

PENDAMPINGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI SUKARESMI CIANJUR, JAWA BARAT

Abdul Manap¹, Lilik Swarnata Angga Buana², Diana Pujiningsih³, Sinta Julina⁴,
Zurlina Lubis⁵, Sugito⁶, Arko Pujadi⁷

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jayabaya

³⁾ Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Jayabaya

⁴⁾ Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Jayabaya

⁵⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jakarta Internasional

⁶⁾ Program Studi Ilmu Administrasi, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Menarasiswa

⁷⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Jayabaya

e-mail: hamanap.joyo@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk mengintegrasikan konsep keuangan ke dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan ini difokuskan pada toko kelontong di Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, dengan tujuan meningkatkan kinerja bisnis serta mencapai kesuksesan yang lebih besar. Melalui kegiatan yang melibatkan usaha mikro kecil dan pengecer, kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha akan diatasi dengan pendekatan yang mengintegrasikan konsep, seperti pengetahuan manajemen bisnis dan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi. Pengembangan ini diwujudkan dengan menyelaraskan konsep-konsep manajemen keuangan, yang meliputi pengarah pengetahuan bisnis dan peningkatan kualitas kewirausahaan terhadap kesuksesan perusahaan. Integrasi konsep manajemen keuangan diharapkan mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi usaha kecil dan menengah dalam mengembangkan bisnis mereka. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat lebih efisien dalam mengelola sumber daya finansialnya dan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam penggunaan dana. Hal ini secara keseluruhan akan meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan dalam pasar yang semakin tajam.

Kata kunci: Pendampingan UMKM, Daya saing, Toko Kelontong

Abstract

This community service implementation aims to integrate financial concepts into the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs). This activity is focused on grocery stores in Sukaresmi, Cianjur Regency, with the aim of improving business performance and achieving greater success. Through activities involving micro, small businesses and retailers, obstacles faced in business development will be overcome with an approach that integrates concepts, such as knowledge of business management and entrepreneurship, creativity and innovation. This development is realized by aligning financial management concepts, which include directing business knowledge and improving entrepreneurial qualities towards company success. The integration of financial management concepts is expected to have a significant positive impact on small and medium businesses in developing their business. In this way, it is hoped that companies can be more efficient in managing their financial resources and make more appropriate decisions in the use of funds. Overall, this will improve the company's performance and competitiveness in an increasingly sharp market.

Keywords: MSME Assistance, Competitiveness, Grocery Stores

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian. UMKM tidak hanya menjadi sumber lapangan pekerjaan yang luas, tetapi juga memberikan layanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat umum (Santoso and Herlina, 2023). Pertumbuhan UMKM juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Oleh karena itu, saat ini UMKM mendapatkan perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, perbankan swasta, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga lainnya (Herudiansyah et al., 2021). Hal ini didasari oleh potensi besar UMKM dalam

menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, serta berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat (Jamil, Mutmainnah and Azizah, 2022).

Usaha mikro biasanya beroperasi tanpa badan usaha formal sehingga berada dalam sektor informal, yang menyebabkan jaranganya perusahaan mikro membayar pajak kepada pemerintah (Supriyanto, 2022). Usaha mikro juga cenderung memiliki jumlah pegawai yang terbatas dan belum memiliki struktur organisasi formal karena keterbatasan tenaga kerja (Supriyanto et al., 2023). Di sisi lain, usaha menengah di Indonesia umumnya telah berbentuk badan hukum dan beroperasi dalam sektor formal, serta telah terdaftar dan membayar pajak secara reguler. Manajemen bisnis yang profesional menjadi hal yang sangat penting dalam usaha menengah untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan bisnis. Target pasar dari usaha menengah ini cenderung lebih luas, mencakup pasar domestik dan bahkan internasional, terutama untuk kelas konsumen menengah ke atas (Abdul Manap et al., 2023).

