
Pendampingan UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati dalam Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan

Assistance to Mrs Indrawati's Clothing Shop MSMEs in Marketing and Financial Management

Elis Mediawati^{1*}, Cindy Pujanie², Angela Delarosa³, Lies Azizah⁴, Raden Rizka Aulya⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudhi No.229 Bandung 40154 - Indonesia

*E-mail corresponding author: elis.mediawati@upi.edu

Received: 04 Agustus 2023; Revised: 15 Oktober 2023; Accepted: 28 Desember 2023

Abstrak. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seringkali menghadapi kendala dalam hal pencatatan keuangan dan melakukan strategi pemasaran. Di zaman yang serta digital ini masih banyak UMKM yang belum paham dan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih. Salah satunya UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati yang belum melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran secara online. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini bertujuan agar UMKM dapat melakukan pencatatan keuangan dan memaksimalkan pemasaran menggunakan aplikasi yang ada. Metode pelaksanaan pengabdian ini dengan melakukan observasi pada UMKM dan wawancara agar mengetahui permasalahan yang dihadapi, serta melakukan pendampingan pemasaran menggunakan aplikasi WhatsApp dan juga pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati mampu melakukan pemasaran secara digital dan mampu membuat laporan keuangan.

Kata Kunci: Pakaian; pemasaran; pencatatan keuangan; usaha mikro kecil menengah.

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) often face obstacles in terms of financial records and marketing strategies. In this digital age, there are still many MSMEs that do not understand and utilize sophisticated technology. One of them is Mrs. Indrawati's Clothing Shop, which has not yet made financial records and marketing online. With this service activity, it is intended that MSMEs can carry out financial records and maximize marketing using existing applications. The method of implementing this service is by conducting observations at MSMEs and interviews to find out the problems faced, as well as providing marketing assistance using the WhatsApp application and also financial records using Microsoft Excel. The results of this service activity show that Mrs. Indrawati's Clothing Shop MSMEs are able to do digital marketing and are able to make financial reports.

Keywords: Clothing; financial record keeping; marketing; micro small medium enterprises.

DOI: 10.30653/jppm.v9i1.585

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian negara Indonesia. Selain membantu dalam perekonomian negara, UMKM mempunyai banyak peran lainnya yaitu dapat mengurangi angka pengangguran (Istanti et al., 2020). Jumlah UMKM di Indonesia tergolong cukup tinggi sehingga dikatakan dapat membantu mengurangi populasi pengangguran (Dewi et al., 2020). Tidak hanya itu, UMKM merupakan sarana untuk mendistribusikan hasil pembangunan ke seluruh wilayah yang ada di negeri ini.

Meskipun UMKM memiliki beberapa peran penting, tidak dapat dipungkiri bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah tetap memiliki beberapa kendala serta kelemahan atas usahanya. Rata rata Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kendala dalam pengelolaan keuangan serta strategi pemasaran (Haryanto et al., 2020). Kendala dalam mengelola keuangan disebabkan oleh ketidakmampuan untuk memisahkan kebutuhan rumah tangga dengan kebutuhan operasional usaha. Ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai manajemen keuangan serta pemahaman informasi akuntansi (Fitriana et al., 2022).

UMKM memerlukan laporan keuangan atas kinerja keuangannya agar dapat melihat perkembangan bisnisnya (Alinsari, 2021). Keberhasilan UMKM tidak semata mata ditentukan oleh beberapa faktor saja. Tetapi kemampuan mengelola usaha pun sama pentingnya untuk keberhasilan UMKM, pembukuan akan menjadi salah satu faktor penting (Erstiawan & Wibowo, 2021). Laba yang didapat oleh UMKM seringkali dilakukan secara sederhana tanpa dirinci kembali secara menyeluruh. Cara ini masih kurang optimal serta belum tepat. Maka dari itu pembukuan keuangan pada UMKM menjadi penting untuk kemajuan usaha.

