

## **Implementasi Pemberdayaan UMKM Kuliner Kue Kering dan Basah dalam Aspek Produksi, Aspek Manajemen Keuangan dan Aspek Manajemen Pemasaran Melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat (Desa Binaan Gampong Blang Pulo)**

Dy Ilham Satria<sup>✉1</sup> Muhammad Yusra<sup>2</sup> Nur Afni Yunita<sup>3</sup> Khairul Nupus<sup>4</sup> Wanda Nofiya<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Jln. Jawa, Kampus Bukit Indah, Muara Satu, Kota Lhokseumawe, 24355, Indonesia, dyilham@unimal.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Jln. Jawa, Kampus Bukit Indah, Muara Satu, Kota Lhokseumawe, 24355, Indonesia, myusra@unimal.ac.id

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Jln. Jawa, Kampus Bukit Indah, Muara Satu, Kota Lhokseumawe, 24355, Indonesia, nurafni.yunita@unimal.ac.id

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Jln. Jawa, Kampus Bukit Indah, Muara Satu, Kota Lhokseumawe, 24355, Indonesia, khairul.190420071@mhs.unimal.ac.id

<sup>5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Jln. Jawa, Kampus Bukit Indah, Muara Satu, Kota Lhokseumawe, 24355, Indonesia wanda.190420165@mhs.unimal.ac.id

✉Corresponding Author: nurafni.yunita@unimal.ac.id

### **Abstrak**

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan mitra berupa keterbatasan bahan baku, kelemahan promosi produk dan tidak adanya pencatatan keuangan usaha yang dikelompokkan menjadi aspek produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Kegiatan PKM dilaksanakan melalui pendekatan penyelesaian masalah, monitoring dan evaluasi serta melakukan publikasi kegiatan dengan metode wawancara, observasi lapangan dan penyelesaian masalah. Hasil kegiatan PKM yang didapatkan ditinjau aspek produksi berupa tim pelaksana PKM memberikan bahan baku habis pakai kepada mitra, berupa peralatan dan bahan baku untuk menunjang proses produksi, untuk aspek manajemen keuangan dilakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan, dan untuk aspek manajemen pemasaran berupa promosi melalui papan spanduk usaha, dan promosi secara online berupa e-commerce produk mitra sehingga memberikan dampak positif bagi mitra berupa kenaikan penjualan produk yang signifikan dan mitra telah mempunyai laporan keuangan usaha, sehingga dapat disimpulkan Kegiatan PKM memberikan solusi dan penyelesaian mitra baik dari aspek produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

**Kata Kunci** : Kegiatan PKM; Aspek Produksi; Aspek Manajemen Keuangan; Aspek Manajemen Pemasaran;

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai penonggak ekonomi suatu negara terutama pada negara berkembang seperti Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2020, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yaitu dimana usaha dikategorikan berdasarkan kekayaan bersih (termasuk tanah dan bangunan) dan hasil penjualan tahunan. Menurut (Ailin, 2021) dalam media online merdeka.com mengatkan bahwa UMKM telah menjadi pendukung ketahanan perekonomian. Tercatat, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07 persen atau senilai Rp8.574 triliun pada 2021.

Namun disisi lain, Selain memberikan manfaat yang positif, ada masalah yang dihadapi UMKM di Indonesia, masalah utama yang dihadapi oleh UKM adalah pemasaran (Adawiyah, 2013) (Jauhari, 2010) (Kusumawardhani et al., 2020) (Pasaribu & Siregar, 2015). Banyak pengusaha UMKM yang mengalami keterbatasan dalam pengembangan produk. Keterbatasan meliputi aspek produksi maupun aspek manajemen. Hal inilah yang nantinya akan mempengaruhi kualitas produk dan kepuasan konsumen (Mulyasari et al., 2021). Kualitas yang tidak baik menyebabkan ketidakpuasan konsumen yang menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan (Zahrati et al., 2022) (Maharani & Sumowo, 2020).

