

---

## Penguatan Daya Saing UMKM melalui Tata Kelola Keuangan dan Pemasaran Digital: UMKM Binaan BUMDes

---

Tryas Chasbiandani<sup>1</sup>, Yetty Murni<sup>2</sup>, Ati Herawati<sup>3</sup>, Harimurti Wulandjani<sup>4</sup>

Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila

tryas@univpancasila.ac.id

### ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) binaan BUMDes Serdang Wetan, Tangerang. Fokus utama kegiatan ini adalah penguatan tata kelola keuangan dan strategi pemasaran digital. Banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan perluasan pasar. Untuk itu, program ini memberikan pelatihan dan pendampingan terkait penyusunan anggaran, pencatatan keuangan, perhitungan HPP, serta pemanfaatan media sosial dan e-commerce.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk secara digital. Peserta juga mendapatkan akses pada alat bantu praktis seperti template keuangan dan panduan pemasaran digital. Program ini berkontribusi dalam penguatan kapasitas UMKM dan diharapkan membawa dampak jangka panjang terhadap peningkatan kinerja usaha dan daya saing di pasar.

**Kata kunci:** UMKM, tata kelola keuangan, pemasaran digital, BUMDes, daya saing.

### ABSTRACT

*This community service program aimed to improve the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) fostered by BUMDes Serdang Wetan, Tangerang. The main focus was strengthening financial governance and digital marketing strategies. Many MSMEs faced challenges in managing finances and reaching broader markets. To address this, the program provided training and workshops on budgeting, financial reporting, cost calculation, and the use of digital platforms like social media and e-commerce.*

*As a result, MSME participants showed improved skills in managing finances and promoting their products online. They also gained access to practical tools such as financial templates and digital marketing guides. This initiative contributed to enhancing MSME capacity and is expected to bring long-term benefits in increasing business performance and market competitiveness.*

**Keywords:** MSMEs, financial governance, digital marketing, BUMDes, competitiveness.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di Indonesia sebagai negara berkembang. Dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, yaitu sebesar 61% atau setara Rp9.580 triliun, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia (Nurul Aftitah, dkk, 2025). Namun, meskipun memiliki peran besar, banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam pengelolaan keuangan yang baik dan profesional. Menurut Fadhia, N., & Ningsih, D. A. (2024), banyak pelaku UMKM yang belum memisahkan antara aset pribadi dan perusahaan, serta tidak memiliki pembukuan yang jelas, yang berdampak pada ketidakmampuan untuk mengukur kinerja usaha secara akurat.

Selain masalah tata kelola keuangan, pemasaran juga menjadi tantangan besar bagi sebagian besar UMKM. Banyak UMKM yang masih mengandalkan pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkungan lokal atau sekitar desa tempat mereka berada. Pemasaran yang terbatas ini membatasi jangkauan pasar dan kemampuan mereka untuk berkembang. Arumsari dkk (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran masih sangat minim, sehingga potensi pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional, sulit untuk dijangkau. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka melalui penggunaan media sosial dan platform e-commerce (Chasbiandani & Kunjono, R. M. A., 2024).

Meski memiliki potensi dan kontribusi ekonomis yang sangat tinggi, kebanyakan UMKM memiliki banyak masalah karena keterbatasan sumber daya, misalnya keterbatasan akuntansi, manajerial, finansial, dan sumber daya manusia. Kelemahan utama UMKM adalah keterbatasan akuntansi, salah satunya yaitu kemampuan menghitung harga pokok produksi. Jika harga pokok produksi tidak ditetapkan secara benar, UMKM dapat menjual produk dengan harga yang relatif tinggi atau relatif rendah di pasaran. Hal tersebut bisa mengurangi keuntungan dari UMKM atau dapat menyebabkan kerugian. Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu kebijakan yang harus dilaksanakan agar UMKM mendapatkan laba yang maksimal (Eku et al., dalam Ramadhany, A. D. 2023). Penentuan harga pokok produksi juga sangat penting karena sebagai dasar penentuan harga produk dan berfungsi dalam perhitungan laba rugi secara periode (Horngren, 2018 dalam Ramadhany, A. D. 2023). Maka suatu usaha wajib menghitung harga pokok produksi secara akurat dan tepat (Apriliani, 2018). Dalam penetapan harga pokok produksi ada beberapa metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah metode full costing. Horngren dalam Ramadhany, A. D. (2023) menyatakan bahwa metode full costing yaitu metode perhitungan biaya yang mencantumkan seluruh biaya produksi, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead variabel dan biaya overhead tetap.

