

Utilization of Digital Marketing and Financial Report Recording Training as an Effort to Increase UMKM Income in Bitungsari Village, Kec. Ciawi Kab. Bogor

Widi Lusiana¹, Nindya Eka Putri², Jihana Salma Zahra³, Debi Oktaviani⁴, MRizky Purnama⁵, One Seapfry⁶, Siti Nur Aulia⁷, Lilis Alsucia⁸, Isabela Cikitha⁹, Saepul Rahman¹⁰, Maria Magdalena Melani^{11*}

Universitas Djuanda Bogor

Corresponding Author: Maria Magdalena Melani

maria.magdalena@unida.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: UMKM, Simple Financial Reports, Digital Marketing

Received : 07, October

Revised : 12, November

Accepted: 22, December

©2022 Lusiana, Putri, Zahra, Oktaviani, Purnama, Seapfry, Aulia, Alsucia, Cikitha, Rahman, Melani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

UMKM Keripik Pisang Kepok 2R and Bu Nana Cake & Pempek are one of the individual businesses in the field of snacks located in the Bitungsari Village area, Ciawi District, Bogor Regency. In each marketing process, the two UMKM already have an appropriate target market. However, the two UMKM still do not understand about financial reports and product marketing which are only in the surrounding area, so that with the Pengabdian Masyarakat program they can provide training assistance on simple financial reports, marketing and promotion through *Digital Marketing*.

Pemanfaatan *Digital Marketing* dan Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Bitungsari, Kec. Ciawi Kab. Bogor

Widi Lusiana¹, Nindya Eka Putri², Jihana Salma Zahra³, Debi Oktaviani⁴, MRizky Purnama⁵, One Seapfry⁶, Siti Nur Aulia⁷, Lilis Alsucia⁸, Isabela Cikitha⁹, Saepul Rahman¹⁰, Maria Magdalena Melani^{11*}

Universitas Djuanda Bogor

Corresponding Author: Maria Magdalena Melani

maria.magdalena@unida.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan Sederhana, *Digital Marketing*

Received : 07, Oktober

Revised : 12, November

Accepted: 22, Desember

©2022 Lusiana, Putri, Zahra, Oktaviani, Purnama, Seapfry, Aulia, Alsucia, Cikitha, Rahman, Melani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



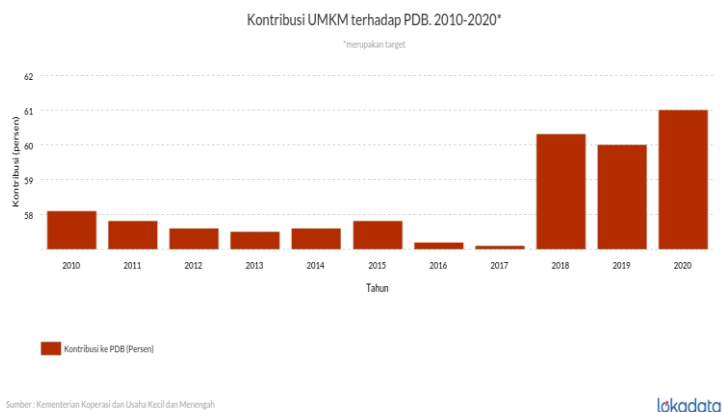
ABSTRACT

UMKM Keripik Pisang Kepok 2R dan Bu Nana *Cake & Pempek* merupakan salah satu usaha perseorangan di bidang makanan ringan yang berada di wilayah Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Dalam setiap proses pemasarannya kedua UMKM tersebut sudah memiliki target pasar yang sesuai. Akan tetapi kedua UMKM masih belum memahami mengenai laporan keuangan dan pemasaran produk yang hanya pada daerah sekitar saja, sehingga dengan adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bisa memberikan pendampingan pelatihan mengenai laporan keuangan yang sederhana, pemasaran dan promosi melalui *Digital Marketing*.

