p-ISSN: 2598-1218
e-ISSN: 2598-1226
Volume 9 Nomor 10 Tahun 2026
DOI : 10.31604/jpm.v9i10.3909-3917

PEMBERDAYAAN UMKM BERKELANJUTAN MELALUI INOVASI, DIGITALISASI PEMASARAN, DAN PENCATATAN KEUANGAN DI KECAMATAN PARUNGKUDA

Maria Magdalena Melani, Lalang Saksono, Nispi Yani S, R. Ali Pangestu, Adinda Maha Dewi, Dea Julvani, Andini Apriliani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda Bogor
kknbabakanjaya10@gmail.com

Abstract

This community service program was carried out in Parungkuda Sub-district, Sukabumi Regency, aiming to strengthen three local micro, small, and medium enterprises (MSMEs): a traditional rengginang cracker business, Alea Cake, and Alezia Beads accessories. The activity focused on three main areas: digital marketing assistance, business branding, and financial record-keeping through the SIAPIK application. A participatory approach was used, starting from coordination with the village government, field surveys, and problem identification, followed by socialization, hands-on mentoring, and documentation of results. The results show that MSME owners gained a better understanding of using social media, creating promotional content, and registering their business locations on Google Maps to reach wider markets. They also received new logos and banners that strengthened product identity, along with guidance on recording daily transactions using SIAPIK, which helped separate personal and business finances. In addition, the program introduced hydroponic farming and basic financial education for elementary school students as complementary activities. Overall, the program successfully increased the knowledge, skills, and independence of Parungkuda Sub-district MSME actors, although its long-term impact still depends on how consistently the community continues to apply what they have learned after the program ends.

Keywords: community empowerment, MSME digitalization, financial record-keeping.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, dengan tujuan memperkuat tiga UMKM lokal, yaitu usaha rengginang, Alea Cake, dan aksesoris Alezia Beads. Kegiatan difokuskan pada tiga bidang utama, yakni pendampingan digital marketing, penguatan branding usaha, dan pencatatan keuangan melalui aplikasi SIAPIK. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, dimulai dari koordinasi dengan pemerintah desa, survei lapangan, dan identifikasi masalah, dilanjutkan dengan sosialisasi, pendampingan langsung, hingga pendokumentasian hasil kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pelaku usaha juga mendapatkan logo dan banner baru yang memperkuat identitas produk, serta pendampingan dalam mencatat transaksi harian menggunakan SIAPIK sehingga keuangan usaha dapat dipisahkan dari keuangan pribadi. Selain itu, program ini turut memperkenalkan budidaya hidroponik dan edukasi menabung bagi siswa sekolah dasar sebagai kegiatan pendukung. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian pelaku UMKM Kecamatan Parungkuda meskipun keberhasilan jangka panjangnya tetap bergantung pada konsistensi masyarakat dalam menerapkan apa yang telah dipelajari setelah program berakhir.

Keywords: pemberdayaan masyarakat, digitalisasi UMKM, pencatatan keuangan.

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mempertemukan mahasiswa secara langsung dengan persoalan nyata di tengah masyarakat. Melalui PKM, mahasiswa tidak hanya menyalurkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, tetapi juga belajar memahami kebutuhan masyarakat secara langsung agar solusi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan. Afriansyah et al. (2023) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat pada dasarnya adalah upaya mengembangkan kemampuan, kreativitas, dan kemandirian masyarakat agar mampu menjalani kehidupan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, kegiatan pemberdayaan tidak berhenti pada pemberian bantuan, tetapi harus mendorong masyarakat untuk dapat "berjalan sendiri" setelah program berakhir.

Salah satu sektor yang paling terasa manfaatnya dari kegiatan pemberdayaan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan definisi Badan Pusat Statistik yang dikutip Yolanda & Hasanah (2024), usaha kecil umumnya mempekerjakan 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah mempekerjakan 20 sampai 99 orang. Sejalan dengan itu, Nadziroh et al. (2023) menyebutkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, serta menjadi salah satu tulang punggung perekonomian di wilayah pedesaan yang jauh dari pusat industri besar. Desa Babakanjaya, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, adalah salah satu contoh desa yang memiliki potensi UMKM cukup beragam, mulai dari usaha rengginang, roti (Alea Cake), hingga aksesoris manik-manik (Alezia Beads). Ketiga usaha ini memiliki produk yang khas, namun dalam praktiknya masih menghadapi kendala yang cukup umum ditemui pada UMKM skala rumahan, yaitu pemasaran yang masih terbatas pada lingkungan sekitar dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal.

