

Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Development of Digital Marketing and Financial Management for MSMEs to Improve the Community's Economy

Rohmayanti^{1*}, Bonang Yusufa Rahmatian², Rifki Adhea Syahrian³, Della Arifa Pitaloka⁴,
Salsabila Yasmin⁵, Putri Febriyani⁶

¹ Program Studi D3 Keperawatan, Departemen Keperawatan Maternitas, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Magelang, Jalan Mayjend. Bambang Soegeng KM.5 Mertoyudan, Magelang, Jawa Tengah, 57172-Indonesia

^{2,3,4} Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Magelang, Jalan Tidar No. 21, Magelang, Jawa Tengah, 59214-Indonesia

^{5,6} Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Magelang, Jalan Tidar No. 21, Magelang, Jawa Tengah, 59214-Indonesia

*E-mail corresponding author: rohmayanti@ummgl.ac.id

Received: 24 Januari 2023; Revised: 17 April 2023; Accepted: 28 April 2023

Abstrak. Pengembangan UMKM sangat strategis sebagai penggerak perekonomian nasional, karena berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat miskin. Mata pencaharian penduduk Desa Sidomulyo Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang beragam, salah satu UMKM yang berkembang adalah “Konveksi dan Produksi Sablon Plastik” yang berlokasi di Dusun Drojogan. Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam produksi sablon yaitu belum memiliki sistem pencatatan keuangan dan belum optimalnya strategi pemasaran dengan sistem digital. Permasalahan tersebut memerlukan pendampingan untuk mengembangkan usaha produksi sablon ini. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui 3 tahap, tahap pertama perencanaan yang meliputi survey lokasi, penentuan kerjasama dengan mitra, pembentukan tim dan struktur tim. Tahap kedua meliputi pelaksanaan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dan tahap ketiga adalah tahap evaluasi kegiatan dan pelaporan. Hasil dari kegiatan ini pelaku UMKM sudah memiliki digital marketing berupa Instagram dan marketplace serta Facebook dan mitra sudah mampu mengelola keuangan manual secara efektif dan sudah memiliki brand atau logo produk. Kegiatan ini mampu meningkatkan kemampuan mitra UMKM dalam pengelolaan keuangan mandiri dan meningkatkan pemasaran melalui digital marketing.

Kata Kunci: Manajemen keuangan; pemasaran digital; pengabdian masyarakat; UMKM

Abstract. The development of MSME is very strategic as a driving force for the national economy because it contributes to the income of the poor. The livelihoods of the residents of Sidomulyo Village, Salaman District, and Magelang Regency are diverse; one of the growing MSMEs is "Convection and Plastic Printing Production". obstacles faced in the production of screen printing, namely the lack of a financial recording system and the lack of optimal marketing strategies with digital systems. These problems require assistance in order to develop this screen printing production business. The method of implementing community service is carried out in three stages. The first stage is planning, which includes site surveys, determining cooperation with partners, team formation, and team structure. The second stage is the implementation of socialization, training, and mentoring, and the third stage is the activity evaluation and reporting stage. As a result of this activity, MSME actors already have digital marketing in the form of Instagram and Facebook Marketplace, and they and their partners are able to manage manual finances effectively and already have a product brand or logo. This activity increases the ability of MSME partners to engage in independent financial management and increase marketing through digital marketing.

Keywords: Community service; digital marketing; financial management; MSME

DOI: 10.30653/jppm.v8i2.393



1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keberlangsungan hidup UMKM dapat dipengaruhi juga oleh faktor internal (motif ekonomi) dan faktor eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi untuk menjaga keberlangsungan hidup individu atau suatu komunitas dalam kehidupan ekonominya. Peran UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat (Undari & Lubis, 2021). Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional (Suyadi et al., 2018).

