



**Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pembukuan Dan Pemasaran Digital di
Kecamatan Gunung Putri, Bogor**

*Empowering UMKM Through Bookkeeping And Digital Marketing Training in Gunung
Puutri District, Bogor*

**Yulianti Fadilla^{1*}, Meila Siti Julaeha NB², Virgio Gusdwi Putra³, Anisa Cahya Difa⁴,
Mohammad Helmi Tsani⁵, Navira Christy Viorena Pramono⁶, Andi Nugraha⁷, Iis
Dewi Herawati⁸, Natalia Titik Wiyani⁹**

¹⁻⁹Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia

yuli.fad204@gmail.com^{1*}, meilanb29@gmail.com², virgiogusdwiputra@gmail.com³,
cahyaanisa263@gmail.com⁴, tm.helmi13@gmail.com⁵, havicharen11@gmail.com⁶,
ndichannel367@gmail.com⁷, iisdewiherawati12@gmail.com⁸, nataliahendranata7@gmail.com⁹

Korespondensi Penulis: yuli.fad204@gmail.com*

Article History:

Received: Desember 17,2024;

Revised: Desember,31,2024;

Accepted: Januari 14,2025;

Online Available: Januari,16,2024;

Keywords: *Community Service,
MSMEs, Digital Bookkeeping,
Digital Marketing.*

Abstract. *Community service activities are carried out in Gunung Putri Village, Gunung Putri District, Bogor Regency. This activity aims to provide support and solutions to the challenges faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially in terms of improving product quality, business management, and market access through training programs, and community counseling. The communities involved can gain new knowledge and skills that can improve the competitiveness of their businesses. These activities include digital marketing training, simple financial bookkeeping, and strengthening local and online marketing networks. In addition, the sustainability of MSME businesses is the main focus, by providing an understanding of the importance of product innovation, knowing the basics and procedures for conducting digital bookkeeping and financial reporting and efficient resource management. The expected result of this community service activity is the creation of MSMEs that are more independent, highly competitive, and able to adapt to technological developments including in terms of financial management. The long-term impact of this program is expected to contribute to the improvement of the local economy in the region.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Gunung Putri, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan dukungan dan solusi terhadap tantangan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya dalam hal peningkatan kualitas produk, manajemen usaha, dan akses pasar melalui program pelatihan, dan penyuluhan masyarakat. Masyarakat yang terlibat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Kegiatan ini meliputi pelatihan digital marketing, pembukuan keuangan sederhana, serta penguatan jaringan pemasaran lokal dan online. Selain itu, keberlanjutan usaha UMKM menjadi fokus utama, dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya inovasi produk, mengetahui dasar dan prosedur melakukan pembukuan digital dan pelaporan keuangan serta pengelolaan sumber daya yang efisien. Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terciptanya UMKM yang lebih mandiri, berdaya saing tinggi, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Dampak jangka panjang dari program ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal di wilayah tersebut.

Kata kunci: Digital Marketing, Pembukuan Digital, Pengabdian Masyarakat, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Gunung Putri adalah salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Kecamatan ini memiliki posisi yang strategis, berada di sebelah timur Kota Bogor dan terhubung langsung dengan wilayah Depok serta Jakarta melalui jalur transportasi yang cukup mudah dijangkau. Gunung Putri juga berbatasan dengan beberapa kecamatan lain, seperti Cibinong, Cileungsi, dan Kecamatan Klapanunggal.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM dapat berkembang dengan pesat karena relatif mudah untuk dirintis, antara lain karena membutuhkan modal yang tidak besar, prosedur pendirian usaha yang sederhana, serta mampu menciptakan peluang kerja yang signifikan (Rokhmah & Yahya, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga berfungsi sebagai penopang utama perekonomian negara, yang terlihat dari kontribusinya terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Lailah Fujianti et al., 2021). UMKM bersifat *income gathering* yaitu berfokus pada peningkatan pendapatan, dengan ciri-ciri seperti usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang sederhana, keterbatasan akses terhadap permodalan (*unbankable*), serta tidak adanya pemisahan yang jelas antara modal usaha dan kebutuhan pribadi (Chairia et al., 2021).