Dari analisis situasi yang didapatkan melalui observasi dan wawancara dengan pengusaha UMKM di Desa Blang Pulo Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Masih banyak UMKM Khususnya yang bergerak dibidang kuliner kue kering dan basah yang mengalami keterbatasan usaha (Vincent et al., 2022), seperti produksi dilakukan secara manual sehingga keterbatasan kapasitas produksi, peralatan dan fasilitas pendukung produksi juga masih sederhana sehingga memakan waktu yang banyak untuk proses produksi (Nurkhin et al., 2020). Pengemasan produk juga dilakukan sangat sederhana hanya menggunakan plastik kemasan biasa sehingga tidak memiliki ciri khusus yang menarik konsumen (Saputro et al., 2019).

Selanjutnya, dari aspek manajemen UMKM belum melakukan pencatatan laporan keuangan yang baik sehingga tidak diketahui secara pasti berapa modal, beban, laba maupun rugi yang diperoleh untuk setiap kegiatan produksi (Emilda et al., 2022) (Minan et al., 2022). Keterbatasan juga dialami dari aspek manajemen pemasaran, pengusaha UKM memasarkan produknya secara konvensional, di sisi lain pemasaran secara konvensional memerlukan biaya yang tinggi (Naimah et

al., 2020), misalnya untuk membuka cabang baru, partisipasi dalam pameran, pembuatan dan penyebaran brosur. Perkembangan teknologi yang pesat dapat dimanfaatkan untuk mempermudah pengusaha ukm untuk memperluas pemasaran produk yang dihasilkan. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran adalah media sosial. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan internet dalam hal ini media sosial penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas (Fitriani, 2017) (Romdonny & Rosmadi, 2018).

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan mitra yang dihadapi dari segi aspek produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Selain itu, kegiatan PKM juga bertujuan untuk membantu mitra dalam memaksimalkan produksi, mengelola keuangan secara sistematis dan melakukan promosi yang tepat (Jamil et al., 2022). Dengan harapan kegiatan PKM dapat membantu memberikan masukan, inovasi dan kreatifitas kepada pengusaha UMKM agar dapat meningkatkan produksinya melalui perbaikan keterbatasan yang dimilikinya (Siregar et al., 2022).

## Metode Pelaksanaan

Kegiatan PKM dilaksanakan dalam enam tahapan, yaitu pemilihan sasaran, identifikasi masalah, penyampaian tawaran dan solusi kepada mitra, pelaksanaan pendekatan penyelesaian masalah, monitoring dan evaluasi serta melakukan publikasi kegiatan (Hasibuan et al., 2022). Tahap pemilihan dan identifikasi masalah pada kegiatan PKM ini adalah permasalahan dibidang produksi. Produksi mitra masih sangat manual, alat yang dipakai sangat sederhana dan pengemasan yang terbatas. Selanjutnya permasalahan dibidang Manajemen keuangan dan Pemasaran. Identifikasi permasalahan yang dialami mitra tidak memiliki catatan laporan keuangan sehingga mitra tidak mengetahui dengan pasti kondisi usahanya. Permasalahan di dibidang manajemen pemasaran, mitra melakukan pemasaran secara sederhana dari mulut ke mulut tanpa adanya *e-commerce*.

Tahap selanjutnya Tim PKM memberikan bantuan baik secara material maupun ilmu pengetahuan yang meliputi pada aspek produksi adalah penambahan/pengadaan peralatan produksi yang lebih sesuai untuk kapasitas industri rumah tangga. Metode ini bertujuan untuk memberikan semangat dan diharapkan mampu memotivasi mitra untuk lebih berkreasi melakukan hal baru yang belum pernah dicoba sebelumnya. Bantuan alat penunjang yang diberikan antara lain berupa mesin mixer dan oven skala industri rumah tangga (Hasibuan et al., 2022).

Pada aspek manajemen keuangan dan pemasaran Pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan. Pelatihan dan pendampingan ini bertujuan agar mitra mampu membuat pembukuan yang benar sehingga dapat mengelola usaha dengan efisien dengan mengontrol pengeluaran yang tidak perlu dan meningkatkan investasi untuk pengembangan usaha serta dapat bersiap untuk masa sulit. Selain itu, mitra juga dapat melihat dan mengetahui sejauh mana perkembangan usaha (Siregar et al., 2022).