BUMDes Serdang Wetan di Kabupaten Tangerang merupakan salah satu contoh lembaga yang berperan dalam pengembangan UMKM di wilayahnya. BUMDes ini memiliki unit usaha wisata

air yang cukup berkembang dengan adanya Café Desa yang dikelola oleh pemuda desa. Selain itu, BUMDes Serdang Wetan juga membina sekitar 50 unit UMKM di wilayah Kecamatan Legok, dengan 25 unit di antaranya yang aktif beroperasi. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan masih menghadapi masalah serius dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Permasalahan utama di bidang keuangan mencakup ketidakjelasan pemisahan aset perusahaan dan pribadi, pembukuan yang belum terstruktur dengan baik, serta kurangnya keterampilan dalam menggunakan teknologi untuk pembukuan berbasis digital. Di bidang pemasaran, produk-produk UMKM ini masih terbatas dikenal oleh masyarakat luas, dan pemasaran yang dilakukan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat tata kelola keuangan dan strategi pemasaran digital bagi UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan. Program ini diharapkan dapat memberikan pelatihan yang praktis dan aplikatif untuk meningkatkan kinerja UMKM dalam dua aspek tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Program pengabdian ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan keterampilan pengelola UMKM dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik dan berbasis digital, sehingga mereka dapat melakukan pembukuan yang lebih transparan dan efisien.
2. Membantu UMKM dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce, untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Mitra dalam pengabdian ini, yaitu UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan, menghadapi beberapa masalah utama yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan dan pemasaran:

1. Tata Kelola Keuangan
  - Belum memisahkan aset perusahaan dengan aset pribadi: Hal ini menghambat transparansi dalam pengelolaan keuangan dan menyebabkan kesulitan dalam evaluasi kinerja usaha.
  - Pembukuan yang tidak terstruktur: Tanpa pembukuan yang jelas, sulit untuk mengukur kinerja usaha dan mengelola arus kas dengan baik.
  - Kurangnya keterampilan dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP): Banyak pelaku UMKM belum memahami cara menghitung HPP yang benar, sehingga sering kali harga jual ditentukan secara taksiran atau meniru kompetitor tanpa memperhatikan struktur biaya. Akibatnya, margin keuntungan tidak optimal, bahkan berpotensi merugi.
2. Pemasaran
  - Produk yang belum banyak dikenal: UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan belum memiliki branding yang kuat, sehingga produk mereka belum banyak dikenal di pasar yang lebih luas.
  - Minimnya upaya pemasaran: Sebagian besar pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada wilayah lokal, dengan sedikit pemanfaatan teknologi digital.
  - Akses pemasaran terbatas: Banyak UMKM yang belum memanfaatkan platform digital,

seperti media sosial dan e-commerce, yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Program pengabdian ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM guna mengatasi permasalahan tersebut dan memperkuat posisi mereka di pasar.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila dalam rangka kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan dilaksanakan di Desa Serdang Wetan, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, yang merupakan lokasi operasional BUMDes Serdang Tirta Kencana dan mitra binaan UMKM-nya. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung (tatap muka) pada bulan Maret 2025, dengan total peserta sebanyak 20 pelaku UMKM yang tergolong aktif dalam kegiatan usaha mikro dan binaan langsung dari BUMDes.

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Model pendekatan ini dipilih untuk memberikan ruang interaksi dan dialog langsung antara tim pengabdian dan peserta, serta memfasilitasi proses alih pengetahuan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mitra. Materi kegiatan mencakup dua topik utama, yaitu: (1) penguatan tata kelola keuangan, dengan fokus pada perhitungan harga pokok produksi untuk produk – produk yang dihasilkan UMKM binaan BUMDes; dan (2) strategi pemasaran digital yang mencakup branding produk, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan marketplace lokal maupun nasional.

