
OPTIMALISASI KAPASITAS UMKM MELALUI DIGITALISASI LAPORAN KEUANGAN, PENGEMBANGAN SDM, DAN PEMASARAN ONLINE TERPADU

Rita Andini¹

Ahmad Dwi Nurdiyanto²

Utami Puji Lestari³

Aenun Nafa⁴

Melani Wahyuningsih⁵

Institut Teknologi dan Bisnis Semarang^{1,2,3,4,5}

ritaandini007@ymail.com¹

ad.nurdiyanto@gmail.com²

lestaripuji@itbs.ac.id³

nafa.aenun12@gmail.com⁴

melaniwahyuningsih@gmail.com⁵

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam hal pelaporan keuangan digital, pengembangan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital. Program ini dilaksanakan selama Maret hingga April 2025 di Pendopo UMKM Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dengan pendekatan partisipatif. Metode yang digunakan meliputi pelatihan interaktif, praktik langsung, dan pendampingan intensif pasca pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan menyusun laporan keuangan, mengelola SDM, dan menggunakan media sosial untuk pemasaran. Pengabdian ini memberikan dampak nyata terhadap transformasi pola pikir dan praktik bisnis peserta, serta mendorong terbentuknya komunitas usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan Digital, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This community service activity aims to increase the capacity of MSMEs in terms of digital financial reporting, human resource development, and digital marketing strategies. This program was implemented from March to April 2025 at the UMKM Pendopo of the Semarang City Cooperatives and Micro Enterprises Service with a participatory approach. The methods used include interactive training, direct practice, and intensive post-training mentoring. The results of the activity showed that participants experienced significant improvements in their ability to prepare financial reports, manage HR, and use social media for marketing. This service has a real impact on the transformation of participants' mindsets and business practices, and encourages the formation of a sustainable business community.

Keyword: MSME, Digital Financial Report, Digital Marketing

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia memegang peranan penting dalam menopang perekonomian nasional, termasuk di wilayah Semarang. Namun demikian, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kendala dalam

hal pengelolaan laporan keuangan yang akurat dan terstruktur. Ketidakmampuan mencatat dan melaporkan transaksi bisnis secara sistematis menyebabkan rendahnya transparansi dan akuntabilitas usaha (Abidin Achmad et al., 2020). Hal ini berakibat pada kesulitan mengakses pembiayaan serta merumuskan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan. Kondisi ini memperlihatkan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan intervensi yang tepat melalui program pengabdian masyarakat. Permasalahan lain yang tak kalah signifikan adalah lemahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam menjalankan usaha UMKM secara profesional (Hidayati et al., 2020). Pelaku usaha sering kali tidak memiliki pemahaman memadai mengenai manajemen operasional, pengelolaan tenaga kerja, maupun pengembangan kompetensi kewirausahaan. Kurangnya pelatihan dan pendampingan menjadikan produktivitas dan efisiensi operasional UMKM masih rendah. Tantangan ini diperparah dengan kurangnya kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pemasaran modern. Penguatan SDM menjadi komponen penting dalam pengabdian ini (Agusven et al., 2023).

Selain laporan keuangan dan SDM, aspek pemasaran juga menjadi titik krusial dalam keberlangsungan UMKM (Andarsari, 2021). Banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Di era digital saat ini, pemasaran berbasis teknologi dan media sosial menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. Ketidaktahuan terhadap penggunaan platform digital menyebabkan potensi pasar tidak tergarap secara maksimal (Aisyah & Rachmadi, 2022). Maka, peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran online menjadi kebutuhan yang mendesak. Melihat berbagai permasalahan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini menjadi sangat penting sebagai upaya sistematis dalam menjawab tantangan UMKM secara komprehensif. Program ini dirancang sebagai bentuk kontribusi nyata dari kalangan akademisi untuk mendorong transformasi bisnis UMKM secara inklusif (Putri et al., 2025). Penguatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan dan pendampingan diharapkan dapat menjadi titik balik peningkatan kinerja UMKM lokal (Alfian & Maulana, 2022). Intervensi ini bersifat edukatif sekaligus aplikatif, agar dapat langsung diimplementasikan oleh peserta. Sinergi antara akademisi dan pelaku usaha menjadi fondasi keberhasilan program ini. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan terpadu mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana berbasis digital, pengembangan kompetensi SDM, serta strategi pemasaran berbasis platform digital. Setiap peserta akan memperoleh modul pelatihan serta simulasi praktis yang relevan dengan kondisi UMKM lokal (Prajogo, 2020). Pendampingan pasca pelatihan juga akan dilakukan agar transformasi pengetahuan benar-benar terimplementasi dalam praktik usaha. Kegiatan ini akan melibatkan fasilitator yang kompeten di bidang akuntansi, manajemen SDM, dan pemasaran digital. Menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan, diharapkan hasil pengabdian bersifat berkelanjutan (Anggraeni & Sanaji, 2021).

Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan literasi dan kapasitas pelaku UMKM dalam tiga aspek utama: pelaporan keuangan, penguatan SDM, dan optimalisasi pemasaran digital. Melalui pelatihan yang terintegrasi, diharapkan para pelaku UMKM memiliki pemahaman dan keterampilan yang dapat langsung diterapkan. Tujuan lain yang hendak dicapai adalah memperluas jangkauan pasar produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan menciptakan komunitas belajar yang berkelanjutan antar pelaku UMKM. Dengan demikian, transformasi tidak berhenti pada satu kali pelatihan saja. Manfaat dari pengabdian ini sangat signifikan bagi pengembangan UMKM di wilayah Semarang. Peningkatan pemahaman terhadap pelaporan keuangan akan memberikan fondasi bagi UMKM untuk bertumbuh secara profesional dan kredibel. Penguatan SDM akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan kualitas operasional usaha. Sementara pemanfaatan strategi pemasaran

digital akan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk lokal (Anggraini et al., 2022). Bagi institusi akademik, pengabdian ini juga menjadi sarana implementasi keilmuan yang berdampak langsung pada masyarakat. Kolaborasi lintas sektor juga akan memperkuat ekosistem UMKM yang tangguh dan adaptif. Melalui kegiatan pengabdian ini, pelaku UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan era digital dan ekonomi berbasis teknologi. Penguasaan terhadap aspek laporan keuangan, pengelolaan SDM, dan pemasaran digital akan menjadi modal penting dalam mengembangkan skala usahanya. Proses transformasi ini diharapkan tidak hanya berdampak pada performa usaha individu, tetapi juga secara kolektif mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Chrismardani & Setiyarini, 2020). Menggunakan pendekatan sistematis dan berkelanjutan, program ini diharapkan mampu menjadi contoh praktik baik dalam pengembangan UMKM berbasis akademik. Diharapkan kegiatan ini juga mendorong lahirnya inovasi dalam tata kelola UMKM.

Pengabdian ini tidak hanya menjadi solusi atas permasalahan aktual, tetapi juga sebagai upaya membangun ketahanan dan keberlanjutan usaha kecil di era digital. Kegiatan ini juga membuka ruang bagi penguatan kolaborasi antara dunia akademik, pelaku usaha, dan pemerintah daerah. Melalui intervensi yang terukur dan terstruktur, diharapkan output dan outcome kegiatan dapat memberi kontribusi nyata bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Semakin kuat fondasi bisnis UMKM, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap ekonomi nasional. Oleh karena itu, program ini menjadi bentuk nyata dari tridharma perguruan tinggi yang berpihak pada penguatan ekonomi rakyat.

TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan UMKM

Laporan keuangan merupakan instrumen penting dalam menilai kinerja usaha dan mengambil keputusan strategis. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2021), mayoritas UMKM di Indonesia belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai. Hal ini menyebabkan ketidakteraturan dalam manajemen kas, penghitungan keuntungan, dan pengajuan kredit usaha. Pembuatan laporan keuangan sederhana berbasis digital menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi pengelolaan keuangan UMKM. Keberadaan aplikasi digital seperti Akuntansi UKM, BukuWarung, dan lainnya menjadi relevan dalam konteks penguatan literasi finansial (Barmawi & Idayati, 2020).

Studi oleh (Femilia Asthama et al., 2021) menunjukkan bahwa pelatihan penyusunan laporan keuangan mampu meningkatkan kepercayaan mitra dan akses pembiayaan dari lembaga keuangan. UMKM yang memiliki laporan keuangan tertata cenderung lebih mudah mendapatkan modal usaha dari bank maupun investor (Femilia Asthama et al., 2021). Di sisi lain, laporan keuangan juga menjadi dasar perencanaan bisnis dan pengukuran kinerja jangka panjang. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya berorientasi teknis, tetapi juga strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan pendekatan akuntansi berbasis kebutuhan UMKM yang bersifat praktis dan mudah diimplementasikan. Implementasi digitalisasi laporan keuangan memungkinkan pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mencatat transaksi harian (Hilendri et al., 2018). Penggunaan aplikasi berbasis mobile menjadi alternatif yang sangat membantu bagi pelaku UMKM dengan keterbatasan teknologi. Sejumlah penelitian (Novita Anggraini et al., 2023) mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang telah menggunakan aplikasi digital merasa lebih percaya diri dalam mengelola bisnisnya. Digitalisasi juga memudahkan proses evaluasi berkala, pelaporan pajak, dan pengambilan keputusan manajerial. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi bagian integral dari modernisasi sistem keuangan UMKM (Wonar et al., 2018).