Selanjutnya untuk aspek manajemen pemasaran, tim PKM memberikan Pendampingan dan Pelatihan manajemen pemasaran. Pelatihan ini bertujuan agar mitra dapat menentukan strategi-strategi apa saja yang tepat dan sesuai dilakukan dalam memasarkan dan mempromosikan produk. Kegiatan pendampingan ini merupakan salah satu faktor penentu karena melalui pemasaran yang tepat. Dan tentu saja memperbaiki kemasan produk dengan mendesign kemasan yang lebih higienis dan modern, sehingga diharapkan dapat menambah minat konsumen dalam membeli produk kue.

Tahap Evaluasi dan monitoring selanjutnya. Tim PKM melakukan metode pengawasan terhadap penerapan teori-teori atau ilmu pengetahuan yang telah didapatkan oleh mitra baik pada saat pelatihan maupun pendampingan (Siregar et al., 2021). Apabila terdapat kendala ataupun gangguan selama pelaksanaan program, baik gangguan peralatan maupun kendala dalam pemasaran dan pembuatan laporan keuangan, tim pengabdian segera membantu dan mencari solusinya.

## Solusi Yang Ditawarkan

Dari situasi dan permasalahan yang dihadapi mitra, maka tawaran solusi tim PKM adalah sebagai berikut:

1. Pada aspek produksi adalah Perbaikan sistem produksi serta peningkatan kapasitas sekaligus produktivitas dengan bisa memaksimalkan kemampuan produksi sesuai kebutuhan konsumen tanpa tergantung seluruhnya pada tenaga manusia dengan fasilitasi inovasi mesin mixer adonan skala industri dan mesin oven skala industri.
2. Pada aspek manajemen usaha ditawarkan solusi pelatihan pembuatan catatan laporan keuangan, dan pelatihan manajemen pemasaran, dengan inovasi kemasan produk yang menarik.

## Hasil dan Pembahasan

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan dari Bulan September s.d November 2022, dimana tahapan kegiatan pada bulan September sudah dilakukan komunikasi antara tim pelaksana PKM dengan pihak aparaturnya Gampong Blang Pulo untuk dilakukannya pembinaan dan pelatihan bagi UMKM yang akan menjadi calon mitra dalam PKM pembinaan Desa Lingkungan. Tahapan berikutnya pihak pemerintah Gampong Blang Pulo menyeleksi beberapa UMKM untuk dijadikan sebagai calon mitra PKM. Dari calon mitra yang diusulkan selanjutnya dilakukan wawancara dan dibuat Focus Group Discussion (FGD) dengan mitra untuk menemukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan mencari solusi dan menyepakati secara bersama solusi yang paling tepat untuk mitra.

Selanjutnya diputuskanlah solusi berupa pendampingan dan pelatihan dengan mengusung tema Pemberdayaan UMKM Kue kering dan Kue Basah di Gampong Blang Pulo. Pendampingan pembuatan laporan keuangan sederhana bagi UMKM dan tutorial membuat dan mengaplikasikan penjualan secara online berlangsung sejak bulan 1 oktober 2022. Sedangkan untuk pelatihannya dilaksanakan dari tanggal 18 - 21 Oktober 2022 yang bertempat di rumah pengusaha mikro kue basah dan kue kering, di Jl. Medan-Banda Aceh no. 47 Gampong Blang Pulo, yang sekaligus tempat produksi kue basah dan kue kering mitra PKM. Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM yang terdiri dari Dosen

dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, pelaku usaha mikro kue basah dan kue kering di Gampong Blang Pulo yang berjumlah 3 orang selaku mitra dalam PKM ini, juga ikut dihadiri oleh karyawan dan masyarakat dari lingkungan sekitar.

## **Hasil Kegiatan**

Hasil capaian kegiatan PKM yang didapatkan ditinjau aspek produksi. Menurut Assauri (2011) aspek produksi didefinisikan sebagai aspek yang mempertimbangkan proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada. Proses produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang paling penting dalam pelaksanaan produksi disuatu perusahaan. Hal ini karena proses produksi merupakan cara, metode maupun teknik bagaimana kegiatan penambahan faedah atau penciptaan faedah.