Padahal, pemasaran digital menawarkan banyak kemudahan bagi usaha kecil. Kotler & Keller (2021) menyebutkan bahwa pemasaran digital dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, menekan biaya promosi, membuka komunikasi dua arah dengan konsumen, sekaligus membangun merek yang lebih kuat. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di Kecamatan Parungkuda yang belum aktif memanfaatkan media sosial, belum mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps, dan produknya belum memiliki identitas visual yang mudah diingat konsumen.

Selain persoalan pemasaran, pencatatan keuangan juga menjadi tantangan tersendiri. Sebagian pelaku usaha hanya mencatat transaksi secara sederhana, bahkan ada yang belum melakukan pencatatan sama sekali, sehingga sulit membedakan uang usaha dengan uang pribadi. Padahal pencatatan yang rapi sangat membantu pelaku usaha mengetahui untung-rugi usahanya secara jelas. Kehadiran aplikasi pencatatan keuangan digital seperti SIAPIK (Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) menjadi solusi yang relevan untuk menjawab persoalan ini karena lebih praktis dan mudah diakses dibandingkan pencatatan manual. Agustina et al. (2026) menambahkan

bahwa akuntansi digital merupakan proses mengelola, mencatat, dan menganalisis informasi keuangan suatu usaha dengan memanfaatkan teknologi digital, sehingga proses pencatatan yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat menjadi lebih cepat, akurat, dan efisien.

Di sisi lain, inovasi juga tidak kalah penting dalam mengembangkan UMKM. Asari et al. (2023) memaknai inovasi sebagai sesuatu baik barang, jasa, maupun gagasan yang dirasakan baru oleh orang yang menerimanya, meski sebenarnya sudah ada sejak lama. Saragih (2017) menambahkan bahwa inovasi berkaitan dengan dua hal, yaitu kebaruan (*novelty*) dan perbaikan (*improvement*), yang tidak selalu berarti menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi bisa juga berupa penyempurnaan dari yang sudah ada. Dalam konteks UMKM Kecamatan Parungkuda, inovasi dapat berupa variasi produk, penguatan identitas visual, hingga pengembangan desain kemasan yang lebih menarik.

Namun demikian, seluruh upaya pemberdayaan tersebut tidak akan bermakna banyak apabila tidak diarahkan pada keberlanjutan. Rusyida (2023) menegaskan bahwa keberlanjutan usaha mencakup proses pertumbuhan, pengembangan, dan strategi mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, program PKM ini dirancang tidak sekadar memberikan bantuan sesaat, tetapi berupaya membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat terus diterapkan secara mandiri setelah kegiatan mahasiswa selesai. Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan PKM di Kecamatan Parungkuda difokuskan pada tiga hal utama, yaitu pendampingan digital marketing dan branding, pendampingan pencatatan keuangan digital melalui SIAPIK, serta dorongan berinovasi bagi pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, selama kurang lebih satu bulan, yaitu pada tanggal 25 Juli sampai 22 Agustus 2026. Sasaran utama kegiatan adalah tiga UMKM warga setempat, yaitu usaha rengginang, Alea Cake, dan aksesoris Alezia Beads, dengan turut melibatkan masyarakat umum, siswa sekolah dasar, dan perangkat desa pada beberapa program pendukung.

Metode yang digunakan bersifat partisipatif, artinya masyarakat dilibatkan sejak tahap awal hingga evaluasi kegiatan. Pelaksanaan program dilakukan melalui empat tahap. Pertama, koordinasi dan survei, yaitu pertemuan dengan pemerintah desa untuk memperoleh gambaran umum mengenai potensi dan permasalahan yang ada, dilanjutkan dengan kunjungan langsung ke lokasi UMKM. Kedua, perencanaan program, yaitu merumuskan program kerja utama, pendukung, dan tambahan berdasarkan hasil survei. Ketiga, pelaksanaan atau implementasi program, berupa sosialisasi, pendampingan teknis, dan praktik langsung bersama pelaku UMKM maupun masyarakat. Keempat, dokumentasi dan evaluasi, yaitu mencatat proses dan hasil setiap kegiatan sebagai bahan pelaporan dan tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan Kegiatan

Sebagai bentuk tertib administrasi, tahap awal pelaksanaan

kegiatan diawali dengan pembentukan struktur kelompok dan pembagian tugas pada tanggal 11 Juli 2026, dilanjutkan dengan koordinasi bersama Pemerintah Kecamatan Parungkuda untuk memperkenalkan rencana kegiatan PKM. Melalui pertemuan tersebut, mahasiswa memperoleh gambaran awal mengenai potensi UMKM, pertanian, dan sumber daya masyarakat setempat, yang kemudian menjadi dasar bagi mahasiswa untuk melakukan survei dan observasi lebih lanjut guna menentukan program kerja yang sesuai dengan kebutuhan warga.