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Mahasiswa sebagai sarana untuk pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga adalah sebagai bentuk pengaplikasian ilmu - ilmu yang telah didapat untuk disalurkan kembali dan mengembangkannya di masyarakat sekitar. UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah sedang menjadi fokus para peminat usaha dan pemerintah pada masa pandemi ini, karena UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dari jumlah pelaku, serapan tenaga kerja, dan kontribusi terhadap PDB, UMKM terbilang signifikan mendorong pembangunan ekonomi nasional. Data Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan, jumlah pelaku UMKM saat ini sebanyak 62,1 juta atau mencapai 99% dari jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia. Tenaga kerja yang terserap pada sektor UMKM mencapai 116 juta, UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional dengan kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07 persen. Tahun 2022 ditargetkan sebesar 62,36 persen dan tahun 2024 naik menjadi 65 persen.



Sumber : Lokadata from lokadata.beritagar.id (2022)

Gambar 1. Data Kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2010-2020

Seperti yang dapat dilihat dari gambar 1.1 di atas, kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2010-2020 mengalami banyak perubahan, akan tetapi pada Tahun 2018 kontribusi UMKM mengalami kenaikan yang signifikan yaitu sebesar 40,8% dari yang semula 19,76%. Perkembangan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak terlepas dari dukungan pemerintah dalam penyaluran fasilitas kepada

UMKM. Kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah UMKM ditargetkan sebesar 62,36 persen di Tahun 2022.

Namun, terlepas dari potensi yang sangat luar biasa, masih banyak UMKM di Indonesia yang memiliki sejumlah kendala tersendiri. Diantaranya banyak dari pelaku usaha yang mengelola dan manajemen usahanya masih terlihat relatif rendah dalam lingkup pemasarannya, kurangnya memahami arti penting dari logo, label, *banner* dan penggunaan teknologi yang belum mendukung. Dibutuhkan strategi yang tepat agar UMKM bisa berkembang dan bertahan.

TINJAUAN PUSTAKA

Universitas Djuanda Bogor sebagai Perguruan Tinggi yang ikut mengambil peran penting dalam pemberdayaan masyarakat sekitar. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat yang berada di Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor merupakan sebuah tempat UMKM yang memproduksi dan menjual beberapa makanan ringan. Adapun dalam prosesnya, langkah awal mengidentifikasi suatu masalah yang sedang dihadapi oleh usaha tersebut lalu membuat program- program mengimplementasikannya sesuai harapan pelaku usaha.

Keterlibatan Mahasiswa dan Dosen bukan hanya sebagai kesempatan belajar dari masyarakat. Namun, juga dapat memberikan dampak yang positif di lingkungan masyarakat terutama di lokasi tempat Pengabdian Masyarakat yaitu di Desa Bitungsari, pelaku UMKM masih minim akan pengetahuan mengenai perubahan pasar yang semakin modern. Pelaku usaha yang masih menggunakan strategi konvensional dalam memasarkan produk, belum memahami pentingnya membranding produk dari mulai logo, label dan *design packaging* serta belum mengetahui cara menentukan harga pokok produksi.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor tepatnya di UMKM Keripik Pisang Kepok 2R yang berada di Kp. Bitung Tengah RT 01 RW 04 dan UMKM Bu Nana *Cake & Pempek* yang berada di Perumahan Purimas Regency Blok A6 No 07.

Adapun Waktu Pelaksanaan di UMKM Keripik Pisang Kepok 2R yaitu setiap hari Jum'at, Sabtu dan Minggu di dua minggu pertama dan di UMKM Bu Nana *Cake & Pempek* di dua minggu kedua, yang dilaksanakan selama satu bulan dari tanggal 23 Juli 2022 sampai 20 Agustus 2022.

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan metode sosialisasi. Menurut Goslin dalam Ihrom (Mardatila, 2020) Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembelajaran seseorang untuk memperoleh keterampilan, pengetahuan, nilai-nilai dalam bermasyarakat, dan norma dalam bermasyarakat. Namun

sosialisasi dalam pengabdian masyarakat disini dimaksudkan untuk mengarahkan dan membina kepribadian seseorang agar dapat hidup nyaman pada sebuah lingkungan kelompok dan kebudayaannya, untuk kelangsungan masyarakat, sosial dan budaya.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya pemahaman mengenai pencatatan laporan keuangan dan *Digital Marketing*, Kami menggunakan cara pendampingan atau bimbingan terhadap pelaku UMKM yaitu memberi arahan akan seperti apa apabila usahanya dilakukan pencatatan laporan keuangan dan akan seperti apa peluang usaha jika produk yang dihasilkan dipromosikan dan dipasarkan melalui *Digital Marketing*, sehingga kemungkinan omset pasar yang naik dengan signifikan dan membuat konsumen dapat lebih mudah menemukan produk tersebut dengan cara mengajari pelaku usaha berbisnis secara *online*. Metode pelaksanaan sebagai berikut :