Aspek produksi yang ditingkatkan dalam kegiatan PKM adalah tim pelaksana PKM memberikan bahan baku habis pakai kepada mitra, berupa peralatan dan bahan baku untuk menunjang proses produksi. Pada Tahapan ini semua peralatan yang dibutuhkan oleh Usaha Mikro Kue Basah dan Kue Kering sudah dibelanjakan dan dilakukan serah terima kepada pemilik usaha mikro kue basah dan kue kering. Bantuan peralatan dan persediaan bahan baku ini diharapkan dapat meningkatkan produksi mitra. Dimana sebelumnya tidak mempunyai peralatan yang cukup untuk menerima pesanan dalam jumlah yang besar. Dan tidak memiliki stok persediaan bahan baku untuk proses produksi kue setiap harinya.

Hasil kegiatan yang kedua, ditinjau dari aspek keuangan. Aspek keuangan didefinisikan sebagai Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan ada beberapa pengusaha menganggap justru aspek inilah yang paling utama untuk dianalisis karena dari aspek ini tergambar jelas hal-hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya (Kasmir & Jakfar 2017). Hasil kegiatan PKM dari aspek keuangan berupa Pelatihan pengelolaan keuangan. Pada tahapan ini, tim pelaksana PKM telah melakukan pelatihan pengelolaan keuangan usaha yang didampingi oleh mahasiswa tim pelaksana PKM. Mitra sangat senang, karena dengan adanya pembukuan usaha ini mitra dapat mengetahui tentang segala hal yang berhubungan dengan keuangan usaha kue basah dan kue kering. Pemilik UMKM kue basah dan kue kering diharapkan dapat mengelola keuangan keluarga dan keuangan usaha secara terpisah, serta dapat mengelola administrasi keuangan berupa pembukuan kas masuk dan kas keluar per proses produksinya dengan baik setelah kegiatan ini berlangsung. Pada kegiatan ini juga diharapkan pengetahuan dan pemahaman tentang pembukuan keuangan usaha meningkat, sehingga buku usaha mereka sudah ada saat ini. Dengan adanya buku usaha ini, maka UMKM Kue Basah dan Kue Kering ini dapat dengan mudah mengajukan bantuan ke pihak peminjam keuangan seperti bank dan koperasi untuk menambah modal usaha. Menurut Kasmir (2016:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Menurut Fahmi (2017:22), laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan, dimana selanjutnya itu akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja suatu perusahaan.

Laporan keuangan memiliki beberapa fungsi. Menurut Purwaningsih (2020) laporan keuangan UMKM sangat penting adalah untuk mengetahui jumlah aset dan modal yang dimiliki. Besaran hutang perusahaan juga akan terlihat. Jadi pergerakan aset, modal, dan hutang akan terpantau dengan jelas. Jika usaha tersebut tidak mempunyai laporan keuangan, maka akan sulit untuk mengetahui jumlah aset, modal, dan hutang yang dimiliki. Selanjutnya menurut Hans (2016: 126) tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam membuat keputusan ekonomi. Oleh karena laporan keuangan sangatlah penting bagi keberlangsungan usaha UMKM.

Pelatihan dan pendampingan pembuatan pembukuan atau laporan keuangan sederhana dilatarbelakangi oleh tidak pernahnya mitra membukukan setiap keuangan usaha. Mitra tidak mengetahui dengan pasti pertumbuhan usahanya. Kondisi demikian dapat membuat mitra terjebak terlalu lama pada usaha yang sebenarnya mungkin tidak menguntungkan atau mitra mengalami kerugian dalam jangka waktu yang sudah lama. Setelah pelatihan dan pendampingan, mitra dapat membuat pembukuan tentang laporan arus kas, rugi laba dan neraca. Mitra dapat mengetahui perkembangan/pertumbuhan usahanya. Mitra mampu menekan angka-angka pengeluaran yang tidak perlu. Mitra sudah memiliki komitmen untuk memisahkan keuangan usaha dengan keuangan untuk kebutuhan sehari-hari. Mitra mampu saving profit untuk masa-masa sulit. Berdasarkan uraian hasil kegiatan PKM tersebut, pengaruh dan dampak kegiatan PKM Skema Pembinaan Desa Lingkungan ini terhadap mitra yaitu:

1. Mitra telah memahami pentingnya pencatatan laporan keuangan usaha, walaupun baru sebatas pencatatan transaksi untuk kas masuk dan kas keluar, dan laporan keuangannya terpisah antara laporan keuangan usaha dengan laporan keuangan rumah tangga.
2. Mitra telah dibekali ilmu dan wawasan dalam hal strategi pemasaran yang tepat. Hal ini tentunya berdampak pada pendapatan mitra yang meningkat dibanding sebelumnya.
3. Mitra sudah memiliki persediaan bahan baku untuk membantu usaha UMKM

Hasil monitoring dan evaluasi kegiatan menunjukkan perubahan yang signifikan. Persediaan bahan baku berupa bahan untuk produksi sudah tersedia dengan cukup, karena sebelumnya ada yang seala kadarnya saja. Kemudian dari segi pembukuan usaha juga sudah tersedia dan terpisah dari laporan pembukuan keuangan pribadi. Peningkatan pendapatan mitra juga mulai terlihat setelah program pengabdian dilaksanakan, dengan bertambahnya jumlah produksi.

Aspek yang ketiga berupa aspek manajemen pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting pada perusahaan dalam menjalankan bisnis agar memperoleh suatu kelangsungan hidup sebuah perusahaan, sehingga

perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut Stanton (2013:1293), pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Menurut Granroos (dalam Sudaryono, 2016) tujuan dari pemasaran adalah untuk Menjalin, mengembangkan, dan menkonsentrasikan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang dan sedemikian rupa sehingga dapat terpenuhinya tujuan dari masing-masing pihak. Berdasarkan definisi dan tujuan diatas maka tim pengabdian melakukan tindakan pemasaran berupa pemasaran baik secara manual seperti, pembuatan brosur usaha, dan pembuatan spanduk usaha. Selanjutnya tim juga membuat pemasaran secara online dengan membantu mitra membuat media pemasaran online berupa E-commerce. Menurut Kotler & Armstrong (2012) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Menurut Wong (2010) e-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. E-commerce yang dilakukan tim pengabdian berupa pembuatan akun instagram, Facebook, dan twitter untuk mitra sebagai sarana promosi kepada pelanggan.



Gambar 1. Kegiatan wawancara Tim PKM bersama mitra - Blang Pulo, 02 Oktober 2022

### Tindak Lanjut

Kegiatan PKM ini sudah memenuhi tujuan yang diharapkan oleh tim dan mitra. Namun aspek yang ditelaah memiliki keterbatasan hanya dilihat dari 6 tahap dan 3 aspek saja, sehingga belum membantu mitra secara keseluruhan. Oleh karenanya, perlu dilakukan tindak lanjut untuk kegiatan PKM berikutnya berupa kegiatan Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana bagi mitra, berupa pencatatan laporan produksi, buku kas masuk dan kas keluar, modal, pendapatan, beban, dan laba-rugi. Selanjutnya untuk pemasaran dilakukan tindak lanjut untuk kegiatan berupa Promosi melalui papan spanduk sudah dipajang, namun promosi secara online melalui media sosial masih terus dilakukan dengan mendesign promosi yang mampu menarik konsumen



Gambar 2. Foto Design Poster Pemasaran Usaha - Blang Pulo, 22 Oktober 2022



Gambar 3. Foto Usaha setelah Pemasangan Poster Pemasaran - Blang Pulo 22 Oktober 2022

## Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat berdasarkan pelaksanaan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada para pelaku usaha UMKM selaku mitra PKM yang berada di Gampong Blang Pulo, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe orang telah berjalan lancar. Mitra sangat antusias dalam pendampingan dan mengikuti pelatihan, hal ini terlihat dari peserta yang hadir mengikuti acara tersebut dari awal sampai akhir serta sangat antusias dalam sesi tanya jawab, diskusi ataupun sharing pengetahuan dan mengenai produk-produk yang mereka hasilkan. Berdasarkan hasil evaluasi, para peserta mampu meningkatkan pemahaman mereka tentang pembuatan pencatatan laporan keuangan bagi usaha UMKM yang mereka jalankan, dan sudah mulai memisahkan laporan keuangan usaha UMKMnya dengan laporan keuangan keluarga. Disisi lain, pemasaran produk sudah mulai mengalami peningkatan, terbantu oleh promosi yang dilakukan melalui media sosial.

