

PENDAMPINGAN PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN DAN PROMOSI DIGITAL PADA UMKM MUSTIKA BUAH DAN TAHU CRISPY PAK UGIK

Agustina Dwi Lestari Luanubun^{1*}, Ika Wulandari^{2*}

^{1,2}Universitas Mercu Buana Yogyakarta

dwiluanubun22@gmail.com¹ ikawulandari@mercubuana-yogya.ac.id²

Received: 20-05-2026

Revised: 10-06-2026

Approved: 17-06-2026

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan April–Mei 2026 di Kelurahan Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Mustika Buah dan Tahu Crispy Pak Ugik dalam pencatatan laporan keuangan sederhana dan pemanfaatan promosi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mitra UMKM Mustika Buah mengenai laporan keuangan meningkat sebesar 73% (dari 25% menjadi 98%), sedangkan pemahaman digital marketing pada UMKM Tahu Crispy Pak Ugik meningkat sebesar 75% (dari 20% menjadi 95%). Temuan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan efektif meningkatkan kompetensi pengelolaan keuangan dan pemasaran digital UMKM..

Kata Kunci: Digital Marketing; Laporan Keuangan; Instagram; Microsoft Excel

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran. Keberadaan UMKM menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar serta memanfaatkan potensi sumber daya lokal yang tersedia. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu terus dilakukan agar mampu meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Menurut Ariyani dkk. (2023), peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan menjadi salah satu langkah yang efektif dalam mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan kualitas pengelolaan usaha.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan usaha adalah kemampuan dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam mengetahui kondisi usaha secara jelas, sedangkan pemanfaatan teknologi digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran produk. Laporan keuangan merupakan salah satu instrumen penting dalam kegiatan usaha karena berfungsi sebagai sumber informasi mengenai kondisi keuangan suatu usaha. Melalui laporan keuangan, pelaku usaha dapat mengetahui jumlah pendapatan, pengeluaran, laba, maupun kerugian yang diperoleh dalam periode tertentu. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha dan penyusunan strategi pengembangan usaha. Menurut Ikatan

Akuntan Indonesia (2018), penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) dapat membantu pelaku UMKM menghasilkan informasi keuangan yang lebih sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami. Meskipun memiliki peran yang penting, pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan pencatatan laporan keuangan secara baik dan sistematis. Sebagian besar pelaku usaha masih melakukan pencatatan secara sederhana bahkan belum memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.

Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat. Menurut Nasihin dkk. (2024), rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pencatatan keuangan menjadi salah satu faktor yang menyebabkan pengelolaan keuangan usaha belum berjalan secara optimal. Akibatnya, pelaku usaha sering mengalami kesulitan dalam melakukan evaluasi usaha maupun menyusun perencanaan usaha di masa mendatang. Selain membantu pelaku usaha dalam mengetahui kondisi keuangan, pencatatan laporan keuangan juga memiliki manfaat dalam mendukung akses pembiayaan usaha.

Lembaga keuangan umumnya membutuhkan laporan keuangan sebagai salah satu syarat dalam pengajuan kredit atau pembiayaan. Oleh karena itu, kemampuan dalam menyusun laporan keuangan sederhana menjadi keterampilan yang penting bagi pelaku UMKM. Menurut Leiwakabessy dkk. (2025), kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pembukuan serta membantu pelaku usaha dalam menerapkan pencatatan keuangan yang lebih teratur. Selain pengelolaan keuangan, aspek pemasaran juga menjadi faktor yang sangat penting dalam perkembangan suatu usaha. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, kegiatan pemasaran tidak lagi terbatas pada metode konvensional, tetapi juga dapat dilakukan melalui media digital. Pemanfaatan media digital memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha dalam mempromosikan produk serta menjangkau konsumen yang lebih luas.

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh pelaku usaha pada era digital saat ini. Melalui digital marketing, pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, maupun marketplace untuk mempromosikan produk yang dimiliki. Menurut Febrianti, Alfianto, dan Azizah (2024), implementasi digital marketing mampu membantu UMKM meningkatkan efektivitas pemasaran produk dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media digital memungkinkan informasi mengenai produk dapat diakses oleh masyarakat dengan lebih cepat dan mudah sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi lebih besar. Selain meningkatkan jangkauan pemasaran, digital marketing juga dapat membantu pelaku usaha dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan pelanggan sehingga kebutuhan konsumen dapat diketahui dengan lebih cepat. Menurut Syahrenny, Fitria, dan Mutmainnah (2023), pemanfaatan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM karena pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan media digital.

