

Improving the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises through Marketing Innovation and Financial Management in Pandansari Village, Ciawi District, Bogor Regency

Susy Hambani¹, Rohmat², Tini Kartini³, Sudarijati⁴, Muhammad Iksal Ilham^{5*}, Yola Fitria Ramadanti⁶, Agnes Wakei⁷, Alma Nurul Febrianti⁸, Dina Nurul Angelina Harahap⁹, Fitra Weli¹⁰, Mutiara Sibarani¹¹

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Djuanda

Corresponding Author: Muhammad Iksal Ilham iksalilham@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Innovation, Marketing, Management, Finance, Performance

Received : 10, August

Revised : 15, September

Accepted: 22, October

©2023 Hambani, Rohmat, Sudarijati, Ilham, Ramadanti, Wakei, Febrianti, Harahap, Weli, Sibarani: 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

The business relationships in this program are micro, small and medium enterprises Tiara's Kitchen and Yang Ibu. The problems faced by Tiara's Kitchen and Yang Ibu MSMEs are that there is still a lack of knowledge of MSME owners regarding the importance of marketing products through digital utilization and a lack of innovation in MSMEs to use product identities that can have an impact on customers, namely attractive product identities, besides that MSMEs do not conduct simple financial reports to determine sales prices and calculate the profits obtained. In accordance with these problems, this program conducts activities for product identity direction so that packaging, logos and banners in MSMEs are more attractive and digital marketing direction in the form of Shopee and Instagram applications is expected to increase sales, this program also conducts simple training for MSMEs to be able to carry out simple financial reporting activities.

Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Inovasi Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan di Desa Pandansari Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor

Susy Hambani¹, Rohmat², Tini Kartini³, Sudarijati⁴, Muhammad Iksal Ilham⁵, Yola Fitria Ramadanti⁶, Agnes Wakei⁷, Alma Nurul Febrianti⁸, Dina Nurul Angelina Harahap⁹, Fitra Weli¹⁰, Mutiara Sibarani¹¹

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Djuanda

Corresponding Author: Muhammad Iksal Ilham iksalilham@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Inovasi, Pemasaran, Pengelolaan, Keuangan, Kinerja

Received : 10, Agustus

Revised : 15, September

Accepted: 22, Oktober

©2023 Hambani, Rohmat, Sudarijati, Ilham, Ramadanti, Wakei, Febrianti, Harahap, Weli, Sibarani: 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/).



ABSTRAK

Hubungan usaha dalam program ini adalah usaha mikro kecil menengah Tiara's Kitchen dan Yang Ibu. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tiara's Kitchen dan Yang Ibu adalah masih banyak kurangnya pengetahuan pemilik UMKM mengenai pentingnya dalam pemasaran produk melalui pemanfaatan digital dan kurangnya inovasi pada UMKM untuk menggunakan identitas produk yang dapat berdampak pada pelanggan yaitu identitas produk yang menarik, selain itu UMKM tidak melakukan laporan keuangan secara sederhana untuk menentukan harga penjualan dan menghitung keuntungan yang didapatkan. Sesuai dengan permasalahan tersebut program ini mengadakan kegiatan untuk pengarahan identitas produk agar kemasan, logo dan banner pada UMKM semakin menarik dan pengarahan digital marketing berupa aplikasi Shopee dan Instagram diharapkan mampu meningkatkan penjualan, program ini juga melakukan pelatihan sederhana untuk UMKM agar mampu melaksanakan kegiatan laporan keuangan sederhana.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menyatakan bahwa presentase UMKM di Indonesia mencapai 90% dan hanya 10% nya adalah usaha besar. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan. UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana 60% nya merupakan kontribusi UMKM.