Hasil survei menunjukkan bahwa Kecamatan Parungkuda memiliki potensi UMKM pada produk rengginang, roti, dan aksesoris manik-manik, namun masih terkendala pada pemanfaatan media digital yang belum optimal, identitas produk yang belum menarik, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur. Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa menyiapkan alat dan bahan pendampingan yang sederhana namun tepat guna, yaitu materi sosialisasi, contoh desain banner dan logo, ponsel pintar dan laptop untuk praktik pembuatan akun Google Maps serta SIAPIK, dan lembar logbook untuk mencatat setiap tahapan kegiatan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

a. Sosialisasi Digitalisasi UMKM. Program diawali dengan sosialisasi bertema digitalisasi akuntansi menggunakan SIAPIK, pemasaran melalui media sosial, dan penerapan local SEO yang dipadukan dengan nilai-nilai Maqasid dalam membangun usaha yang bertanggung jawab. Sosialisasi ini diikuti oleh para pelaku UMKM di Kecamatan Parungkuda dan menjadi pijakan awal sebelum pendampingan yang lebih teknis dilaksanakan.



Gambar 1. Sosialisasi Digitalisasi Pemasaran dan Keuangan UMKM

Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh gambaran mengapa digitalisasi penting dilakukan, baik untuk memperluas pemasaran maupun untuk merapikan pencatatan keuangan usaha mereka, sekaligus menjadi dasar bagi mahasiswa dalam merancang pendampingan lanjutan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

b. Pendampingan Digital Marketing dan Branding. Tindak lanjut dari sosialisasi tersebut adalah pendampingan yang mencakup empat kegiatan, yaitu pembuatan banner, pembuatan logo, pendaftaran Google Maps, dan pembuatan konten kreatif.

Pada aspek banner, mahasiswa membantu merancang dan memasang banner usaha yang memuat identitas serta informasi produk agar lebih mudah dikenali warga maupun calon konsumen yang melintas di sekitar lokasi usaha.



Gambar 2. Realisasi Pemasangan Banner UMKM

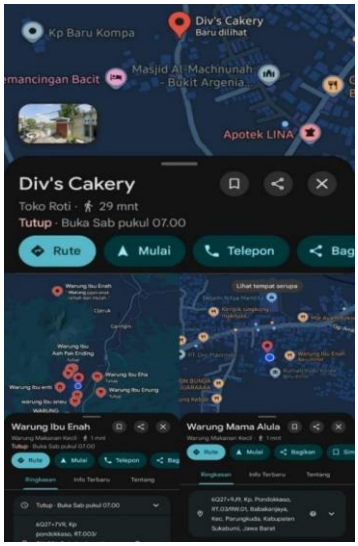
Pada aspek logo, mahasiswa membantu membuat maupun menyempurnakan logo UMKM Alea Cake dan Rengginang Bu Oot sehingga masing-masing usaha memiliki identitas visual yang berbeda dan lebih mudah diingat konsumen.





Gambar 3b. Logo Rengginang Bu Oot

Pada aspek Google Maps, mahasiswa mendampingi pelaku UMKM mendaftarkan lokasi usaha melalui Google Business Profile agar keberadaan usaha dapat ditemukan secara daring oleh calon konsumen yang mencari produk di sekitar lokasi mereka.



Gambar 4. Pendaftaran Google Maps UMKM

Sementara pada aspek konten kreatif, mahasiswa membantu membuat foto dan video produk yang lebih menarik untuk diunggah di media sosial sebagai bahan promosi, seperti terlihat pada unggahan produk donat dan roti yang mendapat respons positif dari warganet.



