

PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN SISTEM PEMBUKUAN SEDERHANA DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA PAKAIAN MILIK KELUARGA

Ayesha Fakhira Dilruba^{1*}, Tutut Dewi Astuti²

^{1,2}Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

230610004@student.mercubuana-yogya.ac.id¹ tutut@mercubuana-yogya.ac.id²

Received: 04-12-2025

Revised: 14-12-2025

Approved: 27-12-2025

ABSTRAK

Usaha Pakaian Milik Keluarga "Modis Muslimah", sebuah UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengembangkan pasar karena ketergantungan mereka pada pemasaran tradisional dan kurangnya pemahaman tentang teknologi digital. Satu mitra UMKM adalah khalayak sasaran dari pengabdian ini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital, menerapkan sistem pembayaran nontunai berbasis QRIS, dan menerapkan pembukuan sederhana. Observasi lapangan, pelatihan, pendampingan langsung, penyusunan solusi, dan evaluasi melalui angket sebelum dan sesudah kegiatan adalah semua teknik yang digunakan. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra lebih memahami pemasaran digital, lebih siap untuk menggunakan Shopee marketplace, lebih siap untuk menggunakan QRIS, dan lebih disiplin dalam pencatatan keuangan. Secara keseluruhan, program ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan UMKM tentang teknologi digital dan finansial serta membuka peluang untuk ekspansi pasar melalui strategi pemasaran online.

Kata Kunci : Digital Marketing; QRIS; Pembukuan Sederhana; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam pembangunan ekonomi Indonesia, khususnya sebagai pencipta lapangan kerja dan penggerak aktivitas ekonomi masyarakat (Stella Kassa et al., 2022). Namun, banyak UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mengelola bisnis, terutama terkait pemasaran dan pengaturan keuangan. Salah satu contohnya adalah usaha pakaian yang dikelola oleh keluarga dan menjadi subjek penelitian ini.

Masalah pokok yang dialami UMKM Usaha Pakaian Milik Keluarga 'Modis Muslimah' adalah keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Pemasaran yang masih dilakukan dengan cara tradisional dan hanya fokus pada penjualan *offline* membuat cakupan pelanggan terbatas. Padahal, di masa digital seperti sekarang, strategi pemasaran berbasis digital memiliki fungsi penting dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kompetitivitas (Ika Indriyani et al., 2024). Dibandingkan dengan metode konvensional, digital marketing memungkinkan bisnis menjangkau lebih banyak orang dengan biaya yang lebih rendah (Siti Kholifatun & Tutut Dewi Astuti, 2025). Interaksi di antara masyarakat melalui platform media sosial membawa manfaat signifikan bagi dunia bisnis. Banyak perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai saluran efektif untuk mempromosikan produk mereka (Ahmad Farhan & Aishwari Wardani Shifa, 2023). Pemasaran sering kali dipandang sebagai "ujung tombak" sebuah bisnis, di mana digitalisasi pemasaran melibatkan kegiatan promosi melalui platform internet dan aplikasi untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk tertentu (Tiara Sastianing Maharani & Azfa Mutiara Ahmad Pabulo, 2024). Oleh karena itu, peneliti mengambil langkah mendaftarkan usaha pakaian ini ke *platform marketplace* seperti Shopee agar dapat menjangkau konsumen secara daring serta memperbesar peluang penjualan. Shopee mengadopsi model bisnis *marketplace*, yang

memungkinkan penjual untuk membangun toko online mereka sendiri di platform tersebut dan menawarkan produk kepada konsumen (Aini et al., 2024). Selain itu, desain tampilan toko juga akan dibuat lebih menarik untuk menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda.