Desa Sidomulyo merupakan salah satu desa di Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang yang terdiri dari 8 Dusun dengan mayoritas usaha UMKM terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu usaha pembibitan tanaman, usaha sablon dan usaha perdagangan. Kedelapan dusun tersebut yaitu : Dusun Kedungkepis, Dusun Drojogan, Dusun Kalangan, Dusun Sumberan, Dusun Ngadikromo, Dusun Sojomerto Lor, Dusun Sojomerto Kidul, Dusun Kembaran. Desa Sidomulyo dihuni oleh 1150 kepala keluarga dengan jumlah laki-laki sebanyak 2144 orang dan perempuan sebanyak 1991 orang. Daftar mata pencaharian penduduk Desa Sidomulyo terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Mata pencaharian penduduk Desa Sidomulyo

Mata Pencaharian	Jumlah
Buruh harian lepas	313
Buruh tani/perkebunan	65
Karyawan swasta	845
Petani/pekebun	235
Perdagangan	18
Belum/tidak bekerja	937
Mengurus rumah tangga	509
Pelajar/mahasiswa	952

Sumber: Data primer

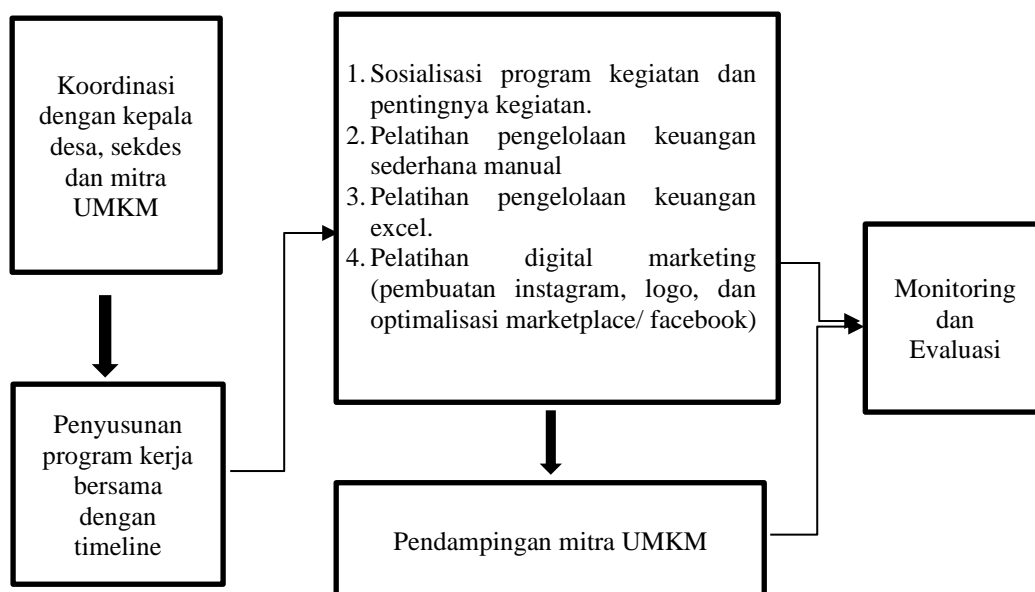
Salah satu UMKM yang tumbuh di Desa Sidomulyo yaitu “Produksi Sablon Konveksi maupun Plastik” yang letaknya di Dusun Drojogan, disini terdapat tiga mitra yaitu “Sablon Mas Ari”, “Usaha Bibit Tanaman”, dan “*Calisa Autentic Apparel*”. Pada usaha mitra yang telah dijalankan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi pada usaha UMKM ini yaitu belum memiliki sistem pencatatan keuangan dan belum optimal dalam strategi marketing dengan sistem digital. Permasalahan tersebut memerlukan pendampingan guna untuk mengembangkan usaha UMKM ini.