UMKM di Kecamatan Gunung Putri, Bogor, memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian lokal. Berdasarkan hasil prasarvei, meskipun berbagai kegiatan bisnis berkembang, banyak pelaku usaha yang masih kurang memahami aspek-aspek penting dalam pengelolaan bisnis, seperti pembukuan sederhana. Akibatnya, perhatian mereka sering kali hanya terfokus pada upaya untuk memperoleh keuntungan. Sebagian besar UMKM di wilayah ini bergerak di bidang kuliner dan makanan ringan dengan mayoritas pelaku usaha adalah ibu rumah tangga. Perkembangan zaman menuntut pelaku UMKM untuk semakin kreatif dalam menjalankan usaha, selain memperbaiki sistem penjualan, UMKM harus mempertimbangkan untuk mengembangkan produk baru sesuai dengan tren kebutuhan dan keinginan konsumen (Muttaqien et al., 2022). Di era digital yang terus berkembang, strategi pemasaran berbasis teknologi digital masih menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Peningkatan penggunaan internet dan perangkat *mobile* telah mengubah perilaku konsumen, menciptakan tantangan baru yang menuntut adaptasi pada cara UMKM berinteraksi dan berkomunikasi dengan pasar (Waqfin et al., 2021). Namun, UMKM sering menghadapi berbagai hambatan, salah satunya adalah kesulitan dalam pemasaran, keterbatasan

akses informasi mengenai peluang pasar, kesulitan dalam pengelolaan laporan keuangan yang kurang baik, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM rendah) dan keterbatasan dalam penguasaan teknologi (Wijaya et al., 2023).

Pelaku UMKM seringkali mengabaikan pentingnya penerapan akuntansi keuangan sesuai dengan prinsip pelaporan keuangan yang berlaku umum. Banyak dari mereka tidak memisahkan antara kebutuhan modal kerja dan kebutuhan anggaran pribadi, tidak mengenal berapa keuntungan riil dari penjualan, serta tidak memahami besaran modal kerja dan dukungan kebutuhan yang dicapai (Nurhasan & B, 2023). Menurut (Machfuzhoh et al., 2020), Menyusun laporan keuangan memiliki sejumlah manfaat bagi UMKM, antara lain:

- a. Memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja keuangan, perubahan modal, kepemilikan di masa lalu.
- b. Menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
- c. Mengetahui nilai perubahan kas dan distribusinya.
- d. Memenuhi persyaratan dalam pengajuan kredit kepada lembaga keuangan tertentu.
- e. Berfungsi sebagai bahan pelaporan untuk pajak, penyusunan anggaran kas, penetapan harga jual, dan penyusunan analisis impas.

Pencatatan keuangan sangat penting bagi UMKM sebagai alat dalam pengambilan Keputusan strategis. Laporan keuangan sederhana yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan langkah bisnis selanjutnya. Setiap keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh UMKM dapat dipakai oleh para pemangku kepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan strategi usaha (Lie, 2023). Berdasarkan hal tersebut, pelaku UMKM di Kecamatan Gunung Putri, memerlukan edukasi mengenai pembukuan sederhana dan pemasaran digital untuk mendukung perkembangan usaha mereka. Terdapat 59 pemilik UMKM di wilayah ini membutuhkan pelatihan tentang penyusunan pembukuan sederhana dan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk. Edukasi ini bertujuan agar pelaku usaha mampu mencatat setiap transaksi usaha, baik pemasukan maupun pengeluaran, serta memanfaatkan media sosial secara efektif untuk memasarkan produk mereka. Program pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan pada pelaku UMKM di Gunung Putri, dengan harapan mereka dapat memahami dan menerapkan konsep pembukuan dan marketing digital dalam kegiatan usaha mereka. Dengan demikian, kualitas usaha mereka dapat meningkat, dan menghitung laba secara akurat, serta mengoptimalkan pemasaran konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Terbatasnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital menjadi alasan utama dalam penyelenggaraan pengabdian masyarakat ini, terutama untuk membantu mereka yang baru memulai usaha.

2. LANDASAN TEORI

Teori Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Harini et al., 2023) pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi penting untuk mengembangkan perekonomian desa yang berkelanjutan dan inklusif, melalui strategi ini, masyarakat desa dapat memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dan memperbaiki kualitas hidup mereka. Pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada di desa tempat mereka tinggal (Endah, 2020).