1. Melakukan analisis dalam produk yang dibuat dan menentukan penyelesaian masalah apa yang cocok untuk produk tersebut.
2. Membuat laporan keuangan sederhana sesuai dengan apa saja yang dikeluarkan dalam pembuatan produksi Kripik Pisang dan *Cake & Pempek*.
3. Membuat alat penjualan dan promosi *online* sehingga dalam proses penjualan mempunyai dua arah yaitu secara langsung dengan dijual di toko dan menggunakan sistem online.
4. Evaluasi hal yang sudah dilakukan apakah berdampak baik bagi usaha yang dimiliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dilakukan di Desa Bitung Sari, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. Kegiatan dilakukan untuk memaparkan edukasi terkait laporan keuangan dan *Digital Marketing* untuk keberlanjutan UMKM yang dijalankan tersebut. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam program kegiatan Pengabdian ini yaitu sebagai berikut :

a. UMKM Kripik Pisang Kepok 2R

1. Pendampingan Pemahaman Terhadap Laporan Keuangan
Pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik UMKM terhadap pencatatan keuangan yang minim dan tidak terkontrol. Maka dari itu, dengan program ini dapat membantu UMKM Kripik Pisang Kepok 2R memahami laporan keuangan sehingga pencatatan keuangan lebih terencana dan tersusun rapi. Berikut merupakan laporan keuangan UMKM Kripik Pisang Kepok 2R yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan sebagai berikut :

Table. 1 Harga Pokok Produksi Biaya Bahan Baku

No	Bahan	Kuantitas	Harga Per	Resep	Harga Perbulan
1	Pisang	4800Kg	Rp	3.500	Rp 16.800.000
2	Plastik	20Pack	Rp	9.000	Rp 180.000
3	Minyak Goreng	960Kg	Rp	15.000	Rp 14.400.000
4	Kunyit	1Kg	Rp	20.000	Rp 20.000
5	Garam	11Kg	Rp	20.000	Rp 220.000
6	Penyedap Rasa	2Kg	Rp	45.000	Rp 90.000
TOTAL					Rp 31.710.000

Table. 2 Biaya Tenaga Kerja

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Karyawan	Gaji Perhari	Gaji Perbulan
1	1 Pengupas	1	Rp 50.000	Rp 1.200.000
2	1 Penggoreng	1	Rp 100.000	Rp 2.400.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp 3.600.000

Table. 3 Biaya Penyusutan Peralatan

No	Alat	Kuantitas	Harga Per Item	Harga Perbulan
1	Pisau	2	Rp 25.000	Rp 50.000
2	Spatula	2	Rp 25.000	Rp 50.000
3	Timbangan	1	Rp 350.000	Rp 350.000
4	Wajan Besar	1	Rp 500.000	Rp 500.000
5	Baskom	3	Rp 20.000	Rp 60.000
6	Saringan Tiris	2	Rp 25.000	Rp 50.000
7	Tali Rapia	1	Rp 30.000	Rp 30.000
8	Pemotong Pisang	2	Rp 150.000	Rp 300.000
9	Saringan Bumbu	2	Rp 25.000	Rp 50.000
TOTAL				Rp 1.440.000
Dibagi 3 tahun				Rp 480.000,00
Dibagi 12 bulan				Rp 40.000,00

Table. 4 Perhitungan Biaya Overhead

No	Bahan	Kuantitas	Biaya	Total
1	Kayu Bakar	8 Kubik	R 15.00 p 0	R 1.200.00 p 0
2	Kardus	25 Pcs	R 2.000 p	R 50.000 p
Jumlah Biaya Overhead Pabrik Variable				R 1.250.00 p 0
2	Biaya Penyusutan Peralatan		R 40.00 p 0	
Jumlah Biaya Overhead Pabrik Tetap				R 40.000 p
Total Biaya Overhead Pabrik				R 1.290.00 p 0