Permasalahan yang sering ditemukan pada mitra usaha adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman mereka tentang akuntansi khususnya pencatatan dan pembukuan hingga penyusunan laporan keuangan. Pemahaman mereka sebelumnya bahwa pencatatan dan pembukuan itu sulit, merepotkan, dan menyita waktu menjadi penghambat untuk belajar akuntansi. Untuk itu pencatatan akuntansi berbasis teknologi menjadi penting terutama pada UMKM. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM adalah belum adanya pelatihan pengelolaan keuangan usaha menggunakan aplikasi secara langsung. Solusi yang dibutuhkan adalah penyuluhan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam mengelola keuangan (Muljanto, 2020). Kendala utama yang dihadapi para pelaku UMKM adalah keterbatasan manajemen/ pengelolaan usaha dan ketakutan mengambil resiko. Kurangnya pembinaan dan keterlibatan instansi terkait juga mereka anggap sebagai faktor lambatnya perkembangan usaha mereka (Suyadi et al., 2018).

Selain itu, solusi untuk masalah kurangnya strategi pemasaran pada UMKM adalah dengan pelatihan dan pembuatan *digital marketing*. Strategi *digital marketing* memiliki peranan yang sangat penting untuk mengembangkan bisnis. Secara sederhana, ini merupakan metode pemasaran yang dilakukan dengan cara memanfaatkan berbagai media. Dengan menerapkan strategi maka akan bisa menjangkau pasar secara luas. Hal ini dibuktikan dalam sebuah studi bahwa *digital marketing* dapat memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM (Febriyanto & Arisandi, 2018). Oleh karena itu perlu kiranya dilakukan sebuah program untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan merancang sebuah program untuk mengelola keuangan UMKM secara mandiri dan memulai sistem pemasaran melalui pelatihan dan penerapan *digital marketing*.

2. METODE

Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, ini merupakan pendekatan dan metode yang menjadikan masyarakat dapat melakukan secara bersama-sama, menganalisis masalah kehidupan untuk merumuskan perencanaan dan kebijakan secara dalam mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat sendiri (Rohmayanti et al., 2022). Pendekatan atau metode ini akan menjadikan masyarakat dalam hal ini pelaku UMKM untuk bersama-sama membuat rencana dan tindakan nyata dilakukan untuk mewujudkan UMKM yang mandiri dalam pengelolaan keuangan dan strategi *digital marketing*. Secara umum metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahap, tahap pertama yaitu pengkajian atau analisis situasi dengan melakukan survey lokasi, penentuan kerja sama dengan mitra, pembentukan tim dan struktur tim. Pada tahap ini dilakukan koordinasi wilayah dengan bertemu kepala desa, mitra UMKM. Tahap kedua meliputi pelaksanaan pengabdian yaitu sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dan tahap ketiga yaitu tahap monitoring dan evaluasi, dilanjutkan dengan pelaporan kegiatan. Adapun tahap penyelesaian masalah digambarkan dari tahapan penyelesaian masalah dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan penyelesaian masalah

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama yaitu pengkajian dan perencanaan dilakukan dengan cara koordinasi dengan beberapa pihak terkait, yaitu kepala desa, dan mitra yang akan diajak bekerja sama, hasilnya terdapat tiga UMKM yang ditetapkan sebagai mitra dalam pelaksanaan kegiatan PPMT yaitu: “Sablon Mas Ari, Bibit Tanaman dan *Calisa Autentic Apparel*”. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan ketiga mitra menunjukkan bahwa usaha UMKM masih minim pencatatan dan pengelolaan keuangan dan lemahnya strategi *digital marketing*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka tim memutuskan untuk mengangkat topik yang akan diselesaikan selama pelaksanaan program pengabdian adalah peningkatan usaha mitra melalui optimalisasi pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Kegiatan koordinasi dan pembuatan program kerja didokumentasikan pada Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Koordinasi dan pembuatan program kerja