Penerapan inovasi dan efisiensi baru dalam usaha mikro dapat memiliki dampak positif yang signifikan, baik bagi UMKM itu sendiri maupun bagi bisnis yang menggunakan inovasi tersebut (Karyono, 2022). Inovasi ini dapat membantu bisnis untuk berkembang menjadi lebih besar dan lebih efisien dalam operasinya. Perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta aktivitas inovatif, memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan berbagai jenis usaha. Sebagai contoh, usaha mikro yang menerapkan teknologi informasi dalam proses produksi atau pemasarannya dapat mengalami peningkatan efisiensi dan produktivitas yang signifikan.

Usaha Mikro yang awalnya kecil dapat berkembang menjadi usaha kecil, menengah, bahkan besar, yang pada gilirannya dapat berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat secara keseluruhan (Utami and Nugraha, 2021). Warung kelontong merupakan salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang penjualan makanan, minuman, dan bahan pangan dengan harga yang lebih terjangkau. Meskipun beroperasi dalam skala mikro, Warung kelontong memiliki pesaing yang kuat, seperti supermarket dan bisnis sejenis lainnya. Namun, Warung-warung ini memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari warung pada umumnya, yaitu keberadaan layanan 24 jam. Keputusan untuk membuka warung selama 24 jam memungkinkan Warung kelontong untuk menjangkau pelanggan pada berbagai waktu, termasuk saat malam hari atau dini hari, ketika warung lainnya mungkin sudah tutup. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Warung dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang memerlukan akses ke produk makanan dan minuman secara cepat dan mudah di waktu-waktu tertentu. Dengan demikian, Warung-warung akan dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin tajam.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di wilayah kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat, pada hari Sabtu 05 Oktober 2024 dengan durasi selama satu hari selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Metode pengabdian dilakukan melalui pendampingan dan ceramah kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pemilik usaha warung kelontong dan pemilik online shop fashion di daerah Sukaresmi. Pendampingan dilakukan melalui serangkaian kegiatan, termasuk wawancara mendalam, observasi langsung, pembekalan manajemen bisnis dan analisis dokumen. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara lebih baik tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, serta memberikan bantuan dan saran yang sesuai untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat UMKM di wilayah tersebut dan mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan ekonomi lokal di daerah tersebut.

Tim pengabdian melakukan wawancara dengan para pengusaha mikro kecil, khususnya pemilik warung, untuk memahami bagaimana mereka melakukan penawaran dan permintaan terhadap pembeli serta penjual. Selain itu, tim juga menanyakan strategi apa yang mereka terapkan untuk menjual dagangan mereka dan bagaimana mereka mengelola keuangan usaha mereka. Observasi secara mendalam dilakukan terhadap UMKM mikro kecil, seperti warung-warung ini, dengan melakukan pengabdian langsung terhadap usaha tersebut. Sementara itu, terhadap UMKM mikro menengah, tim melakukan observasi terhadap pemilik online shop fashion. Setelah mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi, tim melakukan analisis data untuk menyimpulkan dan menganalisis hasilnya. Berdasarkan analisis tersebut, tim memberikan arahan dan rekomendasi kepada para

pengusaha mikro tersebut untuk pengayaan usaha mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan dimulai sejak tanggal 05 Oktober 2024 di lokasi mitra yang tersebar di sekitar wilayah Kecamatan Sukaresmi. Hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa para pengusaha warung-warung di sekitar Sukaresmi memiliki pemahaman yang baik tentang pasar lokal dan telah mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan serta mengelola keuangan mereka dengan baik. Meskipun dihadapkan dengan tantangan seperti persaingan pasar yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku, kebanyakan dari mereka mampu bertahan dengan mengandalkan kreativitas dan adaptabilitas dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini mencerminkan tingkat ketahanan dan kesiapan mereka dalam menghadapi dinamika pasar dan menunjukkan potensi besar UMKM lokal untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat Sukaresmi Kabupaten Cianjur.