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Bertahannya UMKM terhadap krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 menjadi alasan utama mengapa pemerintah harus menaruh perhatian yang besar. Sejak krisis yang terjadi pada tahun 1998, hampir 80% usaha besar mengalami kebangkrutan dan banyak melakukan PHK. UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran. Oleh karena itu, keberhasilan UMKM mampu meningkatkan perekonomian Indonesia karena kegiatan operasional UMKM dapat mandiri dan tidak menanggung beban besar akibat krisis tersebut. Dan yang membuat UMKM lebih tangguh lagi karena tingkat resiko yang dimiliki lebih kecil dalam menyalurkan dan memanfaatkan dana perbankan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh wirausahawan UMKM adalah terkait dengan pengelolaan dana. Pengelolaan dana yang baik merupakan faktor kunci yang dapat menyebabkan keberhasilan atau kegagalan UMKM. Meskipun banyak faktor lain yang mempengaruhi UMKM tetapi persoalan-persoalan di UMKM lazimnya muncul akibat kegagalan mengelola dana. Metode praktis dan manjur dalam pengelolaan dana pada UMKM adalah dengan menerapkan akuntansi dengan baik. Dengan demikian, akuntansi menjadikan UMKM dapat memperoleh berbagai informasi keuangan yang penting dalam menjalankan usahanya. Informasi keuangan yang dapat diperoleh UMKM antara lain informasi kinerja perusahaan, informasi penghitungan pajak, informasi posisi dana perusahaan, informasi perubahan modal pemilik, informasi pemasukan dan pengeluaran kas.

Karakteristik Usaha Mikro Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut (Tulus Tambunan. 2009).

Wilayah Desa Pandansari merupakan bagian tiga belas desa yang berada di kecamatan Ciawi dengan kondisi wilayah yang beragam dan padat oleh pemukiman penduduk. dengan luas Wilayah 188,57 Ha, di atas permukaan Laut

500 M dan tinggi curah Hujan 60,61 M3, yang terbagi dalam 2 (dua) Dusun, 8 (Delapan) Rukun Warga (RW), dan 34 (Tiga puluh empat) Rukun Tetangga (RT). Desa Pandansari memiliki potensi untuk meningkatkan UMKM karena terletak di jalur pariwisata. Kegiatan UMKM yang menjadi target program pengabdian masyarakat (KKN) yang dilaksanakan di Desa Pandansari Kecamatan Ciawi adalah Usaha Tiara's Kitchen yang membuat sus kering mini, aneka kue basah dan catering dan UMKM Yang Ibu yang memproduksi jus buah pala dan keripik ubi. Usaha ini belum bisa dikatakan berkembang secara optimal dengan beberapa kendala yang dihadapi yaitu kurang menariknya identitas produk dan minimnya pemasaran yang dilakukan oleh UMKM, selain itu UMKM juga belum. Melalui pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu memberikan penguatan manajemen usaha dan pemahaman akuntansi sederhana pada usaha mikro kecil dan menengah khususnya kepada UMKM Tiara's Kitchen dan UMKM Yang ibu sehingga mampu membangkitkan dan memajukan UMKM di Desa Pandansari Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor.

Dari hasil diskusi dengan pelaku UMKM Tiara's Kitchen dan Yang Ibu terdapat beberapa permasalahan sehingga menjadi hambatan dan kendala dalam menjalankan usaha, diantaranya:

1. Minimnya pengetahuan pemilik pada kegiatan pemasaran atau promosi produk dengan media digital (*digital marketing*).
2. Tidak memiliki toko online dan media sosial untuk memasarkan produk.
3. Belum memiliki nama, logo produk yang menarik
4. Usaha ini belum membuat perhitungan harga pokok produksi (HPP) untuk menentukan harga penjualan produk.
5. Belum melakukan pengelolaan keuangan untuk pencatatan penerimaan maupun pengeluaran uang (pembukuan)

Maksud dari penyelenggaraan program ini yaitu untuk memberikan perubahan-perubahan positif dalam membangkitkan dan memajukan UMKM, melatih mahasiswa untuk menerapkan ilmu teori yang telah didapatkan di kampus kemudian diterapkan di masyarakat. sehingga dapat memberikan dampak peningkatan hasil produksi, branding produk, serta menambah wawasan serta pengetahuan bagi pelaku UMKM dalam bidang pemasaran dan keuangan.

PELAKSAAN DAN METODE

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui 3 tahapan yaitu tahap awal yaitu observasi, tahap kedua yaitu wawancara dan pelatihan serta pendampingan harga pokok produksi (HPP) dan penyusunan pembukuan dan tahap ketiga yaitu penguatan manajemen pemasaran melalui media online seperti E-Commerce dan Media Sosial. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan metode wawancara langsung dengan pemilik UMKM Tiara Kitchen's dan Yang Ibu. Metode observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang ada pada UMKM. Pada metode ini dilakukan secara langsung mendatangi pelaku UMKM untuk

mengamati pelaksanaan kegiatan-kegiatan dan fenomena- fenomena yang terjadi sebagai dampak dari pelaksanaan pengabdian yang akan diterapkan.