Di luar kendala pemasaran, proses transaksi pembayaran juga menjadi isu. Sistem pembayaran yang masih mengandalkan uang tunai dianggap kurang praktis bagi pelanggan muda yang sering bertransaksi secara elektronik. Untuk mengatasi hal ini, peneliti membantu mendaftarkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QR Code adalah serangkaian kode yang berisi data seperti identitas pedagang/pengguna, jumlah pembayaran, dan/atau mata uang, yang dapat dibaca menggunakan perangkat tertentu untuk melakukan transaksi pembayaran (Ahmad Farhan & Aishwari Wardani Shifa, 2023). Pemanfaatan QRIS tidak hanya memudahkan pelanggan dalam bertransaksi, QRIS juga menyediakan pilihan pembayaran nontunai yang efisien, aman, serta praktis (Muhammad Fikri Ali & Theodorus Sendjaja, 2025).

Masalah lainnya yang teridentifikasi adalah belum adanya sistem pembukuan yang teratur. Sampai saat ini, pemilik usaha belum memiliki pencatatan keuangan yang jelas sehingga pemasukan bisnis sering kali tercampur dengan pengeluaran pribadi. Laporan keuangan merupakan dokumen yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada waktu sekarang atau selama periode waktu tertentu (Dr. Kasmir, 2019). Laporan keuangan menguraikan aliran kas yang masuk dan keluar, sehingga memungkinkan UMKM untuk menilai performa keuangan mereka terkait dengan keuntungan atau kerugian. (Cindy Oktavian Indah Rahmadhani & Dewi Astuti, 2024). Menurut Harahap (2011) menyatakan bahwa pencatatan keuangan sederhana adalah proses merekam setiap transaksi finansial yang terjadi dalam suatu bisnis, dengan tujuan untuk memberikan informasi yang relevan dan akurat tentang kondisi keuangan bisnis tersebut. Dalam lingkungan bisnis mikro, kecil, dan menengah, pembukuan memerlukan pendekatan sederhana yang hanya merupakan segmen kecil dari praktik akuntansi yang sesungguhnya, yaitu pencatatan arus kas yang mencakup proses penerimaan dan pengeluaran pendapatan, baik melalui transaksi tunai maupun kredit (Wardiningsih et al., 2020). Pembukuan mendukung UMKM dengan merangsang kemajuan dan perkembangannya, yang pada akhirnya memberikan keuntungan bagi perusahaan serta masyarakat, termasuk pembentukan lapangan kerja baru dan peningkatan ekonomi setempat secara menyeluruh (Gajali & Astuti, 2024). Oleh karena itu, peneliti juga melakukan pembinaan dan pendampingan dalam implementasi sistem pembukuan sederhana agar pengelolaan keuangan menjadi lebih terarah dan terpisah antara keuangan pribadi dan bisnis. Melalui aplikasi strategi pemasaran digital dan sistem pembukuan sederhana ini, diharapkan UMKM Pakaian Milik Keluarga 'Modis Muslimah' tersebut dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mengelola keuangan secara lebih profesional dan berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang dengan tahapan yang sistematis untuk memastikan tercapainya peningkatan pemasaran digital, adopsi sistem pembayaran nontunai, dan implementasi pembukuan sederhana pada UMKM secara maksimal. Kegiatan ini dilakukan di UMKM Usaha Milik Keluarga 'Modis Muslimah' yang berfokus pada bisnis pakaian sebagai mitra pengabdian.

1. Tahap Observasi

Proses pengenalan masalah melalui wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi pemasaran yang masih konvensional, absennya metode pembayaran digital, serta ketidakteraturan pembukuan

2. **Tahap Penyusunan Solusi**

Mencakup perencanaan penerapan pemasaran digital lewat pembuatan akun di *marketplace* (seperti Shopee), desain tampilan toko daring, persiapan administrasi untuk registrasi QRIS, serta penyusunan format pembukuan sederhana yang mudah digunakan oleh pemilik usaha.

3. **Tahap Pelatihan dan Pendampingan**

Pada fase ini, peneliti membantu mendirikan dan mengelola akun toko di *marketplace*, mengunggah produk dengan foto dan deskripsi yang lebih menarik, serta merapikan tampilan toko agar sesuai standar profesional. Kemudian, dilakukan pendaftaran dan pengaktifan QRIS sebagai opsi pembayaran non-tunai. Di bidang keuangan, peneliti memberikan bimbingan dan pendampingan tentang teknik pencatatan keuangan sederhana, termasuk pemisahan antara dana pribadi dan usaha.