Sebelum kegiatan ini dimulai, tim pengabdian melakukan observasi awal dan diskusi dengan pengelola BUMDes untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM binaan. Ditemukan bahwa kelemahan utama UMKM adalah pada pencatatan keuangan yang masih konvensional atau bahkan tidak dilakukan sama sekali, serta strategi pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Temuan ini menjadi dasar dalam penyusunan modul pelatihan dan materi pengabdian.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan media presentasi dan simulasi berbasis studi kasus. Dalam sesi pelatihan keuangan, peserta diajarkan bagaimana menyusun laporan arus kas sederhana menggunakan aplikasi Google Sheet atau Excel, serta cara membedakan aset pribadi dan usaha. Sedangkan dalam pelatihan pemasaran digital, peserta diperkenalkan pada konsep digital branding dan diajak membuat akun bisnis di media sosial, serta mengunggah konten produk sebagai latihan.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian, tim pelaksana menggunakan instrumen pretest dan posttest yang terdiri dari 10 soal pilihan ganda. Pertanyaan dirancang untuk menggali pemahaman peserta terhadap aspek mendasar dalam tata kelola keuangan—terutama pemisahan aset dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)—serta strategi pemasaran digital.

Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang digunakan:

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Pretest dan Posttest

| No. | Pertanyaan                                                                                    | Topik                |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1   | Mengapa penting memisahkan aset pribadi dengan aset usaha dalam menjalankan UMKM?             | Tata Kelola Keuangan |
| 2   | Apa risiko jika aset pribadi dan aset usaha tidak dipisahkan dengan jelas?                    | Tata Kelola Keuangan |
| 3   | Komponen apa saja yang termasuk dalam perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)?                 | Tata Kelola Keuangan |
| 4   | Bagaimana cara sederhana menghitung HPP untuk satu jenis produk makanan?                      | Tata Kelola Keuangan |
| 5   | Apa dampak tidak menghitung HPP secara akurat terhadap penentuan harga jual produk?           | Tata Kelola Keuangan |
| 6   | Apa yang dimaksud dengan branding dalam pemasaran digital UMKM?                               | Pemasaran Digital    |
| 7   | Media sosial apa yang paling efektif digunakan untuk memasarkan produk UMKM saat ini?         | Pemasaran Digital    |
| 8   | Apa saja keuntungan menggunakan marketplace (seperti Shopee, Tokopedia) untuk menjual produk? | Pemasaran Digital    |
| 9   | Mengapa visualisasi produk penting dalam pemasaran digital?                                   | Pemasaran Digital    |
| 10  | Apa yang dimaksud dengan segmentasi pasar dalam strategi pemasaran digital?                   | Pemasaran Digital    |

Hasil pretest menunjukkan bahwa rata-rata nilai peserta adalah 47,5, dengan rentang skor antara 30 hingga 60. Skor ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar pencatatan keuangan maupun strategi pemasaran digital yang relevan untuk pengembangan usaha mereka. Setelah sesi pelatihan dan pendampingan dilakukan, dilakukan posttest menggunakan soal yang setara secara substansi.

Hasil posttest menunjukkan peningkatan signifikan, dengan rata-rata nilai peserta naik menjadi 81, dan skor tertinggi mencapai 100. Seluruh peserta mengalami peningkatan nilai, baik secara individu maupun kelompok. Peningkatan ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan selama sesi pelatihan berhasil dipahami dengan baik oleh peserta, dan metode penyampaian melalui studi kasus serta praktik langsung terbukti efektif.