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, literasi laporan keuangan merupakan bagian dari

pembangunan kapasitas kewirausahaan. Menurut (Putra & Laely, 2015), peningkatan kompetensi pelaporan keuangan sangat berkorelasi dengan pertumbuhan skala usaha dan daya saing pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan yang dikombinasikan dengan simulasi dan pendampingan akan mempercepat proses pembelajaran. Dengan dukungan teknologi, pelatihan dapat didesain lebih interaktif dan mudah dipahami. Hal ini penting agar hasil pengabdian dapat berkelanjutan dan terimplementasi dalam aktivitas bisnis harian (Sulastri & Ryanto, 2021).

Pengembangan SDM UMKM

Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM yang kompetitif. Banyak studi menunjukkan bahwa rendahnya kualitas SDM menjadi salah satu penghambat pertumbuhan sektor UMKM di Indonesia. Menurut (Aliefiani Mulya Putri et al., 2022), pelatihan dan pendampingan SDM sangat berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi bisnis. Oleh karena itu, pendekatan dalam penguatan kapasitas SDM harus mencakup keterampilan manajerial, operasional, hingga kepemimpinan usaha (Jelang Ramadhan & Reyhan Alif Rachmadsyah, 2023). Proses ini membutuhkan desain pelatihan yang partisipatif dan kontekstual. Salah satu tantangan dalam pengembangan SDM UMKM adalah keterbatasan akses terhadap pelatihan berkualitas. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh institusi pendidikan tinggi dapat menjembatani kesenjangan ini dengan menghadirkan modul berbasis kebutuhan nyata. Menurut (Pahira & Rinaldy, 2023), pendekatan berbasis kompetensi menjadi metode paling efektif untuk pelatihan SDM UMKM. Pelatihan ini harus diarahkan pada peningkatan efektivitas kerja, pemahaman manajemen, dan kemampuan adaptif terhadap perubahan pasar. Dengan demikian, kualitas SDM dapat ditingkatkan secara sistematis (Pahira & Rinaldy, 2023).

Keterkaitan antara penguatan SDM dan keberhasilan usaha telah banyak dibuktikan secara empiris. Pelaku UMKM yang memiliki keterampilan interpersonal dan teknis yang baik lebih mudah mengelola tim, menyusun strategi bisnis, dan menjalin kerja sama (Yosepa et al., 2020). Literasi manajemen menjadi komponen penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha. Menurut (Rubi Babullah, 2024), SDM yang terlatih mampu menjadi agen perubahan dalam proses transformasi usaha kecil. Oleh karena itu, penguatan SDM tidak boleh dipisahkan dari proses pengembangan UMKM secara keseluruhan. Peningkatan kapasitas SDM juga sejalan dengan pembangunan ekonomi inklusif dan berkelanjutan. Melalui pelatihan, pelaku UMKM dapat lebih memahami pentingnya tata kelola usaha yang baik, prinsip keberlanjutan, serta etika bisnis. Aspek ini menjadi penting dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif dan berbasis nilai tambah. Oleh karena itu, pengembangan SDM menjadi prioritas dalam desain kegiatan pengabdian ini. Harapannya, pelaku UMKM dapat tumbuh sebagai wirausaha yang cerdas, adaptif, dan kolaboratif (Aliefiani Mulya Putri et al., 2022).

PEMASARAN DIGITAL UMKM

Pemasaran merupakan elemen krusial dalam mendukung penetrasi pasar dan pertumbuhan usaha kecil menengah (Aisyah & Rachmadi, 2022). Di era digital, strategi pemasaran yang efektif sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi dan media sosial. Menurut (Agusven et al., 2023), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan marketplace menjadi saluran utama promosi dan transaksi produk. Literasi pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha di era saat ini (Al-Dmour et al., 2022).