4. **Tahap terakhir adalah pemantauan dan evaluasi**

Pemantauan kemajuan selama proses pendampingan. Evaluasi dilakukan secara rutin sebanyak seminggu sekali untuk menilai perubahan praktik pemasaran, peningkatan penggunaan QRIS, serta konsistensi pencatatan keuangan. Pemantauan juga berfungsi untuk mendokumentasikan hambatan yang muncul selama implementasi. Dengan dilakukannya evaluasi terhadap indikator pemasaran digital, seperti jumlah produk yang diunggah, kualitas tampilan toko, dan tingkat kunjungan atau interaksi di akun *marketplace*. Penggunaan QRIS diukur berdasarkan keberhasilan aktivasi dan frekuensi transaksi pelanggan. Adapun indikator pembukuan dinilai dari ketersediaan buku kas, ketepatan pencatatan, dan pemisahan dana pribadi-usaha.

Untuk memastikan keberhasilan kegiatan, digunakan beberapa alat ukur keberhasilan, yaitu kuesioner pra dan pasca kegiatan untuk mengukur perubahan pemahaman dan sikap terhadap pemasaran digital, penggunaan transaksi non-tunai, serta kemampuan pembukuan. Tingkat keberhasilan kegiatan diukur dari tiga aspek, yaitu perubahan perilaku, perubahan social-budaya, dan perubahan ekonomi. Perubahan perilaku tercermin dari kesiapan dan motivasi pemilik usaha untuk mengadopsi teknologi digital dalam pemasaran, transaksi, dan pencatatan keuangan. Perubahan sosial-budaya terlihat dari pola kerja yang lebih teratur, penerimaan terhadap teknologi digital, dan kedisiplinan dalam administrasi keuangan. Sedangkan perubahan ekonomi ditunjukkan oleh peningkatan interaksi di toko daring, perluasan peluang penjualan, munculnya transaksi via QRIS, serta arus kas yang lebih transparan setelah pembukuan diterapkan.



Gambar. 1 Alur Metode Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Observasi

Tahap observasi dilakukan dengan cara wawancara tatap muka, pengamatan di lokasi, serta pendokumentasian kondisi UMKM 'Modis Muslimah'. Pada langkah ini, ditemukan bahwa promosi masih dilakukan secara tradisional tanpa keberadaan di *platform online* atau *marketplace*. Metode pembayaran masih sepenuhnya menggunakan uang tunai, sehingga menghambat pelanggan yang ingin bertransaksi tanpa uang fisik. Di samping itu, pencatatan keuangan usaha tidak dilakukan secara teratur dan masih tercampur dengan biaya pribadi, sehingga sulit menentukan perputaran modal dengan pasti. Tanda keberhasilan tahap ini terlihat dari identifikasi masalah utama yang berhasil dipetakan, meliputi aspek promosi, sistem transaksi, dan pencatatan keuangan. Keunggulan kegiatan ini adalah pemilik usaha sangat menerima perubahan, tetapi tantangannya adalah keterbatasan pengetahuan teknologi, sehingga proses pengumpulan data harus dilakukan secara bertahap. Hasil observasi ini menjadi landasan untuk menyusun solusi yang cocok dengan situasi dan kapasitas UMKM tersebut.