Berbagai kegiatan pendampingan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha. Menurut Wulandari dkk. (2024), pendampingan dalam penyusunan

laporan keuangan berbasis SAK EMKM dapat membantu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan yang lebih baik. Sementara itu, Utarsih (2025) menjelaskan bahwa pendampingan laporan keuangan sederhana dan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan manajerial pelaku usaha serta mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan. UMKM Mustika Buah dan Tahu Crispy Pak Ugik merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan yang berlokasi di Kelurahan Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa UMKM Mustika Buah belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui besarnya laba usaha dan arus kas harian. Seluruh transaksi masih dicatat secara manual pada buku sederhana dan sering kali tidak terdokumentasi secara lengkap. Sementara itu, UMKM Tahu Crispy Pak Ugik belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk promosi sehingga pemasaran masih bergantung pada pelanggan sekitar dan promosi dari mulut ke mulut. Rendahnya literasi digital serta keterbatasan waktu pengelolaan usaha menjadi faktor utama yang menyebabkan kedua UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memerlukan pendampingan yang dapat membantu meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan pencatatan transaksi secara lebih teratur dan sistematis. Sementara itu, pendampingan promosi digital diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan yang digunakan dalam pelaksanaan program pendampingan ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, serta evaluasi dan hasil. Ketiga tahapan tersebut dilakukan secara berurutan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan UMKM yang menjadi mitra kegiatan.

Tahap pertama yang dilakukan adalah sosialisasi kepada pelaku UMKM Mustika Buah dan Tahu Crispy Pak Ugik. Pada tahap ini dilakukan penyampaian informasi mengenai program pendampingan yang akan dilaksanakan, meliputi tujuan, manfaat, serta rangkaian kegiatan yang akan dilakukan. Selain itu, dilakukan diskusi dengan pemilik usaha untuk mengetahui kondisi usaha dan permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait pencatatan laporan keuangan dan promosi produk. Melalui kegiatan sosialisasi, diperoleh informasi mengenai kebutuhan mitra serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha. Hasil dari kegiatan ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi pelatihan dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM sehingga kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat yang optimal.

Tahap kedua yaitu pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Pada tahap ini diberikan pelatihan mengenai pencatatan laporan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel serta pelatihan promosi digital melalui media sosial Instagram. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode praktik agar pelaku UMKM lebih mudah memahami materi yang diberikan. Dalam kegiatan ini dijelaskan mengenai cara mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha, menyusun laporan laba rugi sederhana, serta pentingnya pengelolaan keuangan dalam mendukung

perkembangan usaha. Melalui pelatihan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu melakukan pencatatan transaksi usaha secara lebih teratur dan sistematis. Selain itu, diberikan pula pelatihan mengenai promosi digital melalui media sosial Instagram. Materi yang disampaikan meliputi pembuatan akun bisnis, penyusunan konten promosi yang menarik, teknik pengambilan foto produk, penulisan caption, serta cara mengunggah konten untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana pemasaran dan promosi produk.

Tahap terakhir Adalah evaluasi dan hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, serta tanya jawab mengenai materi yang telah diberikan. Evaluasi pada aspek pencatatan keuangan dilakukan dengan melihat kemampuan pelaku UMKM dalam mencatat transaksi usaha, mengelompokkan pemasukan dan pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel. Sementara itu, evaluasi pada aspek promosi digital dilakukan dengan melihat kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola akun Instagram, membuat konten promosi, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi, panduan wawancara, dokumentasi kegiatan, serta kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman mitra sebelum dan sesudah pendampingan. Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi akhir setelah pelaksanaan program.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pencatatan laporan keuangan dan promosi digital dalam pengelolaan usaha. Pelaku UMKM mulai mampu melakukan pencatatan keuangan secara lebih teratur serta memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan demikian, kegiatan pendampingan yang dilaksanakan memberikan manfaat positif dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan usaha UMKM secara berkelanjutan

UMKM Mustika Buah, kegiatan pendampingan difokuskan pada penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel. Berdasarkan hasil observasi awal, pencatatan transaksi usaha masih dilakukan secara sederhana sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui jumlah pendapatan, pengeluaran, dan keuntungan usaha secara pasti. Kegiatan pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha dengan memberikan penjelasan mengenai pentingnya pencatatan keuangan bagi keberlangsungan usaha. Selanjutnya, pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai cara mencatat transaksi harian, mengelompokkan pemasukan dan pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel. Pendampingan dilakukan secara praktik sehingga pelaku usaha dapat mengikuti setiap tahapan pencatatan secara langsung.