Gambar 5. Realisasi Pembuatan Konten Kreatif

Hasil dari rangkaian kegiatan ini menunjukkan bahwa ketiga UMKM sasaran kini sudah memiliki identitas visual yang lebih jelas, keberadaan usaha yang lebih mudah ditemukan secara daring, serta contoh konten promosi yang dapat mereka lanjutkan sendiri setelah program selesai. Hal ini sejalan dengan pandangan Ayesha et al. (2022) yang menyebutkan bahwa digital marketing merupakan kegiatan memasarkan sebuah brand atau produk

dengan memanfaatkan media digital, sekaligus memberikan keuntungan berupa penyebaran informasi yang lebih cepat, jangkauan yang lebih luas, dan kemudahan dalam mengevaluasi efektivitas promosi yang dijalankan. Erwin et al. (2023) juga menegaskan bahwa digital marketing pada dasarnya adalah pemanfaatan teknologi digital dan platform daring untuk mempromosikan produk sekaligus membangun hubungan dengan pelanggan, yang persis menjadi tujuan dari pendampingan banner, logo, Google Maps, dan konten kreatif yang dilakukan pada UMKM Kecamatan Parungkuda.

c. Pendampingan Pencatatan Keuangan melalui SIAPIK. Selain aspek pemasaran, mahasiswa juga mendampingi pelaku UMKM dalam membuat akun dan mempraktikkan pencatatan transaksi pada aplikasi SIAPIK. Pendampingan dimulai dari pengenalan fitur aplikasi, pembuatan akun, hingga simulasi mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran sehari-hari secara langsung di lokasi usaha.



Gambar 6. Proses Pendampingan Pembuatan Akun SIAPIK

Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman awal mengenai pentingnya mencatat setiap transaksi usaha secara rutin dan terpisah dari keuangan pribadi. Amelia & Mulyandani (2025) menjelaskan bahwa penyusunan laporan keuangan diawali dari pencatatan transaksi yang dilakukan secara teratur, karena catatan itulah yang nantinya diolah menjadi informasi mengenai kondisi dan kinerja keuangan suatu usaha. Sejalan dengan itu, Aryanto & Amaliyah (2022) menemukan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap penerapan akuntansi digital, dan penerapan akuntansi digital itu sendiri turut berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Temuan ini memperkuat alasan mengapa pendampingan SIAPIK menjadi salah satu program utama dalam kegiatan PKM ini, sebab pencatatan keuangan yang lebih rapi diharapkan dapat menjadi modal awal bagi pelaku UMKM untuk mengevaluasi dan mengembangkan usahanya secara lebih terarah.

d. Program Pendukung. Di luar program utama, mahasiswa juga melaksanakan beberapa program pendukung yang tidak kalah bermanfaat bagi masyarakat, yaitu edukasi menabung bagi siswa sekolah dasar dan sosialisasi budidaya hidroponik bagi warga.



Gambar 7. Edukasi Menabung di SDN 2

Edukasi menabung diberikan kepada siswa SDN yang berada di Kecamatan Parungkuda untuk menumbuhkan kebiasaan menyisihkan uang sejak dini, disampaikan secara sederhana dan interaktif agar mudah dipahami anak-anak usia sekolah dasar.



Gambar 8. Sosialisasi dan Pelatihan Budidaya Hidroponik

Sementara itu, sosialisasi hidroponik memberikan pengetahuan dan pengalaman praktik kepada masyarakat mengenai cara memanfaatkan halaman rumah sebagai lahan produktif menggunakan metode budidaya tanpa tanah. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi keterampilan awal yang dapat diterapkan secara mandiri oleh masyarakat untuk mendukung pemanfaatan sumber daya lokal secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Tabel 1. ***Ringkasan Capaian Program Utama***

No	Program	Bentuk Kegiatan	Capaian Utama
1	Sosialisasi Digitalisasi UMKM	Sosialisasi akuntansi digital (SIAPIK) dan pemasaran digital	Pelaku UMKM memahami pentingnya digitalisasi usaha
2	Digital Marketing & Branding	Pembuatan banner, logo, pendaftaran Google Maps, konten kreatif	UMKM memiliki identitas visual dan sarana promosi digital
3	Pendampingan SIAPIK	Pembuatan akun dan simulasi pencatatan transaksi	Pelaku UMKM mampu mencatat transaksi usaha secara digital
4	Program Pendukung	Edukasi menabung di SD dan sosialisasi hidroponik	Siswa dan warga memperoleh pengetahuan baru yang aplikatif

Sumber: Data diolah, 2026

Secara umum, hasil-hasil di atas menunjukkan bahwa ketiga program utama saling melengkapi dalam upaya memperkuat UMKM Kecamatan Parungkuda. Program digitalisasi pemasaran menjawab persoalan jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas, sedangkan program pencatatan keuangan menjawab persoalan pengelolaan usaha yang selama ini belum tertata. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Nadziroh et al. (2023) bahwa penguatan UMKM, termasuk melalui inklusi keuangan dan literasi digital, berkontribusi pada kinerja usaha yang lebih baik dan berkelanjutan, khususnya bagi UMKM di wilayah pedesaan yang selama ini kurang tersentuh layanan pendampingan.