2. Tahap Penyusunan Solusi

Berdasarkan temuan observasi, solusi dikembangkan dengan menitikberatkan pada tiga bidang pokok yaitu promosi melalui digital, metode pembayaran tanpa tunai, dan pencatatan keuangan yang sederhana. Penulis menyusun strategi untuk membuat akun di *platform marketplace* (misalnya Shopee), merancang desain toko daring, serta menyiapkan dokumen administrasi yang diperlukan untuk pendaftaran QRIS. Di luar itu, juga disediakan contoh pembukuan mudah berupa buku kas dan pola pencatatan pendapatan serta biaya harian yang simpel untuk diterapkan oleh pengusaha. Pengembangan solusi ini berhasil menghasilkan tahapan kerja yang terstruktur dan dapat diukur, serta disesuaikan dengan keterampilan mitra dalam menjalankan alat digital. Kekurangannya terletak pada perlunya penyesuaian diri terhadap inovasi teknologi yang butuh waktu untuk dipelajari, tetapi secara umum, solusi yang dibuat dinilai praktis dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Tahap ini menjadi elemen utama dalam kegiatan ini. Di bidang promosi daring, penulis membantu proses pembuatan dan pengelolaan akun *marketplace*, mengunggah produk dengan gambar dan penjelasan yang lebih menarik, serta memperbaiki desain toko agar tampak profesional. Kemudian, dilakukan langkah pendaftaran dan pengaktifan QRIS sebagai pilihan pembayaran tanpa tunai. Pada aspek keuangan, bimbingan difokuskan pada pemisahan antara dana pribadi dan usaha serta teknik mencatat transaksi sehari-hari menggunakan pola pembukuan yang mudah. Tanda keberhasilan tahap ini terlihat dari kemampuan mitra mengoperasikan akun *marketplace* secara independen, berfungsinya QRIS sebagai metode pembayaran, serta penerapan awal pencatatan keuangan meskipun masih dalam fase permulaan. Keunggulan kegiatan adalah semangat pemilik usaha yang cukup tinggi, namun tantangan utama berupa keterbatasan waktu mitra untuk belajar dan kesulitan awal dalam memahami fitur digital.

4. Tahap Pemantauan dan Evaluasi

Tahap pemantauan dilakukan secara berkala setiap minggu sekali untuk menilai kemajuan praktik promosi daring, pemanfaatan QRIS, serta ketekunan dalam pencatatan pembukuan sederhana. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung dan pengisian angket sebelum serta sesudah bimbingan untuk mengukur perubahan pengetahuan serta kesiapan pengusaha dalam mengadopsi teknologi digital. Pemantauan ini juga bertujuan untuk mencatat kendala yang muncul selama penerapan, sekaligus mengevaluasi sejauh mana program pengabdian memberikan pengaruh terhadap sikap, aspek sosial-budaya, dan dimensi ekonomi mitra UMKM.

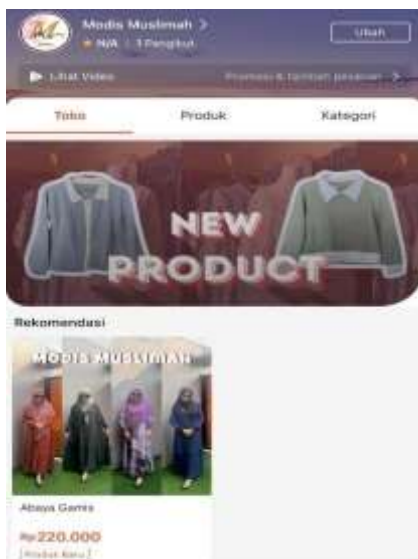
Hasil angket sebelum bimbingan menunjukkan bahwa semua pernyataan mengenai promosi digital, penggunaan *marketplace*, pembukuan, maupun implementasi QRIS berada dalam kategori “Tidak Setuju (2)” dan “Sangat Tidak Setuju (1)”. Ini mencerminkan rendahnya pemahaman dan kesiapan pelaku usaha untuk beralih ke cara promosi dan pencatatan keuangan yang lebih modern. Pemilik UMKM ‘Modis Muslimah’ belum akrab dengan Shopee, belum memahami mekanisme pembayaran digital, serta belum memiliki pengetahuan mendasar tentang pembukuan usaha. Namun setelah proses bimbingan, semua respons meningkat menjadi “Setuju (3)”, bahkan pada pernyataan terkait kemudahan penggunaan QRIS naik menjadi “Sangat Setuju (4)”. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai menerima, memahami, serta siap menerapkan teknologi digital dalam operasi bisnisnya.

