasil perhitungan dari tanggapan responden dalam bentuk kuesioner pre test sebagaimana tercantum pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Perhitungan Kuesioner Pre-Test

No	Item	Rata-Rata
1	Pemahaman yang sering dihadapi Pelaku UMKM	1,8
2	Pemahaman Penggolongan Biaya	1,3
3	Pemahaman Penentuan HPP dan Harga Jual	1,3
4	Pemahaman Jenis-jenis Transaksi dan Laporan Keuangan pada UMKM	1,3
5	Pemahaman Buku Besar dan Fungsi Laporan Keuangan pada UMKM	1,3
6	Pemahaman Definisi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	1,3
7	Pemahaman Jenis-jenis Digital Marketing yang Dimanfaatkan UMKM	1,3
8	Pemahaman Fungsi dan Manfaat Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	1,3
9	Pemahaman Langkah Penggunaan dan Pemanfaatan Media Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	1,3
10	Pemahaman Tatacara Mengelola Media Digital Marketing bagi Keberlangsungan UMKM	1,3

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa peserta rata-rata belum mengetahui tentang pemahaman terkait akuntansi pada kegiatan usaha mereka. Hal ini terlihat dari jawaban peserta yang menyatakan mayoritas tidak paham pada pertanyaan terkait pemahaman pencatatan akuntansi. Selain itu mayoritas peserta juga masih belum paham secara jelas terkait digital marketing dan bagaimana upaya optimalisasinya. Mengingat masih rendahnya tingkat pemahaman dan teknis pelaku umkm terkait dengan pencatatan

akuntansi dan optimalisasi digital marketing maka indikator keberhasilan capaian peserta dalam kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai akuntansi dan laporan keuangan serta pemanfaatan digital marketing (Prihastuti et al., 2020).

Tahapan selanjutnya setelah peserta melakukan pengisian kuesioner pre-test, tim pengabdian kepada masyarakat memaparkan materi mengenai konsep dasar akuntansi dan pentingnya laporan keuangan bagi kegiatan bisnis dan

pengembangan usaha, selain itu juga disampaikan materi terkait optimalisasi pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM. Pemaparan materi pada kegiatan pengabdian ini dipandu oleh pembawa acara dan juga moderator yang diisi oleh salah satu dari anggota tim pengabdian dari mahasiswa yaitu Restu Purwaningtyas. Jalannya materi pertama yang disampaikan adalah terkait dengan Pengelolaan & Pembukuan Keuangan Sederhana UMKM yang berisikan muatan tentang permasalahan yang lazim terjadi pada UMKM berkaitan dengan pembukuan keuangan, pengertian dan klasifikasi biaya dan bagaimana metode penentuan harga

pokok dan penjualan, terakhir seputar pengertian dan jenis Laporan Keuangan Sederhana pada UMKM, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian sesi kedua materi terkait dengan digitalisasi UMKM untuk dapat meningkatkan daya saing yang terdiri dari muatan tentang pengertian dan nilai urgensi dari Digital marketing bagi UMKM sampai kepada strategi pemanfaatan dan implementasi penerapan digital marketing bagi UMKM. Bentuk dokumentasi kegiatan penyampaian materi pada pengabdian ini disajikan pada gambar 1 dan diakhiri dengan sesi foto Bersama yang ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 1. Dokumentasi Penyampaian Materi pada kegiatan pengabdian



Gambar 2. Dokumentasi Sesi Foto Bersama dengan peserta kegiatan pengabdian

Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta akan materi yang telah disampaikan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan cara membagikan kuesioner post-test sebagaimana tercantum pada tabel 2 hasil rekapan kuesioner post-test.

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner post-test sebagaimana terlampir pada tabel

2 dan dibandingkan dengan kuesioner pre-test pada tabel 1 sebelumnya dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pemahaman tentang proses pencatatan akuntansi sederhana dan pemanfaatan digital marketing pada peserta pengabdian. Hal ini terlihat dari hasil jawaban yang diberikan oleh peserta mayoritas memberikan jawaban ya paham atas pertanyaan positif terkait pemahaman

pencatatan akuntansi sederhana dan pemanfaatan aspek digital marketing bagi pelaku UMKM khususnya pada Rexcy Collection. Selain itu, peserta pengabdian juga memberikan saran dan masukan kepada tim pengabdian masyarakat agar kegiatan seperti ini dapat bersifat berkesinambungan atau berkelanjutan sebagai wujud sinergi dan kolaborasi antara pihak perguruan tinggi dengan masyarakat khususnya dalam hal membantu berbagai permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM diantaranya yaitu terkait aspek pencatatan keuangan dan pemanfaatan digital marketing.

Dengan demikian maka kegiatan atau program pengabdian ini memberikan dampak pada para pelaku UMKM khususnya pada UMKM Rexcy Collection dalam hal peningkatan pemahaman urgensi dan teknis pembukuan dan penyusunan laporan keuangan bagi kegiatan bisnis UMKM , selain itu para pelaku UMKM juga memahami dengan baik tentang pentingnya pemanfaatan aspek digital marketing dan bagaimana upaya mengoptimisasinya dengan baik.