Teori Pembukuan dan Keuangan UMKM

Pembukuan keuangan merupakan pusat informasi dalam suatu usaha. melalui pembukuan, pelaku usaha dapat memantau kondisi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran, serta menyusun strategi berdasarkan anggaran yang tersedia. Dengan membuat laporan keuangan atau pembukuan keuangan sederhana dapat mengurangi resiko kerugian usaha. (Pratami et al., 2022)

Teori Pemasaran Digital

Menurut (Syukron et al., 2022) *digital marketing* ialah penggunaan internet dan teknologi informasi yang bertujuan untuk meningkatkan serta memperluas fungsi-fungsi *marketing traditional*. *Digital marketing* menjadi alat yang penting dalam era digitalisasi. *Digital marketing* juga mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, sekaligus mempermudah konsumen dalam mencari dan mendapatkan informasi produk secara online. Manfaat yang akan didapatkan dalam menggunakan sosial media sebagai sarana pemasaran produk UMKM sangat besar. Hal ini menunjukkan bahwa pengimplementasian *digital marketing* memiliki potensi yang kuat untuk terus dikembangkan (Az-Zahra, 2021).

Menurut (Fahdia et al., 2022) menambahkan bahwa salah satu manfaat *digital marketing* adalah biaya promosi yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu, bagi pelaku usaha yang baru memulai bisnis dan ingin memperluas jangkauan pasar dengan cepat, strategi *digital marketing* adalah pilihan yang tepat. Namun, meskipun para pelaku UMKM tertarik dalam menggunakan *digital marketing*, terutama media sosial, mereka masih

menghadapi kendala dalam pemanfaatannya. Kendala tersebut meliputi kurangnya pemahaman dalam membuat postingan yang menarik, tahapan penggunaan dan pemilihan saluran *digital marketing* dan lain-lain (Bangun & Purnama, 2022).

Analisis Situasi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat pada pelaku UMKM warga desa Gunung Putri RT 03, Bogor, dilakukan analisis situasi mengenai kondisi UMKM dan dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi warga esa. Permasalahan tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Permasalahan Mitra Pelaku Usaha/Umk

ASPEK	MANFAAT
Pelaku usaha UMKM setempat belum memiliki pembukuan digital dalam pencatatan usahanya.	Pembukuan digital memberikan banyak manfaat terutama dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan keuangan pribadi maupun usaha.
Sebagian pelaku UMKM di Desa RT 03, Kecamatan Gunung Putri, belum sepenuhnya memanfaatkan <i>digital marketing</i> sebagai strategi untuk mempromosikan produk atau jasa mereka, sehingga potensi pemasaran dan pengembangan usaha masih terbatas pada metode pemasaran biasa.	<i>Digital marketing</i> memberikan banyak manfaat bagi UMKM, mulai dari efisiensi biaya hingga peningkatan jangkauan pasar.

3. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kali ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *action research*. Objek dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha/UMKM di desa Gunung Putri, RT 03 Bogor. Adapun kegiatan yang dilakukan pada kegiatan kali ini diuraikan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Sebelum melaksanakan PKM di Desa Gunung Putri, Kecamatan Gunung Putri, Bogor, berbagai persiapan dilakukan oleh tim pengabdi yang meliputi komunikasi dengan mitra/warga desa, melaksanakan survei lapangan, melakukan observasi serta mengidentifikasi permasalahan yang dialami mitra/warga setempat dan melakukan perencanaan penyusunan masalah (*problem solving*).

Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini tim pengabdian melaksanakan survei terhadap pelaku UMKM di kecamatan Gunung Putri, Bogor serta membantu menyelesaikan masalah yang dialami para pelaku UMKM. Permasalahan yang ditemukan meliputi masalah pembukuan dan pemasaran produk melalui platform secara digital. Pembukuan dan praktiknya juga disosialisasikan dalam tahapan ini.

Adapun tahapan pelaksanaan meliputi kegiatan sebagai berikut:

- a. Pengarahan yang dilakukan oleh pihak FEB Universitas Panca Sakti Bekasi.
- b. Pemaparan materi yang dilakukan oleh nara sumber.
- c. Pelatihan *digital marketing* meliputi strategi pemasaran dan penggunaan media sosial.
- d. Pelatihan pembuatan pembukuan digital.
- e. Monitoring penerapan *digital marketing*.
- f. Monitoring pembuatan Laporan Keuangan digital.
- g. Evaluasi Pembuatan Pembukuan digital dan penerapan *digital marketing* pada pelaku UMKM warga Desa Gunung Putri, Bogor.
- h. Hasil Pembukuan Digital dan *digital marketing* pelaku UMKM.