Tabel 1

Hasil Kuesioner Pra-pendampingan dan Pasca-pendampingan UMKM ‘Modis Muslimah’			
No.	Pernyataan	Jawaban Pemilik UMKM Pra-pendampingan	Jawaban Pemilik UMKM Pasca-pendampingan
1	Saya memahami manfaat pemasaran digital	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
2	Saya mengetahui cara menggunakan <i>marketplace</i> seperti Shopee	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
3	Saya merasa mengelola tampilan toko <i>online</i> (foto, deskripsi, harga)	Sangat Tidak Setuju (1)	Setuju (3)
4	Saya bersedia dan tertarik untuk memperluas pemasaran melalui <i>platform</i> digital	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
5	Saya memahami cara kerja pembayaran digital	Sangat Tidak Setuju (1)	Setuju (3)
6	Saya merasa QRIS dapat mempermudah transaksi dengan pelanggan	Tidak Setuju (2)	Sangat Setuju (4)
7	Saya bersedia menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama	Sangat Tidak Setuju (1)	Setuju (3)
8	Saya memahami pentingnya mencatat pemasukan dan pengeluaran	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
9	Saya mengetahui cara menggunakan buku kas sederhana	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
10	Saya bersedia rutin melakukan pencatatan keuangan usaha	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)
TOTAL SKOR		17	31
RATA - RATA SKOR		1,7	3,1



Gambar. 2
Toko Pakaian Modis Muslimah



Gambar. 3 Tampilan Toko Shopee Usaha



Gambar. 4
Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pencatatan

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan bagi UMKM Usaha Pakaian Milik Keluarga 'Modis Muslimah' telah berhasil memenuhi tujuan pokoknya, yakni meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pengusaha dalam mengadopsi pemasaran daring, sistem pembayaran non-tunai lewat QRIS, serta pembukuan sederhana yang lebih sistematis. Evaluasi melalui kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan mengungkapkan adanya kemajuan yang nyata pada semua aspek, termasuk perubahan sikap, kesiapan menerapkan teknologi, dan kesadaran pentingnya pencatatan finansial. Kegiatan ini unggul karena materi yang disampaikan sesuai dengan keperluan bisnis dan pendekatan pendampingan yang bersifat praktis. Namun, kendala yang muncul bukanlah keterbatasan fasilitas teknologi, melainkan tingkat literasi digital pengusaha yang masih rendah serta posisi UMKM yang tidak strategis, sehingga cakupan pemasaran *offline* menjadi terhambat. Dengan demikian, penggunaan pemasaran

digital dianggap sebagai langkah tepat untuk memperluas jangkauan pasar. Ke depannya, peluang pengembangan kegiatan masih luas, seperti mengintegrasikan media sosial untuk promosi, memperkuat identitas merek produk, menerapkan sistem finansial digital yang lebih canggih, serta strategi ekspansi pasar *online* guna meningkatkan daya saing dan kelangsungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Farhan, & Aishwari Wardani Shifa. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada SetiapUMKM di Era Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 1198–1206. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1045>
- Aini Alkamat, Septy Nurmala Alvianti, Jamilatul Qomariyah, Briyan Yusuf Maulana, & Reza Adiyanto, M. (2024). PENERAPAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADAUMKM ELF'S CAKE. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2, 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Aini, N., Cahyanti, M., Putri, V. E., Listiyani, D., Vayuni, F. E., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Pemanfaatan Strategi Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Bisnis UMKM pada E-Commerce Shopee. *Economics And Business Management Journal (EBMJ) Februari*, 3(1).
- Cindy Oktavian Indah Rahmadhani, & Dewi Astuti, T. (2024). Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Pada UMKMdi Kecamatan Nanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4. <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.955>
- Dora, E., & Astuti, T. D. (2023). PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA PELAKU UMKM MIE AYAM DAN CENDOL DAWET. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 425. <https://doi.org/10.32529/tano.v6i2.2895>
- Dr. Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan (Revisi)*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Gajali, A., & Astuti, D. (2024). Pelaporan keuangan sederhana pada pelaku UMKM (studi kasus pada Usaha Sudek dan Seblak Bloom). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5, 3298–3303. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3628>
- Ika Indriyani, V., Dewi Astuti, T., Artikel, H., Kunci, K., & Keuangan, P. (2024). OPTIMALISASI PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM RUMAH LAUNDRY. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* |, 2(2).
- Jannatin, R., Wardhana2, M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Kumala Sari, S., & Dewi Astuti, T. (2023). PELATIHAN PEMBUKUAN KAS BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN BERGAS KABUPATEN SEMARANG. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, Issue 3). https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Muhammad Fikri Ali, & Theodorus Sendjaja. (2025). Penggunaan QRIS Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literature Review. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4, 924–930. [https://www.bing.com/search?q=jurnal manarung dan lestari qris 2020&qs=n&form=QBRE&sp=-1&lq=0&pq=jurnal manarung dan lestari](https://www.bing.com/search?q=jurnal+manarung+dan+lestari+qris+2020&qs=n&form=QBRE&sp=-1&lq=0&pq=jurnal+manarung+dan+lestari)