Gambar 1. Narasumber dan Peserta Pendampingan UMKM

Dalam strategi pemasaran dan penawaran, para pengusaha warung umumnya mengandalkan kualitas dan keunikan produk mereka sebagai daya tarik utama bagi pembeli (Abdullah et al., 2021). Mereka sering kali menekankan pada kualitas bahan dan cita rasa autentik dari makanan dan minuman yang mereka tawarkan. Selain itu, para pengusaha ini juga dapat memberikan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan warung lainnya (Kartika, Rudiarno and Suhariningsih, 2020), sehingga mampu menarik minat pembeli untuk berbelanja di warung mereka. Dengan menyediakan produk berkualitas dengan harga terjangkau, para pengusaha warung dapat memperluas pangsa pasar mereka dan meningkatkan daya saing usaha mereka di tengah persaingan pasar yang ketat (Utami et al., 2023).

Dalam hal permintaan, Tim pengabdian memberikan arahan kepada para pengusaha warung untuk mencoba memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan mereka dengan melakukan survei informal atau percakapan langsung dengan pelanggan. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan permintaan pasar yang sebenarnya. Strategi penjualan yang seringkali mereka terapkan adalah mengandalkan pemasaran mulut ke mulut serta menawarkan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan warung lainnya. Selain itu, mereka juga cenderung memberikan diskon atau promosi khusus untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan tetap. Dengan demikian, para pengusaha warung dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan memperluas pangsa pasar mereka dengan strategi pemasaran yang efektif dan harga yang kompetitif.

Beberapa pengusaha warung pada hari-hari Raya tertentu juga menggunakan strategi penjualan lintas produk dengan menawarkan paket hemat atau bundel produk untuk meningkatkan penjualan. Dengan menawarkan paket-paket ini, mereka dapat menarik minat pelanggan yang ingin membeli lebih dari satu produk dengan harga yang lebih terjangkau. Strategi ini membantu meningkatkan volume penjualan dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dalam manajemen keuangan, kami memberikan pengayaan kepada pengusaha warung untuk memisahkan keuangan pribadi dan

usaha (Efi and Supriyanto, 2023). Para pengusaha ini diajarkan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur untuk memantau kesehatan keuangan warung mereka. Dengan melakukan pencatatan keuangan yang disiplin, mereka dapat memahami dengan lebih baik arus kas usaha (Supriyanto et al., 2021). mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat menghemat biaya, serta mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan strategis. Hal ini membantu mereka dalam menjaga stabilitas keuangan warung mereka dan meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi, seperti aplikasi keuangan, juga untuk membantu mereka mencatat dan melacak arus kas serta mengelola stok dengan lebih efisien (Hawa, Setyorini and Nabyla, 2023). Dengan menggunakan aplikasi keuangan, mereka dapat lebih mudah dan efektif dalam mencatat setiap transaksi keuangan dan melacak masuknya serta keluarnya uang yang dimiliki pelaku usaha (Mariana et al., 2021). Selain itu, aplikasi ini juga dapat membantu mereka dalam mengelola stok barang dengan lebih baik, sehingga mereka dapat menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan barang. Hasil dari pendampingan terhadap warung-warung tersebut dinilai positif bagi para pengusaha warung. Pelaku UMKM juga menerima komentar yang baik dari para pengusaha UMKM tentang manfaat dan nilai tambah dari pendampingan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya dalam memberikan bantuan dan arahan kepada para pengusaha UMKM, termasuk para pengusaha warung telah memberikan dampak positif dan diapresiasi oleh para pelaku usaha tersebut.

Dalam pengabdian tim fokus pada kualitas produk, desain yang menarik, dan harga yang bersaing untuk menarik perhatian pembeli. Narasumber memberikan arahan kepada para pengusaha UMKM untuk memperhatikan aspek-aspek ini dalam pengembangan produk mereka agar dapat bersaing di pasar. Selain itu, diberikan juga memberikan bantuan dalam hal branding dan pemasaran agar produk-produk tersebut dapat dikenal dan diminati oleh lebih banyak konsumen. Dalam hal manajemen keuangan, kami memberikan arahan kepada para pengusaha untuk menggunakan aplikasi keuangan atau perangkat lunak untuk melacak penjualan, pengeluaran, dan laba bersih mereka. Dengan memanfaatkan teknologi ini, mereka dapat dengan lebih efisien dan efektif mengelola keuangan usaha mereka. Selain itu, diberikan juga bagaimana membantu mereka dalam memahami dan mengelola diversifikasi produk serta menjaga stok barang agar tidak kelebihan atau kekurangan persediaan, sehingga dapat mengoptimalkan pengeluaran dan pendapatan. Dalam proses pengabdian tersebut, tim memfokuskan terhadap usaha mikro kecil, seperti pembelusukan warung, untuk memahami secara mendalam kondisi dan kebutuhan mereka. Setelah itu, melakukan pengayaan dengan memberikan arahan, pelatihan, dan bantuan yang lebih mendalam kepada para pengusaha UMKM untuk meningkatkan kualitas dan kinerja usaha mereka yang berdaya saing timggi.