Table 5. Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode *Full Costing*

No	Keterangan	Jumlah Biaya
1	Biaya Bahan Baku	Rp 31.710.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 3.600.000
3	Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.290.000
Total Biaya Produksi		Rp 36.600.000
Jumlah Produksi		1200
Harga Pokok Produksi Per Unit		Rp 30.500,00

Table. 6 Perhitungan BEP

Penjualan	R	2.65
	p	2.63
		2
Harga Pokok Produksi	R	2.02
	p	2.63
		2
Margin Kontribusi	R	630.
	p	000
Biaya Tetap dibebankan per bulan	R	480.
Depresiasi Peralatan	p	000
Beban Listrik dan Air	R	150.
Total Biaya	p	000
Tetap	R	630.
Laba Bersih	p	000
		0

Margin kontribusi per unit = harga jual - harga pokok per unit

$$= 40.000 - 30.500$$

$$= 9.500$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

Margin Kontribusi Per Unit BEP Unit

= 630.000

9.500

BEP Unit= 66,316

Table. 7 Laporan Laba Rugi Periode 31 Agustus

UMKM Kripik Pisang Kepok 2R			
Laporan Laba Rugi Periode			
31 Agustus 2022 (Dalam			
Ribuan Rupiah)			
Pendapatan			
Penjualan		I	48.000.000
Total Pendapatan			48.000.000
Harga Pokok Produksi			
Harga Pokok Produksi		Ii	36.580.917
Total Harga Pokok Produksi			(36.580.917)
Total LABA KOTOR			11.419.083
Beban Operasional			
Biaya Listrik dan Air		Ii	150.000
Laba/(Rugi) Bersih			11.269.083

Sumber : Dikembangkan untuk laporan ini (2022)

Berdasarkan Laporan Laba Rugi UMKM Keripik Pisang Kepok 2R periode 31 Agustus 2022, dapat diketahui bahwa penjualan usaha sebesar Rp. 48.000.000,- dan beban usaha sebesar Rp. 150.000,- maka menghasilkan laba bersih sejumlah Rp. 11.269.083,-

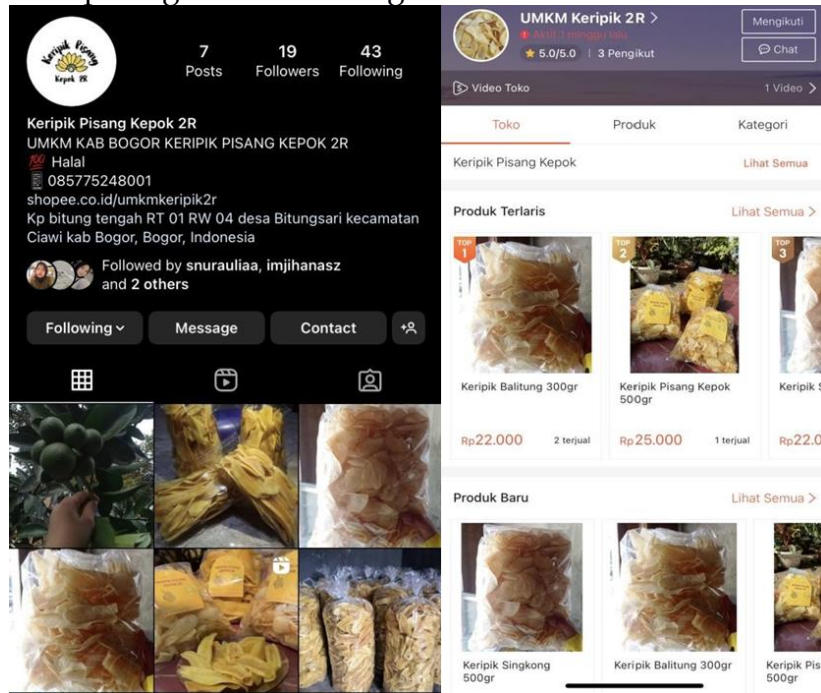
Table 8. CALK

UMKM Kripik Pisang Kepok 2R			
Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) Periode 31 Agustus			
2022 (Dalam Ribuan Rupiah)			
			Ref.
I	Kripik Pisang Kepok 2R	40.000x1200 pcs	48.000.000
I	HPP	30.483x1200 pcs	36.580.917
I	Biaya Listrik dan Air	150.000/bulan	150.000