qris

2020&sc=0-

37&sk=&cvid=1D7745AB549447F283E0CE3ECC840261

Nazmi Wahida. (2025, July 7). *7 Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Tahun 2026*. UKMINDONESIA.ID.

Okto Aditya Suryawirawan, Pontjo Bambang Mahargiono, & Krido Eko Cahyono. (2021). PELATIHAN PENGELOLAAN PERSEDIAAN, PEMASARAN DAN PEMBUKUANSederhana untuk UMKM Desa Pakis Kecamatan KUNJANGKABUPATEN KEDIRI. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 4, 122–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/abadimas.v4.i2.a2685>

Siti Kholifatun, & Tutut Dewi Astuti. (2025). Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM Pematangan Ayam Pak Joko. *Pelayanan Unggulan : Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan*, 2(4), 107–114. <https://doi.org/10.62951/unggulan.v2i4.2363>

Stella Kassa, Dhyea Fitria, Prisila Damayanty, Indra Setiawan, Mayasari Mayasari, & Djunaidy Djunaidy. (2022). SOSIALISASI PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA DI DESA KUTASIRNA KECAMATAN CISAAT KABUPATEN SUKABUMI. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3, 16–29.

Sulaymah, V., & Astuti, T. D. (2023). Sosialisasi dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Kepada UMKM di Dusun Karang Tengah Kalurahan Nogotirto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 1(2), 185–193. <https://doi.org/10.54832/judimas.v1i2.152>

Syintiya Kirani Mahwati, Farhan Sabayu, Prof. Dr. Yunia Wardi, D. M. S., & Ilham Thaib SE, M. (2024). PENGARUH DIGITAL MARKETING DALAM STRATEGI PEMASARAN GLOBAL: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 23(2), 115–125.

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=ec69345ddf3a55c90d575fac4e0492bc5e2a9813a8aba34679a7a812203c2c7cjmldtHM9MTc2MzMzNzYwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=00488bc6-411b-6098-1a4c9e7640e66157&psq=pemasaran+digital+jurnal&u=a1aHR0cHM6Ly9lam91cm5hbC51bmRpcC5hYy5pZC9pbmRleC5waHAvanNwaS9hcnRyY2xlL2Rvd25sb2FkLzYxMjkzLzI3MDUy>

Tiara Sastianing Maharani, & Azfa Mutiara Ahmad Pabulo. (2024). PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATANKEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM MIE AYAM DI DUSUN BANDUTKIDUL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1, 345–350.

https://www.bing.com/search?q=PELATIHAN+DIGITALISASI+PEMASARAN+DAN+PENCATATAN+KEUANGAN+SEDERHANA+PADA+UMKM+MIE+AYAM+DI+DUSUN+BANDUT+KIDUL&cvid=f7e81301a28c4a1da2413d6e637b92ab&gs_lcrp=EgRlZGdlKgYIABBFgDkyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBCDEyNzhqMGo5qAIIsAIB&FORM=ANAB01&PC=ASTS

Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., & Sugiarto, R. (2020). PELATIHAN PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI PELAKU USAHA KECIL (MIKRO) DI DUSUN BORE DESA KOPANG REMBIGA KECAMATAN KOPANG LOMBOK TENGAH. In

PENSA : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (Vol. 2, Issue 2). <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pensa>