Dokumentasi kegiatan juga memperlihatkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara langsung dan praktik (bukan sekadar penyampaian teori) membuat pelaku UMKM lebih cepat memahami manfaat digitalisasi, sebagaimana terlihat dari antusiasme

pelaku usaha saat mempraktikkan pembuatan akun Google Maps dan SIAPIK secara mandiri. Hal ini memperkuat pandangan Asari et al. (2023) dan Saragih (2017) bahwa inovasi tidak selalu berupa hal yang sepenuhnya baru, tetapi dapat berupa penyempurnaan cara kerja yang sudah ada dalam hal ini, perubahan dari pencatatan manual menuju pencatatan digital, dan dari promosi mulut ke mulut menuju promosi berbasis media sosial.

Namun demikian, keberhasilan program ini masih bersifat awal dan sangat bergantung pada konsistensi pelaku UMKM dalam mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Sebagaimana ditegaskan Rusyida (2023), keberlanjutan usaha memerlukan proses yang terus berjalan, bukan sekadar hasil dari satu kali pendampingan. Oleh karena itu, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan pelaku UMKM adalah membiasakan diri mengunggah konten promosi secara rutin, memperbarui informasi pada Google Maps, serta mencatat transaksi pada SIAPIK setiap kali terjadi pemasukan maupun pengeluaran, agar manfaat dari kegiatan PKM ini dapat dirasakan dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Kegiatan PKM di Kecamatan Parungkuda, telah memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, khususnya usaha rengginang, Alea Cake, dan Alezia Beads. Melalui pendampingan digital marketing dan branding, pelaku UMKM kini memiliki identitas visual yang lebih jelas serta pemahaman awal dalam memanfaatkan media sosial dan Google Maps untuk memperluas jangkauan pemasaran. Melalui pendampingan SIAPIK, pelaku UMKM juga memperoleh bekal awal untuk mencatat transaksi usaha secara lebih tertib dan terpisah dari keuangan pribadi. Program pendukung berupa edukasi menabung dan sosialisasi hidroponik turut memberikan manfaat tambahan bagi masyarakat secara lebih luas. Meskipun demikian, keberhasilan jangka panjang dari seluruh program ini masih bergantung pada konsistensi pelaku UMKM dan masyarakat dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh setelah kegiatan mahasiswa berakhir. Ke depan, pendampingan dan monitoring berkelanjutan dari pemerintah desa maupun pihak kampus akan sangat membantu memastikan manfaat program ini terus dirasakan.

DAFTAR PUSTAKA

Afriansyah, Mustanir, A., Faried, A. I., Mursalat, A., Kusnadi, I. H., Fauzan, R., Amruddin, Siswanto, D., Widiyawati, R., & Abdurohim. (2023). Pemberdayaan Masyarakat. PT Global Eksekutif Teknologi.

Agustina, A., Amran, E. F., Eldon, M., Rais, A. H., Sandhi, I. K., Ristiyana, R., Prabowo, R. G. M., Setiawan, R., Wahyuandari, W., Azhariyah, A., Hidayatin, D. A., Hendrawan, A., Minarni, E., Waskita, G. S., Saffanah, N., Ummah, R. A., & Zaimar, F. R. (2026). Akuntansi Digital (Digital Accounting). PT Sada Kurnia Pustaka.

Amelia, N., & Mulyandani, V. C. (2025). Analisis dan Rancangan Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus pada UMKM Sale Pisang Bawana Sari). Indonesian Accounting Research Journal, 5(2), 195–207.

Aryanto, & Amaliyah, F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Penerapan Akuntansi Digital serta Dampaknya terhadap Kinerja UMKM. Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia, 5(3), 243–254.

Asari, A., Widiana, I. N. W., Nur, S., Muniarty, P., Lotaningrat, D., Rijal, S., Safrizal, H. B. A., Putra, A. C., Ahmad, I., & Muslimin, M. (2023). Manajemen Inovasi. CV. Istana Agency.

Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). PT. Global Eksekutif Teknologi.

Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Nadziroh, U. A., Yasmin, R. A., Pratiwi, D. I., & Bastomi, M. (2023). Analisis Peran Inklusi Keuangan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. Strategic: Journal of Management Sciences, 3(2), 58–66.

Rusyida, W. Y. (2023). Pengaruh Kemampuan Manajerial, Literasi Keuangan, dan Mitigasi Risiko terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM. Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan, 1(1), 1–19.

Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. Jurnal Kewirausahaan, 3(2), 26–34.

Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(3), 170–186.