Pelatihan serta pendampingan perhitungan harga pokok produksi dan pembukuan dilakukan secara sederhana agar mudah dipahami oleh pemilik UMKM karena pemilik UMKM masih sangat minim pengetahuan tentang pencatatan keuangan.

Penguatann manajemen pemasaran yang dilakukan media online dengan mendesain logo, perbaikan kemasan serta pembuatan toko online pada aplikasi dagang seperti shopee dan instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM Tiara Kitchen's dan Yang Ibu di peroleh informasi yaitu tidak adanya perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual, pemilik umkm hanya memberikan harga sesuai perkiraan dengan modal yang dikeluarkan, sehingga kesulitan untuk menghitung keuntungan yang didapat. Setelah melakukan survey lanjutan yang difokuskan pada mengidentifikasi aspek aspek yang terkait kedalam perhitungan harga pokok produksi dan pembukuan . Pengabdi menyusun materi untuk pelatihan pendampingan harga pokok produksi dan pencatatan penerimaan dan pengeluaran uang, selain itu pengabdi juga mengambil satu sampel pada kedua produk UMKM untuk dihitung harga pokok produksinya dan memberikan saran perubahan harga jual sesuai dengan hasil perhitungan HPP.

1) Melakukan Perhitungan Harga Pokok Produksi Berikut adalah hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP):

a) UMKM Tiara's Kitchen (Catering

Laporan Laba Rugi		
Pendapatan		
Penjualan Catering	Rp 2.580.000	
Total Pendapatan		Rp 2.580.000
Harga Pokok Produksi		
Biaya Bahan Baku	Rp 430.000	
Total Biaya Produksi		Rp 430.000
		Rp 2.150.000
Laba Kotor		
Biaya Operasional		
Biaya Karyawan	Rp 1.500.000	
Biaya Penyusutan Alat	-	
Biaya Listrik dan Air	Rp 50.000	
Biaya Lain - lain	Rp 100.000	
Total Biaya Operasional		Rp 1.650.000
Laba Bersih		Rp 500.000

Laporan Perubahan Modal			
UMKM Catering			
Modal Awal			Rp 200.000
Perubahan Modal			Rp 430.000
Laba Bersih			Rp 500.000
Prive			Rp 100.000
Modal Akhir			Rp 600.000

HARGA POKOK PRODUKSI
Bahan Baku

NO	BAHAN BAKU	JUMLAH	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Beras	4	Liter	Rp 12.000	Rp 48.000
2	Daging	3	Kg	Rp 23.000	Rp 69.000
3	Timun	2	Kg	Rp 12.500	Rp 25.000
4	Selada	1	kg	Rp 30.000	Rp 30.000
5	Tempe	4	Blok	Rp 12000	Rp 48.000
6	Tahu Kotak	4	Bungkus	Rp 6000	Rp 24.000
7	Minyak	2	Liter	Rp 18.000	Rp 36.000
8	Lengkuas (parut)	500	Gram	Rp 6.000	Rp 6.000
9	Kelapa Parut	500	Gram	Rp 11.000	Rp 11.000
10	Cabe Merah Besar	1	Kg	Rp 21,000	Rp 21.000
11	Tomat Merah	1	Kg	Rp 25,000	Rp 25.000
12	Bawang Merah	500	Gram	Rp 25,000	Rp 12.500
13	Bawang Putih	500	Gram	Rp 25,000	Rp 12.500
14	Cabe Rawit	0,5	Kg	Rp 24,000	Rp 12.000
15	Bumbu Penyedap (garam dll)	2	Bungkus	Rp 2.000	Rp 4.000
16	Dus Nasi Kotak	50	Lembar	Rp 920	Rp 46.000
Jumlah					Rp 430.000

PENGELUARAN OVERHEAD PABRIK

NO	KETERANGAN	JUMLAH	SATUAN	HARGA	HARGA
1	Biaya Listrik & Air	1	Bulan	Rp 50.000	Rp 4.334
2	Gas (isi ulang)	1	Tabung	Rp 20.000	Rp 1.667
3	Rekapitulasi Penyusutan Peralatan				Rp 2.667
Jumlah					Rp 8.668