Gambar 2. Warung Kelontong, Sukaresmi

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan UMKM di wilayah Kecamatan Cianjur, Jawa Barat dilakukan pada hari Sabtu tanggal 05 Oktober 2024, narasumber melakukan pembinaan terhadap warung-warung dan pembinaan terhadap online shop fashion. Hasil pembinaan terhadap Warung-warung menunjukkan bahwa para pengusaha memiliki pemahaman yang baik tentang pasar lokal dan strategi meningkatkan penjualan. Mereka mengandalkan kualitas, keunikan produk, dan harga yang terjangkau untuk menarik pembeli. Namun, mereka membutuhkan arahan lebih lanjut untuk memahami preferensi pelanggan dan memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Para pengusaha warung menyambut baik saran dan komentar positif yang narasumber berikan selama proses pendampingan. Hal ini

menunjukkan bahwa upaya pembinaan yang dilakukan telah memberikan manfaat dan diapresiasi full oleh para pelaku usaha tersebut.

Kesimpulan menunjukkan bahwa pendampingan UMKM di wilayah Kecamatan Sukaresmi telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Pembinaan yang diberikan difokuskan pada manajemen bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan pemahaman pasar. Hasilnya, para pengusaha menunjukkan peningkatan dalam beberapa aspek. Pertama, dalam pemahaman pasar, pengusaha warung-warung telah menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pasar online dan strategi pemasaran yang efektif, meskipun dihadapkan pada persaingan yang ketat. Kedua, Strategi pemasaran, pengusaha mampu menerapkan strategi yang lebih efektif untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan dengan fokus pada kualitas produk, tren pasar, dan keunikan produk. Ketiga, dalam manajemen keuangan, pengusaha lebih baik dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta mengelola arus kas dengan lebih efisien.

Keberhasilan pendampingan ini juga dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal di wilayah Sukaresmi. Dengan memperbaiki dari berbagai aspek, pengelolaan keuangan dan penjualan pada UMKM, maka akan membantu meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM yang pada akhirnya dapat meningkatkan dan memperkuat ekonomi lokal. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha UMKM di Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Cianjur, Jawa Barat pada umumnya, untuk terus meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam pengelolaan keuangan, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing yang lebih baik lagi..

SARAN

Hasil pengabdian yang telah dilakukan di Sukaresmi Kabupaten Cianjur, Jawa Barat perlu berinovasi dalam meningkatkan keterampilan penggunaan teknologi digital yang konstruktif untuk pengelolaan keuangan dan penjualan dalam meningkatkan daya saing UMKM yang lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jayabaya dan instansi yang telah memberi support dan financial terhadap terselenggaranya pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah, B. N. (2019). Otomatisasi pencatatan akuntansi pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 188–206.
- Andriany, L. M., Murtianingsih, M., Rachmawati, I. K., & Ruspitasari, W. D. (2020). Pelatihan Strategi Bisnis, Pelaporan Keuangan, dan Perpajakan pada CV Safira Media Utama Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.32815/jpm.v1i1.229>
- Anggraeni, Y. N. (2023). Analisis pengelolaan keuangan pada bisnis online Indah Widia Multibeauty di Kabupaten Tulungagung. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1916–1923.
- Dewi, F. P. (2021). Analisis Penerimaan Software Akuntansi Accurate dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Badan Usaha Non Akademik Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 7(2), 183–191.
- Dewi, S. R., Sriyono, S., & Sumartik, S. (2021). Pendampingan dan penguatan UMKM Desa Kenongo melalui branding dan legalitas produk di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 95–101.
- Efi, N. and Supriyanto, A. (2023) ‘Pengaruh Hunger Marketing terhadap Perceived Value untuk Meningkatkan Pembelian Tidak Terencana’, *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(3), pp. 397–414.
- Firdaus, S. A., Iham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi COVID-19 pada saat new normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Hafsah, H., & Hanum, Z. (2021). Penggunaan Akuntansi Dalam Menjalankan Usaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 307–318.