Kendala lainnya dialami oleh UMKM yaitu memasarkan produk atau jasa (Tanan & Dhamayanti, 2020). Dalam memasarkan produk atau jasa perlu adanya strategi. Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan produk berupa barang atau jasa dengan menggunakan taktik untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran dilakukan untuk mengembangkan keunggulan bersaing. Pada era globalisasi ini, pemasaran dapat dilakukan dengan mudah dan secara gratis. Jika pada zaman dahulu pemasaran dilakukan dengan membagikan brosur serta mengeluarkan biaya, sekarang kita dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan lain lain. Melakukan pemasaran online bukan berarti kita berjualan secara online juga. Kita dapat memasarkan produk dari toko yang ada secara offline. Pemasaran atau promosi produk dilakukan untuk menaikkan angka penjualan sehingga laba yang akan dihasilkan pun akan meningkat.

UMKM terdiri dari beberapa sektor salah satunya yaitu sektor perdagangan (Syamsul, 2022). Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang paling diminati oleh para pelaku usaha. Industri yang cukup diminati dalam sektor ini yaitu industri pakaian anak. Anak-anak memiliki jumlah pakaian yang lebih banyak dibandingkan orang dewasa. Sebab mereka masih dalam masa pertumbuhan yang mengakibatkan berat dan tinggi yang terus bertambah.

Mitra UMKM kami yaitu Ibu Indrawati ini berdiri sejak tahun 2017 yang menjual pakaian anak dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik. Lokasi aktivitas dagang yang dilakukan Ibu Indrawati yaitu di Taman Tegalega Bandung serta Monumen Perjuangan atau sering disebut Lapangan Gasibu. Mitra UMKM kami sedang mengalami kendala dalam pembukuan keuangan serta pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk membantu kedua permasalahan utama tersebut pada Mitra UMKM "Toko Pakaian Ibu Indrawati".

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan di Taman Tegalega Bandung yang dilakukan dari Bulan Februari hingga Mei 2022. Pendampingan ini dilakukan untuk Mitra UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati. Metode pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain:

1. Membuat Nota Kesepahaman atau MoU dengan Mitra UMKM.
2. Melakukan perkenalan dengan Mitra UMKM dengan melakukan identifikasi profil.
3. Wawancara mengenai kebutuhan serta permasalahan Mitra UMKM serta merencanakan jadwal *coaching*.
4. Menyusun rancangan pendampingan UMKM.
5. Melakukan *coaching* dan pendampingan dengan Mitra UMKM secara rutin.

Pengambilan dokumentasi untuk kegiatan pemasaran dan memberi file excel untuk laporan keuangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan UMKM Mengenai Aplikasi Untuk Pemasaran Dan Pencatatan Laporan Keuangan

Teknologi informasi merupakan alat bantu yang dapat memudahkan kehidupan manusia dalam berbagai bidang, termasuk bidang usaha. Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang usaha dapat memudahkan kegiatan usaha, baik bagi usaha mikro, kecil, dan menengah, dan meningkatkan efektifitas serta efisiensi usaha. Teknologi informasi tersebut dapat berupa aplikasi yang dapat mendukung proses pemasaran dan pencatatan laporan keuangan, seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook*, dan *Microsoft Excel*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Pakaian Ibu Indrawati masih menggunakan cara yang konvensional dalam menjalankan usahanya padahal teknologi informasi sudah berkembang pesat. Untuk pemasaran Toko Pakaian Ibu Indrawati mengandalkan pemasaran pasif dengan cara calon konsumen datang langsung ke lapak usaha dan mengandalkan komentar dari mulut ke mulut mengenai produk yang dijual. Sedangkan untuk pencatatan laporan keuangan Toko Pakaian Ibu Indrawati tidak melakukan pencatatan keuangan ataupun pembukuan sederhana. Hal ini berdampak pada terbatasnya pemasaran produk dan sulitnya melakukan evaluasi atas kemampuan dan kapasitas usaha. Evaluasi atas kemampuan dan kapasitas usaha penting untuk memutuskan penambahan/pengurangan produk dan pengembangan usaha.