Sumber : Dikembangkan untuk laporan ini (2022)

Melakukan Pemasaran Produk Melalui *Marketplace* dan Promosi Melalui Media Sosial

Memperluas akses pasar melalui salah satu *marketplace*, yaitu *shopee* sehingga konsumen bisa membeli produk secara online, dan promosi melalui media sosial yaitu *instagram*, sehingga para pengguna dapat memperoleh informasi tentang UMKM Kripik Pisang Kepok 2R. Dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 2. Akun Shopee dan Instagram UMKM KripikPisang Kepok 2R

Memperbaharui Label dan Kemasan Produk



Gambar. 4 Label dan Kemasan Baru UMKM Kripik Pisang Kepok 2R

Memperbaharui label dan Kemasan pada produk UMKM Kripik Pisang Kepok 2R agar dapat menarik konsumen. Dapat dilihat pada gambar 3.2 sebagai berikut.

Membuat *Banner Promosi*

Tujuan membuat banner promosi yaitu agar dapat digunakan sebagai media promosi dan sebagai tanda pengenal di rumah produksi UMKM Kripik Pisang Kepok 2R. Dapat dilihat pada gambar 3.3 sebagai berikut.



Gambar 5. Banner Promosi UMKM Kripik Pisang Kepok 2R

Membuat Legalitas Usaha

Untuk dapat secara legal dan luas memasarkan produk serta meminimalisir penjiplakan dan peniruan produk dapat dibuat stempel dan berfungsi untuk mengesahkan dokumen penting. Dapat dilihat pada gambar 3.4 sebagai berikut.



Gambar. 6 Stempel UMKM Kripik PisangKepak 2R

UMKM Bu Nana Cake & Pempek

Pendampingan Pemahaman Terhadap Laporan Keuangan Pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik UMKM terhadap pencatatan keuangan yang minim dan tidak terkontrol. Maka dari itu, dengan program ini dapat membantu bu nana *Cake* dan pempek memahami laporan keuangan sehingga pencatatan keuangan lebih terencana dan tersusun rapih. Berikut merupakan laporan keuangan bu nana *Cake* dan pempek yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan sebagai berikut:

Table. 9 UMKM Bu Nana Cake& Pempeek

UMKM Bu Nana <i>Cake</i> & Pempek			
Laporan Laba Rugi			
Periode 31 Agustus 2022(Dalam Ribuan Rupiah)			
		Ref.	
Pendapatan			
Penjualan		i	48.000.000
Total Pendapatan			48.000.000
Harga Pokok Produksi			
Harga Produksi	Pokok	ii	36.580.917
Total Harga Pokok Produksi			(36.580.917)
Total LABA KOTOR			11.419.083
Beban Operasional			
Biaya Listrik dan Air		ii	150.000
Laba/(Rugi) Bersih			11.269.083

Sumber : Dikembangkan untuk laporan ini (2022)

Berdasarkan laporan laba rugi Bu Nana *Cake* & Pempek periode 31 Agustus 2022, dapat diketahui bahwa penjualan usaha sebesar Rp. 48,000.000.- dan beban usaha sebesar Rp. 150.000,- maka menghasilkan laba bersih sejumlah Rp. 11,269,083.-

Table.10 Laporan Keuangan

UMKM Bu Nana Cake & Pempek			
Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK)			
Periode 31 Agustus 2022 (Dalam Ribuan Rupiah)			
			Ref.
i	Kripik Pisang Kepok 2R	40.000x1200 pcs	48.000.000
i	HPP	30.483x1200 pcs	36.580.917
i	Biaya Listrik dan Air	150.000/bulan	150.000

Sumber : Dikembangkan untuk laporan ini (2022)

Melakukan Pemasaran Produk Melalui Marketplace dan Promosi Melalui Media Sosial.