Tahap Evaluasi dan Penutup

Masalah-masalah yang dialami oleh para UMKM selanjutnya dibahas dan dipelajari bersama oleh tim pengabdian, untuk kemudian diberikan solusi alternatif sebagai solusi terakhir. Langkah terakhir memberikan kesimpulan yang jelas dan menyeluruh tentang hasil kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor memiliki output diantaranya:

1. Pelaku UMKM memahami dasar-dasar pembukuan;
2. Pelaku UMKM memahami cara mempromosikan produk melalui strategi *digital marketing*.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, dilaksanakan di Pendopo RT 03 Kecamatan Gunung Putri. Kegiatan ini mencakup tentang pembukuan digital dan pemasaran digital untuk pelaku UMKM dengan tema Pemberdayaan UMKM Melalui Pembukuan dan Pemasaran Digital di Kecamatan Gunung Putri, Bogor.

Kegiatan ini bertemakan pembukuan dan strategi *digital marketing* berfokus pada pencatatan keuangan dan promosi melalui media sosial yang selama ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Panitia Melakukan Registrasi Dengan Para Pelaku UMKM

Panitia melakukan registrasi pelaku UMKM melalui serangkaian proses yang mencakup pengumpulan data, verifikasi identitas, dan memastikan bahwa pelaku UMKM terdaftar dengan tepat agar dapat mengikuti acara tersebut.



Gambar 1. Registrasi Peserta

2. Pembukaan Acara oleh MC

MC menyapa pelaku UMKM dengan penuh kehangatan dan ramah, serta mengucapkan terima kasih atas kehadiran para pelaku UMKM. Hal ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang akrab dan menyambut pelaku UMKM dengan baik. Setelah itu, MC memperkenalkan diri dengan menyebutkan nama dan perannya dalam acara, sehingga pelaku UMKM mengetahui siapa yang akan memandu jalannya acara. MC juga memberikan gambaran umum tentang alur acara, mencakup urutan kegiatan yang akan berlangsung dan bagaimana acara akan dilaksanakan agar pelaku UMKM dapat memahami konteks keseluruhan acara tersebut.



Gambar 2. Pembukaan Acara oleh MC

3. Sambutan Ketua Pelaksana, Ketua RT, dan Dosen Pembimbing

Tahap berikutnya adalah sesi sambutan yang diawali oleh Ketua Pelaksana yang menyampaikan tujuan dan harapan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Sambutan dilanjutkan oleh Ketua RT setempat yang memberikan dukungan serta apresiasi atas inisiatif kegiatan yang melibatkan warga. Terakhir, Dosen Pembimbing memberikan pesan motivasi dan arahan terkait pentingnya kolaborasi antara mahasiswa, dosen, dan masyarakat, Dosen Pembimbing memberikan pesan motivasi dan arahan terkait pentingnya kolaborasi antara mahasiswa, dosen, dan masyarakat dalam mewujudkan manfaat nyata dari program ini.



Gambar 3. Sambutan Ketua Pelaksana, Ketua RT, dan Dosen Pembimbing

4. Pemaparan Materi Dilakukan oleh Narasumber

Pada tahap pertama, narasumber memperkenalkan diri, menyampaikan tujuan pemaparan, serta memberikan gambaran umum mengenai topik yang akan dibahas. Langkah ini bertujuan untuk menarik perhatian pelaku UMKM dan mempersiapkan mereka menerima materi yang akan disampaikan. Kemudian dilanjut dengan pemaparan materi utama. Narasumber menjelaskan pokok-pokok materi secara rinci. Materi dibagi dalam beberapa subtopik atau poin utama yang disusun secara logis. Narasumber menggunakan contoh, data, gambar, atau grafik untuk memperjelas penjelasan agar lebih mudah dipahami oleh pelaku UMKM.

Tahap kedua adalah interaksi dan diskusi. Di sini, narasumber memberi kesempatan kepada pelaku UMKM untuk bertanya, memberikan pendapat, atau berdiskusi. Hal ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman pelaku UMKM, serta memberikan mereka kesempatan untuk mengklarifikasi hal-hal yang belum dipahami atau menggali lebih lanjut topik yang telah disampaikan.

Pada akhir pemaparan, narasumber akan merangkum poin-poin utama yang telah dibahas, menarik kesimpulan, dan memberikan pesan penting yang diharapkan dapat diambil oleh pelaku UMKM.