**TOTAL HARGA POKOK PRODUKSI
CATERING**

NO	KETERANGAN	TOTAL HARGA
1	Biaya Bahan Baku	430.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	50.000
3	Biaya Variabel	25.000
4	Jumlah	505.000
Jumlah Produksi Catering		40
Hpp Per kotak		10.750
(Dibulatkan) Hpp Per Kotak		11.000

b) UMKM Yang Ibu

PENDAPATAN		
	Penjualan	Rp1.000.000
	Potongan Penjualan	
TOTAL PENDAPATAN		Rp1.000.000
HARGA POKOK PENJUALAN		Rp 372.000
Laba (Rugi) Kotor		Rp 628.000
BIAYA USAHA		
	Biaya Gaji	Rp 600.000
	Biaya Utilitas	-
	Biaya Marketing	-
	Biaya Sewa	-
	Biaya Transport	-
	Biaya Operasional	-
	Biaya Administrasi	-
	Biaya Lain-lain	-
TOTAL BIAYA USAHA		Rp 600.000
LABA BERSIH		Rp 28.000

LABA RUGI KERIPIK UBI

PENDAPATAN		
	Penjualan	Rp1.000.000
	Potongan Penjualan	
TOTAL PENDAPATAN		Rp1.000.000
HARGA POKOK PENJUALAN		Rp 244.500
Laba (Rugi) Kotor		Rp 755.500
BIAYA USAHA		
	Biaya Gaji	Rp 600.000
	Biaya Utilitas	Rp 10.000
	Biaya Marketing	-
	Biaya Sewa	-
	Biaya Transportasi	-
	Biaya Operasional	-
	Biaya Administrasi	-
	Biaya Lain-lain	-
TOTAL BIAYA USAHA		Rp 610.000
LABA (RUGI) BERSIH		Rp 145.500

DATA PRODUK

NO	PRODUK	JUMLAH	SATUAN
1	Jus Pala	1	Botol
2	Keripik Ubi Cilembu	1	Kemasan

**DAFTAR BAHAN
KERIPIK UBI CILEMBU**

NO	KETERANGAN	HARGA BELI	ISI	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Ubi Cilembu	Rp 24.000	3	Kg	Rp 8.000	Rp 24.000
2	Minyak	Rp 36.000	2	Liter	Rp 18.000	Rp 36.000
3	Gula Pasir	Rp 4.000	250	Gram	Rp 16,000	Rp 4.000
4	Gula Merah	Rp 4.000	250	Gram	Rp 16,000	Rp 4.000
5	Cabe Merah	Rp 4.000	250	Gram	Rp 16,000	Rp 4.000
6	Penyedap Rasa	Rp 2.000	1	Bungkus	Rp 2.000	Rp 2.000
7	Cabe Rawit Merah	Rp 4.000	250	Gram	Rp 16,000	Rp 4.000
8	Bawang Putih	Rp 3.000	1	Ons	Rp 3.000	Rp 3.000
9	Plastik Kemasan	Rp 1.500	4	Pcs	Rp 375	Rp 1.500
Jumlah						Rp 90.500

PENGELUARAN OVERHEAD PABRIK

NO.	KETERANGAN	JUMLAH	SATUAN	HARGA	HARGA
1	listrik & Air	1	Bulan	40.000	Rp 3.334
2	Gas	1	Tabung	10.000	Rp 833,5
3	Rekapitulasi Penyusutan Peralatan				Rp 2.500,5
Jumlah					Rp 6.668

Harga Pokok Produksi Jus Pala

No	Keterangan	Total Harga
1	Bahan Baku	Rp 114.000
2	Tenaga Kerja Langsung	Rp 600.000
3	Biaya Lain - lain	Rp 50.000
4	Jumlah	Rp 764.000
	Jumlah Jus Pala	100
	HPP Per Botol	Rp 7.640
	Pembulatan HPP Per Botol	Rp 8.000

Harga Pokok Produksi Ubi Cilembu

No	Keterangan	Total Harga
1	Bahan Baku	Rp 90.500
2	Tenaga Kerja Langsung	Rp 600.000
3	Biaya Lain - lain	Rp 50.000
4	Jumlah	Rp 162.000
	Jumlah	20
	HPP Per Bungkus	Rp 10.600

(Dibulatkan) HPP Per Bungkus | Rp 11.000

Aspek Penguatan Manajemen Pemasaran Melalui Media Online

Penguatan manajemen pemasaran melalui media online dilakukan dengan mendesain logo produk, mendesain banner untuk UMKM, lalu pengabdian juga membuat akun instagram. Setelah pembuatan akun pada aplikasi dagang pengabdian juga melakukan perencanaan konten promosi untuk instagram dan shopee milik UMKM.