Toko Pakaian Ibu Indrawati yang tidak menggunakan aplikasi untuk pemasaran dan pencatatan laporan keuangan bukan karena tidak mengetahui fungsi dan manfaatnya, tetapi karena merasa untuk skala usahanya tidak perlu menggunakan aplikasi pemasaran dan pencatatan laporan keuangan. Padahal Toko Pakaian Ibu Indrawati ingin meningkatkan omset usaha dan memperluas usaha. Jika ingin meningkatkan omset usaha dan memperluas usaha Toko Pakaian Ibu Indrawati perlu meningkatkan strategi pemasaran dan melakukan pencatatan keuangan. Peningkatan strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan omset usaha. Sedangkan pencatatan laporan keuangan diperlukan untuk evaluasi atas kemampuan dan kapasitas usaha sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan penambahan/pengurangan produk dan memperluas usaha.

Penggunaan aplikasi untuk pemasaran dan pencatatan keuangan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan omset usaha dan memperluas usaha. Oleh sebab itu langkah pertama yang dilakukan tim pendampingan kepada pemilik usaha adalah memberikan langkah-langkah yang dilakukan

untuk pencatatan laporan keuangan sederhana. Pemberian langkah-langkah pencatatan laporan keuangan tersebut dilakukan karena pemilik usaha tidak melakukan pencatatan keuangan. Padahal pencatatan laporan keuangan diperlukan untuk evaluasi kinerja usaha dan sebagai bahan pertimbangan keputusan usaha.

Setelah pemberian langkah-langkah pencatatan laporan keuangan, langkah kedua yang dilakukan tim pendampingan yaitu memperkenalkan jenis-jenis aplikasi untuk pemasaran dan pencatatan keuangan dengan menunjukkan tampilan dan isi dari masing-masing aplikasi tersebut. Dengan demikian, pemilik usaha dapat menentukan aplikasi mana yang sesuai untuk memasarkan dan melakukan pencatatan keuangan untuk usahanya. Langkah ketiga yang dilakukan tim pendampingan kepada pemilik usaha yaitu memperkenalkan fitur yang terdapat pada masing-masing aplikasi. Hal tersebut dilakukan untuk mendorong pemilik usaha beralih pada pemasaran dan pencatatan keuangan, Langkah tersebut gunanya agar pemilik usaha beradaptasi dalam menggunakan aplikasi untuk pemasaran dan pencatatan laporan keuangan.

Pemahaman terhadap aplikasi pemasaran dan pencatatan laporan keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan aplikasi tersebut. Pemilik usaha belum mampu mengelola aplikasi secara mandiri sehingga sehingga langkah terakhir yang dilakukan tim pendampingan adalah memberikan langkah-langkah untuk mengelola aplikasi pemasaran dan pencatatan laporan keuangan. Lewat kegiatan pendampingan ini diharapkan pemilik usaha dapat mengelola aplikasi pemasaran dan pencatatan keuangan secara mandiri dan dapat mengembangkan usahanya.

Pemanfaatan Aplikasi dalam pengelolaan pencatatan keuangan dan pemasaran UMKM

Tujuan dari kegiatan pendampingan ini yaitu untuk memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Toko pakaian Ibu Indrawati. Tim pendampingan melakukan identifikasi permasalahan UMKM dengan observasi langsung ke tempat usaha dan mewawancarai pemilik usaha. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara permasalahan utama mitra yaitu pemasaran dan pencatatan laporan keuangan.

Pemasaran yang dilakukan UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati mengandalkan pemasaran pasif dengan cara calon konsumen datang langsung ke lapak usaha dan mengandalkan komentar dari mulut ke mulut mengenai produk yang dijual. UMKM tidak melakukan pemasaran secara online karena menganggap belum perlu. Akan tetapi UMKM berharap untuk meningkatkan omset usaha dan memperluas usaha. Sehingga diperlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha. Maka dari itu tim pendampingan menyarankan agar UMKM melakukan pemasaran lewat sosial media agar jangkauan pemasaran produk menjadi lebih luas dan memperkenalkan aplikasi yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran.