Namun, masih banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan teknologi dalam kegiatan

pemasaran. Hambatan ini muncul karena minimnya pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan media digital secara strategis (Andersson et al., 2024). Menurut studi oleh (Astuti et al., 2020), pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan pemasaran digital mengalami peningkatan penjualan hingga 30%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital dapat memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan usaha (Baumüller et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam pemberdayaan UMKM (Hasibuan et al., 2021). Strategi pemasaran digital tidak hanya berbicara tentang platform, tetapi juga tentang konten yang menarik dan komunikasi yang efektif dengan konsumen. Pelatihan yang diberikan harus mencakup teknik *copywriting*, pengambilan foto produk, analisis pasar digital, dan pengelolaan interaksi pelanggan. Pendekatan ini akan meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek. Menurut (Da Silva et al., 2023), UMKM yang memiliki citra digital yang kuat lebih dipercaya oleh konsumen dan mitra usaha. Maka dari itu, pembekalan kompetensi pemasaran digital menjadi kebutuhan strategis.

Dengan menguasai teknik pemasaran digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan posisi tawar produknya di pasar yang semakin kompetitif (Cho et al., 2023). Tidak hanya meningkatkan penjualan, pemasaran digital juga dapat menjadi jembatan dalam membangun jejaring bisnis yang lebih luas. Proses digitalisasi pemasaran juga memberikan peluang untuk menciptakan inovasi produk berbasis permintaan pasar. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi investasi penting dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Pemasaran digital menjadi pintu masuk transformasi UMKM menuju era ekonomi kreatif dan kolaboratif (Erdmann & Ponzio, 2021).

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Pendopo UMKM Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang, yang merupakan pusat aktivitas pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah tersebut. Lokasi ini dipilih karena memiliki sarana dan prasarana yang memadai untuk pelaksanaan pelatihan dan pendampingan secara langsung. Selain itu, lokasi ini juga menjadi tempat koordinasi berbagai komunitas UMKM binaan pemerintah kota yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan. Pemilihan lokasi strategis ini, diharapkan pengabdian dapat menjangkau lebih banyak pelaku UMKM dan berkelanjutan melalui sinergi dengan pemerintah daerah. Pengabdian ini dijadwalkan berlangsung selama Maret hingga April 2025, mencakup tahapan perencanaan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan (*need-based participatory approach*) yang melibatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses transformasi pengetahuan. Tahapan kegiatan dimulai dengan survei kebutuhan pelatihan yang dilaksanakan secara daring dan luring untuk memetakan kondisi aktual pelaku UMKM di Kota Semarang. Survei ini mencakup aspek literasi keuangan, kapasitas manajerial, dan strategi pemasaran digital. Hasil survei digunakan untuk menyusun modul pelatihan yang relevan dan kontekstual sesuai karakteristik peserta. Proses koordinasi dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro juga dilakukan pada tahap ini guna mendukung aspek kelembagaan dan logistik.

Pelaksanaan program dibagi ke dalam tiga fokus kegiatan utama yang saling terintegrasi, yaitu: pelatihan laporan keuangan digital, pengembangan SDM, dan pemasaran digital berbasis media sosial. Masing-masing sesi pelatihan disampaikan dalam bentuk workshop interaktif yang menggabungkan teori, praktik, dan simulasi studi kasus. Materi laporan keuangan mencakup teknik pencatatan transaksi usaha, penyusunan laporan laba-rugi, hingga penggunaan aplikasi akuntansi sederhana seperti BukuKas dan Excel. Pada sesi penguatan SDM, pelatihan meliputi manajemen operasional UMKM, kepemimpinan mikro, dan pengembangan soft skill kewirausahaan. Sementara pada sesi pemasaran digital, peserta

dikenalkan pada strategi konten, optimalisasi media sosial, serta penggunaan marketplace. Selama pelatihan berlangsung, fasilitator dari kalangan dosen dan praktisi memberikan simulasi langsung yang mendorong peserta untuk aktif menerapkan pengetahuan secara praktikal. Peserta diminta menyusun laporan keuangan usaha masing-masing, membuat konten pemasaran digital, serta merancang struktur organisasi usaha yang sederhana. *Workshop* dilakukan secara klasikal dan terbagi dalam kelompok kecil untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dua arah. Metode demonstrasi, diskusi kelompok, dan coaching digunakan untuk memastikan pemahaman dan keterampilan peserta meningkat secara signifikan. Materi pelatihan juga disesuaikan dengan tingkat literasi teknologi peserta agar mudah dipahami.