Memperluas akses pasar melalui salah satu marketplace, yaitu Grab Food sehingga konsumen bisa membeli produk secara online, dan promosi melalui media sosial yaitu Instagram, sehingga para pengguna dapat memperoleh informasi tentang UMKM Bu Nana Cake & Pempek. Dapat dilihat pada gambar 3.5 sebagai berikut :



Gambar 7. Akun Grabfood dan Instagram UMKM Bu Nana Cake & Pempek

Membuat Logo dan Label Kemasan

Membuat label dan logo yang menarik pada kemasan agar bisa memiliki ciri khas produk untuk meningkatkan minat pembeli para pelanggan. Dapat dilihat pada gambar 3.6 sebagai berikut :



Gambar. 8 Logo dan Label baru UMKM Bu Nana Cake & Pempek

Membuat *Banner* Promosi

Tujuan membuat banner promosi yaitu agar dapat digunakan sebagai media promosi dan sebagai tanda pengenal di rumah produksi UMKM Bu Nana *Cake & Pempek*. Dapat dilihat pada gambar 3.7 sebagai berikut :



Gambar.9 Banner Promosi UMKM Bu Nana *Cake & Pempek*
Membuat Stempel Usaha

Untuk dapat secara legal dan luas memasarkan produk serta meminimalisir penjiplakan dan peniruan produk dapat dibuat stempel dan berfungsi untuk mengesahkan dokumen penting. Dapat dilihat pada gambar 3.8 sebagai berikut :



Gambar.10 Stempel UMKM Bu Nana Cake & Pempek

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam permasalahan yang dialami Pelaku Usaha yaitu masih menggunakan strategi konvensional dalam memasarkan produk, belum memahami pentingnya *membranding* produk dari mulai logo, label dan *design packaging* serta belum mengetahui cara menentukan harga pokok produksi dan berdasarkan kegiatan yang telah terlaksana di atas, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Sudah dapat memahami dan menerapkan laporan keuangan dengan baik sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM)
2. Sudah dapat memanfaatkan teknologi dan memperluas akses pasar melalui *marketplace* shopee dan media sosial *Instagram*.
3. Sudah dapat memperbaharui label dan kemasan agar terlihat lebih menarik bagi konsumen.
4. Sudah mempunyai *banner* promosi untuk memperluas akses pasar agar lebih dikenal oleh masyarakat.
5. Sudah mempunyai legalitas UMKM berupa stempel.

Untuk kedepannya atau kegiatan yang belum dapat direalisasikan yaitu Pengajuan Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) di UMKM Kripik Pisang Kepok 2R dan Pengajuan Sertifikasi Halal di UMKM Bu Nana Cake & Pempek.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan sehingga masih perlu dilakukan penelitian lanjutan yang bertopik tentang Pemanfaatan *Digital Marketing* dan Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Umkm di Desa Bitungsari, Kec. Ciawi Kab. Bogor

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada perangkat Desa Bitung Sari dan jajarannya. Tidak lupa ucapan terima kasih juga pada pelaku UMKM yang telah menerima kami untuk dapat melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk kedepannya atau kegiatan selanjutnya yaitu untuk melanjutkan Program Kerja kami yang masih terkendala yaitu Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) di UMKM Kripik Pisang Kepok 2R dan Sertifikasi Halal di UMKM Bu Nana *Cake & Pempek*.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. (2008). *e-Marketing Excellence : Planning and optimizing your Digital Marketing*. USA: Elsevier.
- IAI. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Isnawan, G. (2016). *Akuntansi Praktis Untuk UMKM*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Principles of Marketing 12 Edisi*. Jersey: New Jersey: Pearson Printice Hall, New.
- Lawrence. (2022). *Kriteria UMKM Menurut Peraturan Baru*. Jakarta: KontrakHukum <https://kontrakhukum.com/article/peraturanbaruukm>.
- Ratieh Widhiastuti , K. (2019). *Model Akuntansi Sederhana Bagi UMKM Makanan Kota Semarang*. Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Volume 3.
- SUkmedi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora UtamaPress.

Yuniarti, R. (n.d.). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Koperasi Jasa Karisma Berbasis Aplikasi GL (General Ledger). *Pengabdian Kepada Masyarakat*.