Berdasarkan hasil kegiatan, pelaku UMKM menunjukkan antusiasme yang baik selama proses pendampingan berlangsung. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang terstruktur sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha. Selain itu, penggunaan Microsoft Excel dinilai dapat mempermudah proses

pencatatan karena data keuangan dapat tersusun lebih rapi dan mudah dipantau. Melalui kegiatan pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM mampu menerapkan pencatatan keuangan secara rutin sehingga dapat mengetahui kondisi keuangan usaha dengan lebih akurat serta mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Menggunakan Microsoft Excel

Salah satu kegiatan yang dilakukan pada UMKM Tahu Crispy Pak Ugik adalah pendampingan promosi digital melalui media sosial Instagram. Kegiatan ini diawali dengan pembuatan akun Instagram usaha yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Sebelum kegiatan dilakukan, UMKM belum memiliki media promosi digital yang dikelola secara khusus untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Pada tahap pendampingan, dilakukan pembuatan profil usaha yang memuat identitas UMKM, deskripsi produk, nomor WhatsApp sebagai sarana pemesanan, serta tautan Google Maps untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha. Selain itu, akun Instagram juga digunakan sebagai media untuk mengunggah konten promosi produk sehingga informasi mengenai usaha dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi secara teratur dan mampu menyusun pembukuan sederhana menggunakan Microsoft Excel. Peningkatan kemampuan ini menunjukkan bahwa metode pendampingan praktik langsung efektif dalam meningkatkan kompetensi pengelolaan keuangan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Purba dkk. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan pembukuan sederhana dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang lebih tertib dan akurat. Selain itu, penelitian oleh Narsa dkk. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi sederhana seperti Microsoft Excel mampu membantu UMKM dalam melakukan monitoring keuangan dan pengambilan keputusan usaha secara lebih efektif.



Gambar 2. Pembuatan akun Instagram Sebagai Media Promosi Digital

Pembuatan akun Instagram bisnis menjadi langkah awal transformasi digital UMKM Tahu Crispy Pak Ugik. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan membangun identitas merek secara lebih luas. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Wardhana (2022) yang menemukan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan promosi dan daya saing UMKM. Penelitian lain oleh Rachmawati dkk. (2023) juga menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar UMKM.

Tabel 1.
Evaluasi Kegiatan Mustika Buah

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Pemahaman mengenai laporan keuangan sederhana	25%	98%
2	Implementasi pembukuan	belum ada	Sudah ada

Tabel 1 menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai laporan keuangan sederhana dari 25% sebelum pendampingan menjadi 98% setelah kegiatan dilaksanakan. Peningkatan sebesar 73% tersebut menunjukkan bahwa materi dan metode pendampingan yang digunakan berhasil meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku usaha belum memahami fungsi laporan keuangan sebagai alat pengendalian usaha. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha mulai memahami cara mencatat transaksi, mengelompokkan akun, menghitung laba usaha, serta melakukan evaluasi usaha berdasarkan data keuangan yang dimiliki. Selain peningkatan pemahaman, perubahan nyata juga terlihat pada implementasi pembukuan usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, UMKM belum memiliki sistem pembukuan yang jelas. Setelah pendampingan dilakukan, pelaku usaha telah mampu menyusun pencatatan transaksi secara rutin menggunakan Microsoft Excel. Perubahan ini menunjukkan bahwa program pendampingan tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga menghasilkan perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha.