Peningkatan ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang digunakan—berupa kombinasi materi visual, diskusi, dan praktik sederhana melalui studi kasus—berhasil meningkatkan pemahaman peserta. Edukasi berbasis kebutuhan praktis UMKM mampu meningkatkan literasi keuangan dan strategi digital secara signifikan dalam waktu singkat Arjang, A., Junaidi, A., & Choerudin, A. (2024). Kegiatan ini membuktikan bahwa Selain itu, UKM dapat lebih aktif memanfaatkan citra positif ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk menggunakan narasi keberlanjutan sebagai nilai tambah dalam mempromosikan produk mereka. Pendekatan ini sangat relevan, terutama di era digital di mana keberlanjutan menarik bagi

generasi muda, yang memiliki pengaruh besar pada tren konsumsi modern Puspanantasari Putri, E., & Purnama, J. (2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada penguatan tata kelola keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan Tangerang menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan kinerja usaha para pelaku UMKM. Meskipun pengabdian serupa sudah dilakukan oleh berbagai universitas lain, kegiatan ini memiliki dampak yang khas dan relevan dengan kebutuhan spesifik UMKM di wilayah tersebut. Hasil dari pelatihan mengenai pemisahan aset usaha dan perhitungan HPP memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya manajemen keuangan yang baik. Sementara itu, pelatihan pemasaran digital memberikan kontribusi penting dalam memperluas jangkauan pasar produk UMKM, yang selama ini terbatas hanya pada pasar lokal desa sekitar.

Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan dampak yang luas tidak hanya pada peningkatan daya saing UMKM dan keberlanjutan BUMDes, tetapi juga pada kesadaran akan pentingnya praktik ramah lingkungan dan pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan. Meskipun telah ada penelitian atau pengabdian sejenis yang dilakukan oleh universitas lain, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap kondisi lokal dapat menghasilkan dampak yang lebih nyata. Melalui hasil dan pembahasan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas program pengabdian kepada masyarakat dan kontribusinya terhadap perkembangan UMKM dan BUMDes di tingkat lokal.

Gambar 1.  
Pelaksanaan PKM



### 1. Dampak Pengabdian kepada UMKM

Pengabdian ini memberikan dampak yang signifikan terhadap UMKM yang terlibat dalam kegiatan ini, terutama dalam aspek peningkatan kapasitas dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Beberapa dampak yang tercatat antara lain:

- Peningkatan Pemahaman tentang Tata Kelola Keuangan  
Dengan adanya pelatihan tentang pemisahan aset usaha dan pencatatan keuangan berbasis digital, UMKM mampu lebih jelas dalam memisahkan antara aset pribadi dan usaha. Hal ini penting untuk mencegah kebingungan dalam pengelolaan dan untuk memudahkan evaluasi kinerja usaha.
- Perbaikan Sistem Pembukuan dan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)  
UMKM kini lebih terampil dalam menggunakan alat pembukuan berbasis Excel untuk

menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), yang memungkinkan mereka menentukan harga jual yang lebih realistis dan menguntungkan. Pencatatan yang baik juga memungkinkan pemilik usaha untuk melihat keuntungan yang lebih akurat dan merencanakan pengembangan bisnis lebih baik.

- **Peningkatan Strategi Pemasaran Digital**

Pengabdian ini juga memberi dampak pada pemahaman UMKM tentang pemasaran digital. Mereka lebih memahami pentingnya branding, pemanfaatan media sosial, dan penggunaan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pemasaran produk yang lebih efektif dapat membantu meningkatkan penjualan dan mendorong daya saing UMKM, terutama di tengah era digital saat ini.

- **Peningkatan Keterampilan Teknologi**

Para pelaku UMKM mendapatkan pelatihan langsung dalam menggunakan berbagai platform digital, yang mengurangi ketergantungan mereka pada metode pemasaran tradisional dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.

## 2. Dampak Pengabdian kepada BUMDes

BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) juga merasakan dampak positif dari pengabdian ini, terutama dalam peningkatan kapasitas pengelolaan usaha dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. Beberapa dampak yang tercatat antara lain:

- **Peningkatan Kapasitas Pengelola BUMDes dalam Mendukung UMKM**

Pengabdian ini membantu BUMDes dalam meningkatkan kemampuan mereka untuk memberikan pendampingan yang lebih efektif kepada UMKM binaannya. Dengan pembekalan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam tata kelola keuangan dan pemasaran digital, BUMDes dapat lebih optimal dalam mendukung perkembangan UMKM.