## Ucapan Terima

Ucapan terimakasih yang terdalem kepada ibu Evi Agustina selaku mitra UMKM dengan usaha kuliner kue kering dan basah "Jambo Aye" dan Bapak Ahmad Meutuah selaku geuchik Gampong Blang Pulo yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mengabdikan kepada masyarakat dengan memberi penyuluhan yang sangat berharga bagi pemberdayaan ekonomi. Dan selanjutnya, kami ucapkan kepada LPPM Universitas Malikussaleh yang telah mawadahi dan membiayai kegiatan pelatihan dan pengabdian masyarakat ini.

## Referensi

- Adawiyah, W. R. (2013). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1(1).
- Ailin, T. (2021). *Peran Reporter Desk Uang Merdeka. com dalam Proses Pemberitaan Isu Ekonomi di Kala Pandemi*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Emilda, E., Meiriasari, V., & Suwartati, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Pelaku Umkm Di Kecamatan Plakat Tinggi, Sumsel. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 490-496.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Hasibuan, A., Setiawan, A., Daud, M., Siregar, W. V., Baidhawi, B., Hendrival, H., Kurniawan, R., & Safina, P. A. (2022). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Melalui Variasi Pembelajaran Online di Kabupaten Aceh Singkil. *Jurnal Solusi Masyarakat Dikara*, 2(2), 62-67.
- Jamil, M., Mutmainnah, D., & Azizah, M. (2022). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *Share: Journal of Service Learning*, 8(2), 196-207.
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 2(1).
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan pemasaran digital dan manajemen usaha untuk akselerasi kinerja UKM pengrajin bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11-17.
- Maharani, A., & Sumowo, S. (2020). Inovasi Kue Batik Jember Sebagai Upaya Pengembangan Industri Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Jember. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 193-202.
- Minan, K., Novietta, L., & Nurmadi, R. (2022). Pencatatan Laporan Keuangan Berbasis Digital Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 1(1), 12-18.
- Mulyasari, N., Asbar, Y., & Siregar, W. V. (2021). The Influence of internet addiction, advertising appeal, and price discounts on impulsive online buying behavior of fashion products. *Operations Management and Information System Studies*, 1(3), 145-152.

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Nurkhin, A., Muhsin, M., Baswara, S. Y., & Astuti, D. P. (2020). Program Peningkatan Kompetensi Wirausaha Halal Food Bagi Santri Tahfidz. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 5(2).
- Pasaribu, H. K., & Siregar, W. V. (2015). Suatu Kajian Teoritis Tentang Dampak Promosi Dan Jaminan Kesehatan Terhadap Keputusan Masyarakat Indonesia Melakukan Wisata Medis Di Malaysia. *Seminar Nasional Ekonomi III (SNE III) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh*.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 1(2), 25-30.
- Saputro, A., Avirsa, E. M. N., Sari, E. N., Erlitasari, N., Suyitno, I., & Hariri, A. (2019). Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Industri Kerupuk Impala. *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(1), 71-77.
- Siregar, W. V., Hasibuan, A., Daud, M., Rafif, M., Hidayatullah, F., Lapara, M. I., & Qausar, M. (2022). Edukasi Sustainable Business Dan Social Economic Environment Masyarakat Di Pulau Balai Kepulauan Banyak. *Jurnal Solusi Masyarakat Dikara*, 2(2), 86-89.
- Siregar, W. V., Hasibuan, A., & Nurdin, M. D. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Pembelajaran Daring Untuk Membangun Generasi Hebat. *Jurnal Vokasi*, 5(2), 86-90.
- Vincent, V., Meisyana, C., Riady, K. W., Abigeyl, N., Hamid, G. G., Margaretha, E., Joan, A. J., Elfriede, D. P., & others. (2022). Peningkatan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kluster Makanan Kering di Kabupaten Cianjur. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 11-22.
- Zahrati, Z., Siregar, W. V., & Razif, R. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kuota Internet Di Kota Lhokseumawe. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(1), 1-5.