- Hawa, S.D., Setyorini, R. and Nabyla, F. (2023) 'Pelatihan Tata Kelola Manajemen dan Digital Marketing bagi Kelompok Pengrajin Budi Sangkar', *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 2(2), pp. 73–80.
- Herudiansyah, G. et al. (2021) 'Pedampingan Manajemen Tata Kelola Bumdes Dan Umkm Di Desa Payo Kecamatan Merapi Barat Kabupaten Lahat', *Suluh Abdi*, 3(2), pp. 102–107.
- Hisnul, H., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknology Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 49–58.
- Jamil, M., Mutmainnah, D. and Azizah, M. (2022) 'Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya', *Share: Journal of Service Learning*, 8(2), pp. 196–207.
- Kartika, C., Rudiatio, R. and Suhariningsih, L. (2020) 'Pengelolaan dan Pembinaan Usaha Mikro Warung Makanan dan Minuman Model Primitive Di Surabaya Barat', *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Karyono, O. (2022) 'Pendampingan Manajemen berbasis syariah dalam meningkatkan Kinerja UKM Bidang Pengolahan Makanan di Kota Watampone', *JURNAL PARAHITA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), pp. 1–10.
- Kustanto, A. (2022). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai: Pilar Ekonomi Kerakyatan Dalam Dimensi Politik Hukum Integratif. *QISTIE*, 15(1), 17–31.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemsaran*. Jakarta: Mitra Wacan Media.
- , 2018. *Manajemen Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- , 2021. *Manajemen Kewirausahaan Era Digital*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- , 2023. *Pemeriksaan Bisnis Era Digital, Edisi Pertama*. Kimshafi Alung Cipta: Palangkaraya.
- , 2024. *Manajemen Strategi Inovasi, Edisi Pettama*. Bekasa. Kimshafi Alung Cipta.
- , 2024. *Internet Marketing, Edisi Pertama*. Padang: Takaza.
- , 2023. *Workshop Tata Kelola Keuangan Bagi Umkm Secara Sederhana Dan Digital*. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8952–8960. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.20083>
- , 2023. *Workshop Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Umkm Di Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor*. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9257–9262. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.20415>
- Mariana, N. et al. (2021) 'Penyuluhan Dan Pendampingan Tata Kelola Manajemen Dan Pembuatan Laporan Keuangan Untuk UMKM Kabupaten Demak', *IKRA-ITH ABDIMAS*, 4(3), pp. 26–33.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147–162.
- Rahayu, P., Suaidah, I., & Wardani, Z. D. (2022). Mampukah Digital Literacy Memengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Smartphone Bagi UMKM? *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 173–188.
- Santoso, R. and Herlina, A. (2023) 'Pendampingan tata kelola keuangan UMKM berbasis digital untuk generasi Z', *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, pp. 341–352.
- Suarni, A., & Sawal, A. R. (2020). Peran Akuntansi Dalam Rumah Tangga Dan Penerapan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Secara Islami Di Masa Pandemi Covid-19. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 110–129.
- Supriyanto, A. et al. (2021) 'Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0', *Janaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), pp. 55–65.
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69–82.
- Supriyanto, A. et al. (2023) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Utami, E.M. et al. (2023) 'Penguatan Tata Kelola Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kampong Rajoet Bandung', *Madaniya*, 4(1), pp. 348–357.

- Utami, S.E. and Nugraha, Y.E. (2021) 'Pelatihan Manajemen Usaha UKM Sebagai Upaya Bangkit dari Pandemi Bagi Kelompok Perempuan Pengrajin Tenun Ikat di Kampoeng Tenun Alor Kota Kupang', *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(2), pp. 63–74.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1), 01–14.