Tabel 2 Hasil Perhitungan Kuesioner Post-Test

No	Item	Rata-Rata
1	Pemahaman yang sering dihadapi pelaku UMKM	2,8
2	Pemahaman Penggolongan Biaya	2,7
3	Pemahaman Penentuan HPP dan Harga Jual	2,7
4	Pemahaman Jenis-jenis Transaksi dan Laporan Keuangan pada UMKM	2,7
5	Pemahaman Buku Besar dan Fungsi Laporan Keuangan pada UMKM	2,7
6	Pemahaman Definisi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	2,5
7	Pemahaman Jenis-jenis Digital Marketing yang Dimanfaatkan UMKM	2,7
8	Pemahaman Fungsi dan Manfaat Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	2,7
9	Pemahaman Langkah Penggunaan dan Pemanfaatan Media Digital Marketing bagi Pelaku UMKM	2,7
10	Pemahaman Tatacara Mengelola Media Digital Marketing bagi Keberlangsungan UMKM	2,7

KESIMPULAN

Berdasarkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman mitra tentang pemahaman urgensi dan teknis pembukuan dan penyusunan laporan keuangan bagi kegiatan bisnis UMKM dan juga pemanfaatan aspek digital marketing. Mitra pengabdian yang sebelumnya kurang memahami tentang pentingnya akuntansi keuangan sederhana dan optimalisasi digital marketing menjadi paham dengan tahapan pencatatan yang dapat menghasilkan laporan keuangan yang benar. Mitra juga berharap agar diberikannya pelatihan lanjutan terkait dengan manajemen keuangan untuk dapat

digunakan menganalisis laporan keuangan yang dihasilkan sehingga mitra mengambil keputusan strategis dikemudian hari bagi keberlangsungan dan perkembangan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pihak Universitas Djuanda yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini baik dari segi pembiayaan maupun dukungan kerjasama yang dilakukan dengan mitra sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar dan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, E., Astuti, W. A., & Prasetyani, E. (2022). Pendampingan Pengenalan Akuntansi Sederhana UMKM Berbasis Android. *Bisma: Bimbingan Swadaya Masyarakat*, 2(1), 108-116.
- Buyung, I., Munir, A. Q., Sabdullah, M., & Listyalina, L. (2022, August). Tahapan Pengabdian Masyarakat: Aplikasi Alat Penerangan dengan Memanfaatkan Teknologi Solar Cell. In *Prosiding Seminar Nasional Teknik Elektro, Informatika & Sistem Informasi (SINTaKS)* (Vol. 1, No. 1, pp. 102-104).
- Darmawan, A., Triandi, T., & Roup, A. (2021). Penerapan SAK EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Untuk UMKM Menggunakan Aplikasi Ms. Excel: Studi Kasus Pada Cv Sumber Niaga. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 159-178.
- Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. (2020). Dimensi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Wilayah Boyolali Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *ProBank*, 5(1), 36-44.
- Farhan, M., Novriansa, A., Kalsum, U., & Mukhtaruddin, M. (2020). Pengenalan Akuntansi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 47-54.
- Gatot, M., Hamdani, I., & Maulana, A. (2020). Optimalisasi Penerangan Jalan Umum (Pju) Dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Griya Cekatan Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan Masyarakat Dan Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM). *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 50-64.
- Hakiki, A., Yusnaini, Y., & Khamisah, N. (2021). Pendampingan Implementasi Aplikasi Sistem Informasi Akuntansi pada UMKM di Desa Kerinjing, Ogan Ilir, Sumatera Selatan. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 125-132.
- Khallossa, A., & Wulandari, I. (2023). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Pelaku UMKM Omah Jamu Jati Husada Mulya Sedayu Bantul Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 983-988.
- Kurniawan, R., Tarantang, J., Akbar, W., Hakim, S., Sukmana, E. T., & Hafizi, R. (2022). Literasi Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Bukukas Pada Umkm Di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(1), 35-52.
- Kurniawan, K. D., & Sheng, S. Y. (2023). The Peningkatan Kapasitas Usaha Konveksi Melalui Legalisasi Usaha dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 4(3), 273-28.
- Kusuma, V. A., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. (2022). Strategi digital marketing pada usaha mikro dan menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi rakyat. *Jurnal cafeteria*, 3(1), 24-35.
- Lestari, P., Indrawati, N. K., & Nurbatin, D. (2023). Pelatihan Akuntansi Keuangan Pada Umkm Desa Kalisongo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9-16.
- Manap, A., Lubis, A., Ginting, R. U. B., Hawari, Y., Buana, L. S. A., Pujiningsih, D., & Yusnindar, Y. (2023). Workshop Tata Kelola Keuangan Bagi Umkm Secara Sederhana Dan Digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8952-8960.
- Merlina, N., Mazia, L., Zuniarti, I., Fakhira, I. Z., & Hutagalung, J. A. (2023). Pendampingan Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Era Digital. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 71-76.
- Prihastuti, A. H., Joesyiana, K., & Al Sukri, S. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan Dan Strategi Pemasaran Bagi Kube Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,

1(1), 1-10.

<https://doi.org/10.54951/comsep.v1i1>

Rahmadani, A., Ferdiansyah, M., Nurhalifah, N., Wijaya, P. C., & Panorama, M. (2023). Analisis Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Palembang. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 450-457.

Rahmi, M. (2021). Pelatihan manajemen usaha dalam meningkatkan usaha UMKM kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 1(1), 5-14.

Uva, I. M., Ariati, E., & Fantini, E. (2023). Digital Marketing and Marketing Communication Strategy at Ciwaringin Cirebon Batik Umkm as a Challenge in Technological Development. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(6), 1055-1068.

Wantoro, A., Rusliyawati, R., Fitratullah, M., & Fakhrurozi, J. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Peningkatan Profesional Bagi Pengurus Osis Pada Sma Negeri 1 Pagelaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 242-248.

Widhiastuti, R., Kardiyem, K., & Farliana, N. (2019). Model akuntansi sederhana bagi UMKM makanan Kota Semarang. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 165-171.