Gambar 4. Pemaparan Materi

5. Sesi Tanya Jawab Pemateri Dengan Pelaku UMKM

Setelah pemaparan selesai, narasumber memberikan waktu untuk pelaku UMKM mengajukan pertanyaan. Hal ini memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperjelas hal-hal yang belum dipahami atau menggali lebih dalam mengenai topik tertentu. Dengan adanya sesi tanya jawab ini, pemaparan materi menjadi lebih terstruktur, dan pelaku UMKM dapat mengikuti serta memahami informasi dengan lebih baik.



Gambar 5. Sesi Tanya Jawab

5. KESIMPULAN

Sebagai hasil dari pelaksanaan program ini, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan, dapat diuraikan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Tidak semua pelaku UMKM di desa Gunung Putri, Bogor mengetahui cara membuat dan membaca laporan keuntungan, sehingga mereka tidak dapat mendapatkan nilai laba yang sebenarnya.
2. Pelaku UMKM di desa Gunung Putri, Bogor perlu disiplin dan membiasakan diri melakukan pembukuan untuk usahanya, sehingga mereka dapat menghitung biaya produksi dan konsumsi keluarga.
3. Pelaku UMKM di Desa Gunung Putri mulai memahami manfaat pembuatan pembukuan digital , antara lain dapat mengurangi kesalahan dalam pencatatan, meningkatkan efisiensi waktu, hingga mendukung pengambilan keputusan.

4. Pelaku UMKM di Desa Gunung Putri juga belum memanfaatkan *digital marketing* secara optimal. Banyak pelaku UMKM yang tidak mengetahui cara memasarkan produk mereka secara efektif melalui platform digital, yang menghambat potensi mereka untuk berkembang di pasar yang lebih luas.
5. Pelaku UMKM di Desa Gunung Putri perlu membiasakan diri untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi penjualan mereka.

Secara keseluruhan, pembukuan digital yang dilaksanakan di Desa Gunung Putri, RT 03, Bogor, berhasil memberikan dampak positif dalam mengelola keuangan secara lebih modern dan efisien. Selain itu, pelatihan *digital marketing* yang diberikan juga berhasil membuka wawasan pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran online dan strategi untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial dan platform digital lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Sciences, 77–88. <http://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/view/47>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi pemanfaatan digital marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). ADI Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Chairia, C., Ginting, J. V. B., Ramles, P., & Sabrina, Y. (2021). Pelatihan pembukuan sederhana bagi pelaku UMKM Pancur Batu di Desa Baru Kecamatan Pancur Batu. SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 5(1), 323. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6439>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 6(1), 135–143. <https://jurnal.unigal.ac.id/moderat/article/view/3319/2914>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan bagi UMKM Tajur Halang Makmur. Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.147>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian desa. Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
<http://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/download/47/30>

- Lailah Fujianti, Susilowati, Soemarsono, Sri Irvati, & Kenigi Harisandi. (2021). Meningkatkan keahlian pembukuan berbasis handphone bagi UMKM Posdaya Cempaka. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(1), 81–88. <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2557>
- Lie, B. (2023). Peningkatan literasi keuangan pada UMKM di wisata kuliner Kebon Ayu melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Jurnal Wicara Desa*, 1(4), 556–564. <https://doi.org/10.29303/wicara.v1i4.3368>
- Machfuzhoh, A., L.-, & Widyaningsih, I. U. (2020). Pelatihan pembukuan sederhana bagi UMKM menuju UMKM naik kelas di Kecamatan Grogol. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12143>
- Misnawati, M., Christy, N. A., Isman, I., Anwarsani, A., Nopy, Y., & Salwa, N. (2024). Strategi sukses untuk bisnis pengetikan dan fotokopi di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 302-314.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan sederhana bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680. <https://doi.org/10.47679/ib.2022287>
- Nurhasan, N., & B, R. S. (2023). Analisis pembukuan sederhana terhadap pengelolaan cashflow UMKM di Desa Ciangsana, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 273. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.978>
- Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap strategi penerapan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM produk kuliner di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>
- Pratami, S., Yeni, Y., Lazuardi, S., & Putri, A. U. (2022). Sosialisasi cara pembukuan laporan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM pada toko sembako di Desa Alai Selatan Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1280. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10389>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam penggunaan digital marketing pada komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2022). Tantangan, kendala, dan kesiapan pemasaran online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v1i1.2363>
- Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi pemasaran produk di era digital pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159–164. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.282>

- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan digital marketing sebagai upaya peningkatan penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112
- Wijaya, R. S., Rahmaita, Murniati, Nini, & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi akuntansi bagi pelaku UMKM di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 02(01), 40–44.