Setelah sesi pelatihan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan program pendampingan selama dua minggu di bulan April 2025 untuk memastikan keterampilan yang diperoleh benar-benar diimplementasikan oleh peserta dalam usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan secara hybrid, yakni melalui kunjungan lapangan terbatas dan pendampingan daring via grup WhatsApp dan Zoom. Tim pengabdian memfasilitasi konsultasi, menyelesaikan kendala teknis yang dihadapi peserta, serta melakukan monitoring terhadap progres implementasi. Proses ini bertujuan agar pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mengalami perubahan perilaku manajerial dan digital secara nyata. Evaluasi program dilakukan pada akhir April 2025, dengan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Selain itu, metode wawancara dan kuisioner juga digunakan untuk mengevaluasi kepuasan peserta terhadap materi, metode, dan fasilitator. Evaluasi mencakup indikator kuantitatif berupa jumlah peserta yang mampu menyusun laporan keuangan secara mandiri, serta indikator kualitatif berupa peningkatan penggunaan media sosial dalam pemasaran. Data evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan program selanjutnya dan rekomendasi bagi replikasi di wilayah lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2025 di Pendopo UMKM Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang berhasil menjangkau 45 pelaku UMKM dari berbagai subsektor usaha. Peserta yang hadir merupakan pelaku usaha mikro dan kecil yang sebagian besar belum memiliki sistem pelaporan keuangan yang terstruktur. Sebagian besar peserta juga belum pernah mendapatkan pelatihan formal terkait manajemen SDM dan pemasaran digital.



Gambar 1. *Opening Pelatihan*

Keragaman latar belakang pendidikan dan jenis usaha menjadi tantangan tersendiri dalam proses pelaksanaan pelatihan. Namun, pendekatan partisipatif yang digunakan berhasil menciptakan suasana pelatihan yang inklusif dan interaktif. Sesi pelatihan pembuatan laporan keuangan digital mendapatkan respons yang sangat positif dari peserta. Sebagian besar peserta baru pertama kali mengenal aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuKas dan Microsoft Excel untuk UMKM. Peserta dilatih untuk mencatat transaksi penjualan, pengeluaran rutin, dan menyusun laporan sederhana seperti laba-rugi dan arus kas. Dalam praktiknya, peserta mampu membuat format laporan berdasarkan contoh yang diberikan dengan tingkat akurasi yang cukup baik. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya keteraturan pencatatan keuangan untuk pengembangan usaha jangka panjang.

Melalui pre-test dan post-test yang dilakukan pada sesi laporan keuangan, terjadi peningkatan skor pemahaman peserta sebesar rata-rata 48%. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta tidak mampu membedakan antara modal dan keuntungan usaha secara akurat. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menjelaskan konsep dasar laporan keuangan dan menyusun laporan keuangan usahanya sendiri. Pemahaman tersebut terlihat dari tugas praktik yang dikumpulkan dan dinilai oleh tim fasilitator. Hasil ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan yang berbasis simulasi dan praktik langsung. Dalam sesi pengembangan SDM, peserta dikenalkan pada konsep dasar manajemen usaha, pembagian tugas kerja, serta pengelolaan produktivitas individu dalam usaha kecil. Sebagian besar peserta sebelumnya mengelola usaha secara mandiri tanpa struktur kerja yang jelas.



Gambar 2. Pelatihan Pembukuan Keuangan dan Digitalisasi SDM

Pasca pelatihan, peserta mulai menyusun daftar tanggung jawab operasional harian dan membuat rencana kerja mingguan untuk meningkatkan efisiensi. Diskusi kelompok dalam sesi ini memungkinkan peserta saling bertukar pengalaman dan menemukan solusi atas permasalahan SDM yang dihadapi. Suasana pelatihan yang dialogis mendorong terjadinya refleksi dan peningkatan kesadaran akan pentingnya pengelolaan sumber daya secara optimal. Sebagai tindak lanjut dari pelatihan SDM, peserta diminta untuk menyusun profil usaha dan struktur kerja sederhana yang menggambarkan pembagian peran dalam usaha. Sebanyak 38 dari 45 peserta berhasil menyusun dokumen tersebut dengan tingkat kerapian dan kejelasan yang memadai. Peserta juga menyampaikan rencana perekrutan tenaga tambahan untuk mendukung aktivitas produksi dan distribusi. Beberapa peserta mulai menyadari pentingnya pelatihan karyawan meskipun dalam skala kecil. Indikator keberhasilan ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir dalam pengelolaan tenaga kerja di sektor usaha mikro.