Setelah mengetahui permasalahan mitra, selanjutnya yaitu membuat program kerja yang nantinya akan disosialisasikan bersama dengan mitra. Beberapa masalah yang ditemukan dalam meningkatkan usaha mereka khususnya usaha mikro dan usaha kecil, yang menyebabkan kurang berkembangnya usaha mikro dan kecil di wilayah antara lain minimnya pemahaman pelaku UMKM tentang akuntansi. Telah terbukti dari sebuah studi bahwa pengabdian masyarakat dengan solusi tersebut diatas bermanfaat karena menambah pengetahuan peserta tentang pengelolaan keuangan bagi UMKM (Fatwitawati, 2018). Pada persoalan yang kedua diperlukan sebuah terobosan untuk meningkatkan pemasaran menggunakan *digital marketing* melalui sosial media. Hal ini karena teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Langkah pada tahap kedua ini dimulai melalui kegiatan sosialisasi program kegiatan. Mitra diperkenalkan melalui pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan serta strategi pemasaran secara umum. Sosialisasi ini dilakukan agar mitra dapat memahami informasi awal mengenai pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Selanjutnya dilakukan pelatihan pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Langkah ini merupakan tahap yang penting karena merupakan wujud nyata untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi mitra mengenai pencatatan keuangan dan strategi marketing. Sebuah studi menunjukkan bahwa hasil evaluasi pendampingan kepada pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman peserta terhadap proses pemasaran, program ini dapat memberikan manfaat bagi mitra yaitu pelaku UMKM dengan meningkatkan kualitas dan nilai jual produk, meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen, perluasan area distribusi, peningkatan penjualan produk, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Achsa et al., 2022).

Pelaku UMKM pada umumnya hanya melakukan pencatatan sederhana berupa pemasukan dan pengeluaran. Bahkan ada yang tidak mencatat sewa tempat sebagai beban usaha, sehingga usaha terlihat menghasilkan laba yang besar karena beban tidak dicatat sebagaimana mestinya. Akibatnya adalah pencatatan tidak menggambarkan kondisi keuangan usaha yang sesungguhnya. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah belum adanya pelatihan tentang pengelolaan keuangan usaha secara langsung. Solusi yang dibutuhkan untuk permasalahan tersebut adalah pemberian pelatihan bagi pelaku UMKM dalam hal mengelola keuangan dengan menggunakan akuntansi meskipun sederhana (Ghofirin & Wahyuningtyas, 2021). Pelatihan pencatatan keuangan sederhana pada para pelaku usaha memiliki ketrampilan lebih baik dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana (Margunani et al., 2020).

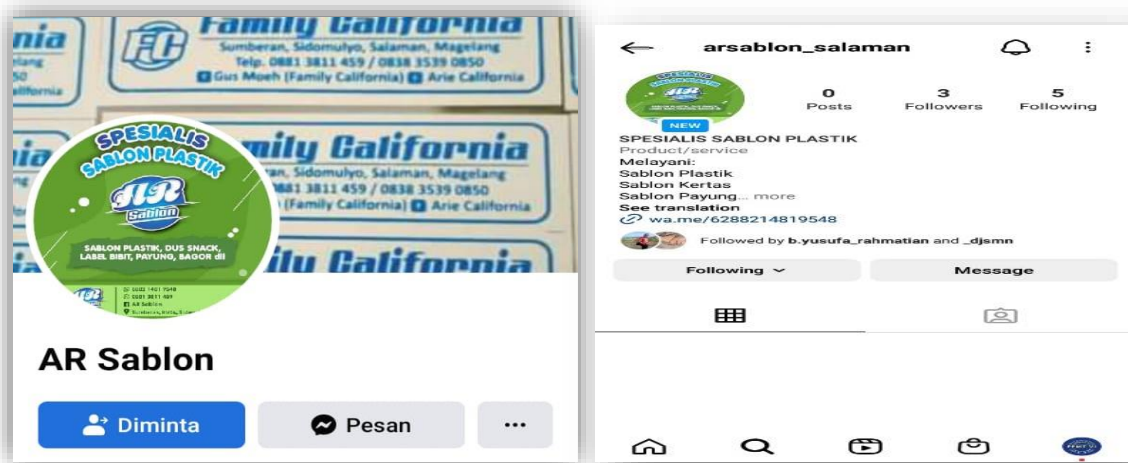
Setelah sosialisasi selesai, dilanjutkan program praktek pengelolaan keuangan dengan subtema pencatatan keuangan sederhana bagi UMKM. Teknis dalam pelaksanaan kegiatan ini dimana tim pengabdian memberikan contoh bagaimana pencatatan keuangan menggunakan *excel* dan *manual book*. Kemudian mitra mempraktekan dibawah pengawasan tim PPMT agar ketika mendapat kendala bisa membantu menyelesaikan. Penggunaan *digital marketing* oleh UMKM diharapkan dapat memperluas pasar sehingga bisa meningkatkan penjualan serta dapat meningkatkan daya saing produk yang lebih luas. Sebuah studi menyebutkan bahwa dengan memberikan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana akan meningkatkan pemahaman terkait pengelolaan keuangan dan pencatatan keuangan sederhana untuk UMKM (Murdhainingsih et al., 2022). Selama ini UMKM belum bisa bersaing dengan baik, karena keterbatasan informasi dan pemahaman tentang pemasaran yang baik dan menarik (Yuliani et al., 2022). Pada peserta dewasa tentu akan lebih mudah memberi pemahaman, bahkan untuk anak-anak jika dilakukan pendampingan pencatatan keuangan sederhana seperti pada sebuah studi menunjukkan bahwa pendampingan menunjukkan bahwa 70% anak-anak Desa Bonde sudah memahami tentang pencatatan keuangan sederhana terhadap transaksi harian yang biasa dilakukan oleh anak-anak dan sudah memulai untuk menabungkan sebagian uang jajan yang diberikan oleh orang tua/wali (Nurhidayah & Dahlia, 2019). Kegiatan pelatihan pencatatan keuangan sederhana dilihat pada Gambar 3 dibawah ini:



Gambar 3. Pelatihan pencatatan keuangan sederhana

Selanjutnya kegiatan pelatihan dan penerapan serta pendampingan *digital marketing*. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi pentingnya strategi marketing menggunakan *digital marketing* sesuai dengan era digitalisasi ini. Hasil penerapan *digital marketing* di Solok menunjukkan bahwa dengan *digital marketing* maka pemasaran produk memiliki jangkauan lebih luas dan muncul pada pencarian *google* bisnisku serta peningkatan daya saing UKM usaha (Azhari et al., 2021). Pelatihan dan pendampingan

dengan materi akuntansi dasar, perhitungan harga pokok produksi dan penggunaan aplikasi laporan keuangan menggunakan Ms. Excel dilakukan secara luring dan daring mendapatkan hasil berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pengelola BUMDes mengenai akuntansi dasar dan penghitungan harga pokok, dan pada akhirnya BUMDes berhasil menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi yang berlaku (Marsono & Siswanto, 2023). Seperti halnya dengan sebuah studi yang memberikan hasil yang sama yaitu menggunakan pemasaran online melalui *website*, aplikasi pesan *whatsapp*, *facebook* dan *instagram* produk kriya yang terjual naik signifikan dan pemasaran hasil produk kriya telah menjangkau pasar yang lebih luas Selama ini mitra masih menggunakan cara atau metode manual yaitu melalui penyebaran brosur (Asis et al., 2020). Di era *digitalisasi marketing* seperti saat ini, pemasaran melalui penyebaran brosur dinilai kurang efektif. Maka dari itu untuk mendukung terciptanya peningkatan usaha tim pengabdian mengajarkan dan memfasilitasi pembuatan akun *online shop* di media sosial dengan tujuan agar jangkauan promosi menjadi lebih luas yaitu melalui optimalisasi penggunaan *Marketplace/facebook* dan *Instagram*.



Gambar 4. Marketplace dan instagram AR Sablon

Pada generasi saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat akses internet menjadi mudah dan cepat. Salah satu strategi yang digunakan oleh dunia usaha yaitu melalui *digital marketing/pemasaran online*, dengan adanya *digital marketing* dapat menghubungkan penjual dengan konsumen, serta penjual dapat menjangkau lebih banyak khalayak yang ditargetkan, dan menarik minat beli pembeli untuk melakukan keputusan pembelian. *Digital marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Khoziyah & Lubis, 2021). *Digital marketing* menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran modern (Febriyanto & Arisandi, 2018).

4. SIMPULAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian membantu para pelaku UMKM dengan melatih mitra pengelolaan keuangan sederhana baik secara manual maupun *excel*. Materi pelatihan pembuatan laporan keuangan diberikan dengan tujuan agar UMKM mampu menggambarkan kinerja UMKM tersebut pada suatu periode akuntansi. Laporan keuangan dibuat untuk menyajikan informasi mengenai kinerja UMKM dan berguna untuk mengambil keputusan bisnis. Selanjutnya tim juga melakukan pelatihan *digital marketing* dengan membuat akun jual beli *online* maupun media sosial

untuk memasarkan produk diantaranya akun *Instagram*, dan *Marketplace* yang ada di *Facebook*. Selain itu, pembuatan logo atau *brand* juga dilakukan untuk memberikan identitas produk UMKM satu dengan UMKM yang lain agar dapat lebih mudah dikenal konsumen supaya dapat mengidentifikasi UMKM yang sudah dipercaya sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Magelang, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Magelang atas dukungan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada para pelaku UMKM dan masyarakat di Dusun Drojogan, Desa Sidomulyo, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang.

REFERENSI

- Achsa, A., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). Pendampingan Standardisasi Produk Sebagai Alternatif Peningkatan Pemasaran Pada UMKM di Desa Ngargogondo, Borobudur. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (JPPM)*, 7(4), 1069–1076. <https://doi.org/10.30653/002.202274.206>
- Asis, P. H., Marjani, M., & Ma'ruf, A. A. (2020). Penggunaan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Pada Kelompok Pengrajin Anoa Art. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 345–352. <https://doi.org/10.31960/caradde.v2i2.344>
- Azhari, R., Tanjung, F., & Kurnia, Y. F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Umkm Istana Rendang. *Jurnal Warta Pengabdian Andalas*, 28(3), 272–278. <https://doi.org/10.25077/jwa.28.3.272-278.2021>
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 32.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ghofirin, M., & Wahyuningtyas, E. T. (2021). Simple Accounting For Surabaya's SMEs From Accounting Equations To Financial Statements. *Community Development Journal*, 5(1), 219–225. <https://doi.org/10.33086/cdj.v5i1.1892>
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Margunani, Sari Melati, I., & Sehabuddin, A. (2020). Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM Intip di Desa Nyatnyono Ungaran Semarang Simple Financial Records Training in Intip UMKM Nyatnyono Village Ungaran Semarang. *Jurnal Panrita Abdi*, 4(3), 305–313. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>.
- Marsono & Siswanto, S. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sektor Manufaktur Preparation of Financial Reports for Village-Owned Enterprises in The Manufacaturing Sector. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 1–9.
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>

- Murdhaningsih, Rahman, A., Aisanafi, Y., Sofiana, N., & Rahmawati, S. (2022). Pencatatan Keuangan Sederhana (Penerimaan Kas) bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Pasir Gunung Selatan, Cimanggis, Depok. *JMS: Jurnal Masyarakat Siber*, 1(1), 23–26. <https://jurnal.unsia.ac.id/index.php/jms/index>
- Nurhidayah, N., & Dahlia, D. (2019). Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana untuk Menumbuhkan Kepedulian Menabung pada Anak-Anak Pesisir Dalam di Desa Bonde, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene. *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 37. <https://doi.org/10.32663/abdihaz.v1i2.978>
- Rohmayanti, R., Ludin, A. F., Utama, M. R. P., Aminuha, R., & ... (2022). Pemberdayaan Kader Posyandu Dalam Upaya Pencegahan Stunting Di Desa Tembelang, Candimulyo, Magelang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 347–358. <https://doi.org/10.30653/002.202272.68>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 1–10.
- Undari, W., & Lubis, A.S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>
- Yuliani, N. L., Efendi, M. R., Sanjaya, O., Fuadi, M. I., Faisal, A., & Rainaldy, A. (2022). Development of digital marketing models for MSMEs to improve the community's economy. *Community Empowerment*, 7(4), 731–736. <https://doi.org/10.31603/ce.5587>