Tabel 2
Evaluasi Kegiatan Tahu Crispy Pak Ugik

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Pemahaman mengenai digital marketing	20%	95%
2	Implementasi digital Marketing	Belum ada	Suda ada

Berdasarkan Tabel 2, tingkat pemahaman pelaku usaha mengenai digital marketing meningkat dari 20% menjadi 95% setelah mengikuti kegiatan pendampingan. Peningkatan sebesar 75% menunjukkan bahwa materi yang diberikan mampu meningkatkan wawasan pelaku usaha mengenai pentingnya pemasaran digital dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Sebelum kegiatan berlangsung, pelaku usaha belum memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Setelah pendampingan dilakukan, pelaku usaha telah mampu membuat akun Instagram bisnis, mengunggah konten promosi, serta memahami strategi dasar pemasaran digital yang dapat diterapkan secara mandiri. atan, media

promosi digital belum tersedia. Setelah program pendampingan selesai, UMKM telah memiliki akun Instagram yang digunakan sebagai media promosi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berhasil menghasilkan output yang dapat langsung dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

Peningkatan pemahaman digital marketing dipengaruhi oleh penggunaan media sosial yang relatif dekat dengan aktivitas sehari-hari mitra. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari pembuatan akun bisnis, pengambilan foto produk, penyusunan caption, hingga praktik mengunggah konten promosi. Keberhasilan program juga didukung oleh kemudahan akses Instagram sebagai media pemasaran yang murah, mudah digunakan, dan memiliki jangkauan pasar yang luas bagi UMKM kuliner.

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pendampingan memberikan dampak positif bagi kedua UMKM. Pada UMKM Mustika Buah, pemahaman mengenai laporan keuangan sederhana meningkat dari 25% menjadi 98%, serta pelaku usaha mulai menerapkan pembukuan sederhana untuk mencatat transaksi usaha. Sementara itu, pada UMKM Tahu Crispy Pak Ugik, pemahaman mengenai digital marketing meningkat dari 20% menjadi 95%. Selain itu, pelaku usaha telah mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Pelaksanaan pendampingan menunjukkan hasil yang positif, namun terdapat tantangan keberlanjutan yang perlu diperhatikan. Pelaku UMKM berpotensi mengalami penurunan konsistensi dalam pencatatan keuangan maupun pengelolaan media sosial apabila tidak dilakukan monitoring secara berkala. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya manusia dapat menjadi hambatan dalam mempertahankan praktik yang telah diperkenalkan selama program pendampingan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan lanjutan untuk memastikan transfer pengetahuan yang telah diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pendampingan pada UMKM Mustika Buah dan Tahu Crispy Pak Ugik berhasil meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Tingkat pemahaman laporan keuangan pada UMKM Mustika Buah meningkat dari 25% menjadi 98%, sedangkan pemahaman digital marketing pada UMKM Tahu Crispy Pak Ugik meningkat dari 20% menjadi 95%. Selain peningkatan pengetahuan, kedua UMKM juga telah mampu menerapkan hasil pelatihan melalui penggunaan pembukuan berbasis Microsoft Excel dan pemanfaatan akun Instagram sebagai media promosi usaha.

Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan monitoring dan pendampingan lanjutan secara berkala guna memastikan konsistensi penerapan pembukuan usaha dan pengelolaan media sosial. Selain itu, pelaku UMKM perlu didorong untuk melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja usaha dan aktivitas promosi digital agar manfaat program dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyani, dkk. (2023). Peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan.

- Febrianti, ..., Alfianto, ..., & Azizah, ... (2024). Implementasi digital marketing dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Leiwakabessy, dkk. (2025). Pendampingan penyusunan laporan keuangan untuk meningkatkan pemahaman pembukuan UMKM.
- Narsa, dkk. (2022). Pemanfaatan Microsoft Excel dalam monitoring keuangan dan pengambilan keputusan UMKM.
- Nasihin, dkk. (2024). Tingkat pemahaman pencatatan keuangan dan pengelolaan usaha pada UMKM.
- Purba, dkk. (2023). Pelatihan pembukuan sederhana untuk meningkatkan kemampuan penyusunan laporan keuangan UMKM.
- Rachmawati, dkk. (2023). Efektivitas Instagram sebagai media promosi dan perluasan pasar UMKM.
- Syahrenny, ..., Fitria, ..., & Mutmainnah, ... (2023). Pemanfaatan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.
- Utarsih. (2025). Pendampingan laporan keuangan sederhana dan digital marketing untuk pengembangan usaha UMKM.
- Wardhana. (2022). Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap promosi dan daya saing UMKM.
- Wulandari, dkk. (2024). Pendampingan penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM bagi pelaku UMKM.