- **Peningkatan Pemahaman tentang Peran BUMDes dalam Pemberdayaan Ekonomi Desa**

Kegiatan ini juga memperkuat peran BUMDes sebagai pendorong ekonomi desa. Pengelola BUMDes dapat mengimplementasikan lebih banyak program pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan lokal dan memberdayakan masyarakat, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan warga desa.

- **Pengelolaan Keuangan yang Lebih Transparan dan Profesional**

Dengan adopsi teknologi dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, BUMDes menjadi lebih profesional dalam menjalankan usaha. Hal ini berpotensi meningkatkan transparansi keuangan yang pada gilirannya dapat memperkuat kredibilitas BUMDes di mata masyarakat dan pemangku kepentingan.

- **Peningkatan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha BUMDes**

Pengembangan usaha dengan pendekatan yang lebih berbasis teknologi dan pengelolaan keuangan yang lebih efisien memungkinkan BUMDes untuk berkembang lebih berkelanjutan. Selain itu, keberlanjutan usaha ini dapat memberikan dampak jangka panjang bagi perekonomian desa melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan desa.

## SIMPULAN

Pelatihan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini memberikan dampak yang positif bagi para pelaku UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan Tangerang, terutama dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Pemahaman tentang pemisahan aset usaha dan pribadi menjadi langkah awal yang penting bagi UMKM untuk menciptakan pengelolaan keuangan yang lebih transparan dan efektif. Dengan adanya pembelajaran mengenai perhitungan Harga Pokok Penjualan memberikan keterampilan baru bagi UMKM untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan, sehingga usaha mereka dapat berkembang secara berkelanjutan.

Terakhir, Pelatihan pemasaran digital, yang menjadi salah satu fokus utama dalam kegiatan ini, memberikan dampak yang signifikan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM. Dengan memahami pentingnya pemasaran melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce, para pelaku UMKM kini dapat memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan mempercepat proses pemasaran produk mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada UMKM, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Meskipun pelatihan ini telah memberikan hasil yang positif, masih diperlukan tindak lanjut yang lebih berkelanjutan untuk memastikan UMKM dapat terus mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara efektif. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan sesi pelatihan lanjutan secara berkala, dengan fokus pada topik-topik yang lebih mendalam seperti analisis laporan keuangan dan strategi pemasaran digital yang lebih lanjut. Selain itu, pendampingan lebih lanjut terhadap UMKM dalam menerapkan pembukuan berbasis digital dan evaluasi secara berkala akan membantu mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan memberikan solusi yang tepat. Dengan adanya penguatan kapasitas dan pendampingan terus-menerus, diharapkan UMKM binaan BUMDes Serdang Wetan dapat berkembang secara mandiri dan lebih siap bersaing dalam pasar global yang semakin digital.

## REFERENSI

- Arjang, A., Junaidi, A., & Choerudin, A. (2024). Business innovation for SMEs and community empowerment: Strategies to enhance income and quality of life. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, 1(2), 133–146. <https://doi.org/10.61100/j.tirakat.v1i2.183>
- Aftitah, F. N., Labana, J., Hasanah, K., & Hadi, N. L. F. M. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), Januari 2025, 1-10.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2024). Peran digital marketing dalam upaya pengembangan UMKM berbasis teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Bestari, P., & Ainy, R. N. (2025). Akuntansi Berbasis Excel dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9 (2), Hal. 1478-1488.



- Chasbiandani, T., & Kunjono, R. M. A. (2024). Strategi pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19. *Bekasi Development Innovation Journal*, (20 Juni 2024), 90 – 93.
- Fadhia, N., & Ningsih, D. A. (2024). Penggunaan pencatatan akuntansi pada usaha mikro kecil dan menengah. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(1), April 2024, 1-10.
- Puspanantasari Putri, E., & Purnama, J. (2025). Community service activities: Development of environmentally friendly production processes in the Pasuruan furniture industry to increase productivity and sustainability of SMEs. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 10(01), 22–37. DOI: <https://doi.org/10.30996/jpm17.v10i01.12574>
- Ramadhany, A. D. (2023). Analisis penentuan harga pokok produksi UMKM “Seblak Jeletot Salatiga” (Laporan Tugas Akhir, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana).