Hasilnya, UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati memilih menggunakan aplikasi Whatsapp sebagai media online penjualan. Aplikasi ini dipilih karena merupakan aplikasi yang mudah dan banyak digunakan. Pada pelaksanaan pelatihan ini, tim pengabdian memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang manfaat penggunaan whatsapp, kemudian tim pengabdian menyiapkan server dan aplikasi untuk base data produk UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati yang akan dipromosikan. Langkah selanjutnya memberikan pelatihan tentang penggunaan aplikasi whatsapp dan promosi produk yg dihasilkan, pada tahap ini UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati akan menginputkan data produk pada aplikasi yang sudah disiapkan, serta memberikan pendampingan jika mengalami kendala. Tahap terakhir melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemanfaatan aplikasi whatsapp dalam promosi dengan melihat perkembangan pendapatan yang mitra usaha peroleh.



Gambar 1. Informasi bisnis ibu Indrawati
 Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 1 di atas merupakan tampilan aplikasi Whatsapp yang selanjutnya digunakan oleh mitra sebagai media pemasaran online. Dalam aplikasi Whatsapp tim pengabdian memanfaatkan fitur *Whatsapp Business* agar lebih profesional. Aplikasi *Whatsapp Business* tersebut memuat beberapa informasi mengenai usaha, diantaranya adalah nama pemilik toko, jenis usaha, deskripsi usaha, lokasi toko, dan jam operasional. Sehingga, dengan adanya informasi tersebut dapat memudahkan pelanggan dan dapat menarik pelanggan baru. Fitur lainnya dalam aplikasi tersebut seperti unggahan cerita juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk. Dengan adanya aplikasi *Whatsapp Business* ini dapat memudahkan pelanggan dalam menanyakan produk-produk yang dipasarkan, tanpa harus datang secara langsung ke tempat untuk bertanya.



Gambar 2. Koleksi baju dewasa
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3. Koleksi baju anak-anak
Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 2 dan 3 adalah produk yang ditawarkan oleh Toko Pakaian Ibu Indrawati. Produk terdiri dari pakaian anak-anak sampai dewasa, dengan berbagai warna, motif, dan model.

Selanjutnya, tim pengabdian memberikan masukan kepada mitra untuk memudahkan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Excel dipilih dengan pertimbangan karena tim pengabdian maupun pihak UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati merasa aplikasi ini dalam penggunaan dan akses yang mudah, kelengkapan fitur yang digunakan serta paling familiar bagi pengguna lainnya. Pembukuan dan pengelolaan keuangan menggunakan Microsoft Excel bisa lebih jelas dan menyeluruh. Ms Excel juga memiliki kelebihan yaitu dapat diterapkan pada data dalam jumlah besar dan informasi dari data tersebut dapat ditampilkan secara grafis. Manfaat penerapan Mrs. Excel berguna untuk menghasilkan laporan keuangan yang tepat guna dan banyak digunakan di Indonesia.

Pendampingan dilakukan dengan memilih sasaran yg dicapai yaitu dengan mengurai beberapa tahap dalam menciptakan catatan penjualan. Dengan keterbatasan pemahaman tentang teknologi informasi kami melakukan praktek pendampingan menggunakan Microsoft excel diawali dengan percakapan, dan tukar pendapat terkait kondisi yang dihadapi dalam pencatatan transaksi saat ini. Penyebab pengelolaan keuangan usaha belum dapat ditangani dengan baik karena kurangnya perhatian dalam aktivitas pencatatan. Tahap berikutnya melakukan pencatatan (input) atas penjualan pada pembukuan sederhana berdasarkan data per hari secara manual di buku catatan. Tahap terakhir yaitu melakukan pemindahbukuan dari yang awalnya melakukan pencatatan secara manual dipindahkan ke dalam Microsoft excel.

Pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada mitra agar bisa mengimplementasikan pada bagian keuangan. Demikian juga pengelolaan keuangan, mitra usaha sudah dapat membuat laporan keuangan sederhana untuk usaha yang mereka kelola yaitu membuat laporan rugi laba dan laporan arus kas.