1) Membuat desain logo produk



Gambar 1 Logo Merk Tiara's Kitchen Gambar 2 Logo Merk Yang Ibu

2) Membuat desain banner untuk UMKM Tiara's Kitchen dan UMKM Yang Ibu sebagai promosi untuk memperluas pemasaran produk dan identitas lokasi UMKM agar mudah ditemukan.



Gambar 3 Banner UMKM Tiara's Kitchen

Gambar 4 Banner UMKM Yang Ibu

Membuat akun online Instagram untuk UMKM Tiara's Kitchen dengan nama akun @tiarakitchen7 dan UMKM Yang Ibu dengan nama yang_ibu untuk memudahkan proses pemasaran produk.



Gambar 5 Toko Online UMKM Tiara's Kitchen

Gambar 6 Toko Online UMKM Yang Ibu

4) Membuat toko online di Shopee untuk UMKM Tiara's Kitchen dengan nama Tiara's Kitchen dan UMKM Yang Ibu dengan nama yangibutitin



Gambar 7 Toko Online UMKM Tiara's Kitchen di Shopee



Gambar 8 Toko Online UMKM Yang Ibu di Shopee

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Pemahaman akuntansi akan memberikan manfaat bagi mereka dalam hal pengelolaan keuangan UMKM. Pelatihan penyusunan laporan keuangan yang sederhana berdasarkan pada keadaan yang sebenarnya di dalam bisnis UMKM dan penggunaan pendekatan yang tepat akan menjadikan pengelola UMKM memahami pembukuan secara mudah dan cepat. Pemahaman terhadap akuntansi diharapkan akan membantu pengelola UMKM untuk mengelola sumber dana secara tepat dan efisien sehingga UMKM dapat berkembang lebih baik dan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Penggunaan serta pemanfaatan media sosial sebagai media diharapkan bisa meningkatkan penjualan produk dan juga dapat mengenalkan produk terhadap masyarakat luas agar mendapatkan potensi pasar lebih besar, selain itu tujuan dari pemanfaatan media sosial diharapkan mampu memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk pada UMKM. Penggunaan identitas produk yang menarik juga dapat menarik perhatian para pelanggan sehingga diharapkan mampu memberikan dampak positif untuk menaikkan angka penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk

dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Pemahaman akuntansi akan memberikan manfaat bagi mereka dalam hal pengelolaan keuangan UMKM. Pelatihan penyusunan laporan keuangan yang sederhana berdasarkan pada keadaan yang sebenarnya di dalam bisnis UMKM dan penggunaan pendekatan yang tepat akan menjadikan pengelola UMKM memahami pembukuan secara mudah dan cepat. Pemahaman terhadap akuntansi diharapkan akan membantu pengelola UMKM untuk mengelola sumber dana secara tepat dan efisien sehingga UMKM dapat berkembang lebih baik dan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Penggunaan serta pemanfaatan media sosial sebagai media diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan juga dapat mengenalkan produk kepada masyarakat luas agar mendapatkan potensi pasar yang lebih besar, selain itu tujuan dari pemanfaatan media sosial diharapkan mampu memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk pada UMKM. Penggunaan identitas produk yang menarik juga dapat menarik perhatian para pelanggan sehingga diharapkan mampu memberikan dampak positif untuk menaikkan angka penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2016, Data Jumlah Pertumbuhan UMKM dan Pertumbuhan tenaga kerja UMKM 1997-2012, Jakarta
- Imamah, N. (2008). Peranan Business Development Service dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Wedoro Centre Waru Sidoarjo. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 2, h. 169-176.
- Kurniawati Elisabeth Penti, Paskah Ika Nugroho dan Chandra Arifin. (September 2012). PENERAPAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *Informatics and Business Institute Darmajaya*. (Vol 10 No. 2, 1-10).
- Sofyan, Syakir. (2017). PERAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA. *Bilancia*. (Vol. 11 No. 1, 33-64).
- Suyadi, Syahdanur dan Susie Suryani. (Juni 2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bengkulu-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*. (Vol. 29, No. 1, 1-10).