Terdapat beberapa manfaat yang diperoleh UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati dalam menggunakan aplikasi Microsoft excel dalam pengelolaan keuangan yaitu:

1. Usaha yang dijalankan lebih teratur dan rapi, dengan adanya pembukuan tersebut dapat memberikan gambaran terkait target yang ingin dicapai.
2. Memudahkan pencatatan laporan keuangan.
3. Laporan keuangan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja usaha.

4. SIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian pada UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati yang dilakukan oleh tim kami selama empat bulan ini kami dapat membantu permasalahan yang dialami seperti kurangnya pemahaman penggunaan teknologi untuk mengembangkan usaha dan juga pencatatan keuangan yang belum dilakukan oleh UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati. Tim kami melakukan wawancara agar dapat memberikan solusi yang sesuai dan menjadwalkan pendampingan secara *online* kepada UMKM. Kami melakukan pendampingan pengenalan pada aplikasi WhatsApp untuk memperluas jangkauan penjualan karena aplikasi ini mudah digunakan dan sesuai dengan UMKM ini. Kami juga mendampingi UMKM dalam hal pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel untuk membuat laporan keuangan yang berisi laporan rugi laba dan laporan arus kas agar UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan dan juga perkembangan usaha tiap bulan. Kegiatan pengabdian ini sedikit terhambat karena pendampingan yang dilakukan secara *online* terkendala pada kuota internet dan juga anggota tim kami yang tidak semuanya berada di kota yang sama sehingga tidak bisa melakukan pendampingan secara langsung dan kurang maksimal. Untuk kedepannya, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat dilakukan secara langsung agar dapat memaksimalkan pendampingan terhadap UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Elis Mediawati, S.Pd., SE., M.Si., Ak., CA., selaku dosen Mata Kuliah Proyek Konsultasi yang sudah membimbing dalam penyusunan artikel ini, serta ucapan terima kasih kepada UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati yang sudah bersedia bekerja sama dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Astuti, M. W. (2021). *Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Dan Minat Beli Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Pada Pedagang Kaki Lima Pakaian Batik Di Malioboro*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Dewi, S. N., Haryanto, A. T., & Santosa, J. (2020). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Menggunakan Aplikasi SIAPIK Bagi UMKM Keset Perca Di Desa Ngasinan Etan Kelurahan Gebang. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 805–811. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.176>

- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 107–119). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13957>
- Fitriana, A., Hasibuan, R. R., Tyas, K. Z., & Supriatin, D. (2022). Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM Bidang Pariwisata di Desa Petahunan, Kab. Banyumas. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 17-22. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.787>
- Haryanto, A. T., Dewi, S. N., & Riyadi, J. S. (2020). Pemanfaatan Limbah Ampas Tahu Desa Ngasinan Etan, Gebang, Masaran, Sragen. *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.33061/awpm.v4i1.3551>
- Istanti, L. N., Agustina, Y., Wijijayanti, T., & Dharma, B. A. (2020). Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Bagi Para Pengusaha Bakery, Cake and Pastry (Bcp) Di Kota Blitar. *Jurnal Graha Pengabdian*, 2(2), 163–171. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/13350>
- McGee, R., Brenneman, D. E., & Spector, A. A. (1977). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66– 74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- Nasution, L. K., Murni, M., & Dewi, I. S. (2020). Peningkatan Produktivitas dan Penjualan pada UMKM Pakaian Muslimah Ummu Syuraih di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(1), 349. <https://doi.org/10.22146/jp2m.49367>
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Sony Erstiawan, M., & Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 2581–1932. <http://journal.pnm.ac.id/index.php/dikemas/article/view/182>
- Syamsul, S. (2022). Analisis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Umkm. *Keunis*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i1.3154>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- Yusa, M., Hadinegoro, A., & Fatkhurohman, A. (2018). Implementasi teknologi tepat guna kepada masyarakat. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat, ISSN 2615-(April)*, 49–54.