Sesi pemasaran digital menjadi bagian yang paling diminati oleh peserta, mengingat tantangan besar yang mereka hadapi dalam menjangkau konsumen secara lebih luas. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial, teknik pengambilan foto produk, penyusunan caption promosi, dan analisis sederhana terhadap respon pasar. Sebelum pelatihan, hanya 30% peserta yang memiliki akun bisnis di media sosial; setelah pelatihan, seluruh peserta telah membuat akun Instagram atau WhatsApp Business. Praktik pembuatan konten secara langsung dengan produk masing-masing menghasilkan peningkatan kreativitas peserta dalam menyusun strategi promosi. Selain itu, peserta juga belajar bagaimana memanfaatkan tren dan tagar untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Peningkatan pemahaman terhadap pemasaran digital juga tercermin dari hasil post-test, dengan peningkatan skor rata-rata sebesar 42%. Peserta yang awalnya belum mengenal istilah “engagement” dan “insight” kini mampu menjelaskannya dalam pengelolaan akun bisnis. Dalam praktik, peserta juga mulai aktif mengunggah konten promosi dan melakukan interaksi dengan calon pelanggan melalui media sosial. Sebagian peserta bahkan melaporkan peningkatan jumlah pemesanan setelah satu minggu aktif

mempromosikan produknya secara daring. Hasil ini menandakan bahwa materi pelatihan dapat langsung diimplementasikan dan memberikan dampak nyata terhadap usaha peserta. Program pendampingan pasca pelatihan juga memberikan hasil yang positif dalam mendukung implementasi materi secara konsisten. Peserta mendapatkan kesempatan berkonsultasi mengenai laporan keuangan, strategi pemasaran, dan kendala dalam pengelolaan SDM. Selama dua minggu pendampingan, tercatat 72 interaksi konsultatif melalui grup WhatsApp dan 15 kunjungan lapangan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Peserta memanfaatkan sesi ini untuk memperdalam pemahaman dan menyempurnakan hasil kerja yang mereka buat selama pelatihan. Komitmen peserta dalam mengikuti sesi tindak lanjut ini menunjukkan adanya dorongan untuk bertransformasi secara berkelanjutan. Salah satu capaian signifikan dalam program ini adalah tumbuhnya jejaring antar pelaku UMKM yang sebelumnya belum terhubung satu sama lain. Melalui diskusi kelompok dan interaksi selama pelatihan, peserta membentuk komunitas kecil berbasis kategori produk yang memungkinkan mereka berkolaborasi. Beberapa peserta bahkan mulai merancang strategi promosi bersama dan berbagi informasi mengenai vendor bahan baku. Dinamika ini menunjukkan bahwa pelatihan bukan hanya sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga wadah pembentukan komunitas usaha. Penguatan jejaring ini menjadi modal penting dalam membangun ekosistem UMKM yang saling mendukung.

Kegiatan pengabdian juga menghasilkan luaran berupa modul pelatihan, lembar praktik laporan keuangan, template konten pemasaran digital, dan dokumentasi kegiatan. Modul pelatihan yang telah diuji efektivitasnya oleh peserta akan dijadikan acuan untuk pelatihan serupa di masa mendatang. Selain itu, dokumentasi hasil pelatihan juga menjadi bagian penting dari upaya diseminasi dan replikasi program ke wilayah lain. Luarannya tersebut akan diserahkan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang sebagai bahan pembelajaran dan perumusan kebijakan pendampingan UMKM. Dengan begitu, hasil pengabdian tidak hanya berhenti pada tingkat individu peserta, tetapi juga memberi kontribusi pada sistem kelembagaan. Peserta juga menyampaikan umpan balik positif terhadap metode pelatihan yang digunakan. Sebagian besar merasa nyaman dengan gaya fasilitasi yang interaktif, pendekatan yang tidak menggurui, dan materi yang relevan dengan usaha mereka. Mereka mengapresiasi sesi simulasi karena memberikan pengalaman langsung dalam menyusun laporan keuangan dan membuat konten digital. Selain itu, fleksibilitas pendampingan secara daring memberikan kenyamanan bagi peserta yang memiliki keterbatasan waktu. Kualitas pelatihan dan pendekatan fasilitator menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Dampak sosial dari program ini juga mulai terlihat dalam perubahan perilaku peserta terhadap tata kelola usaha. Beberapa peserta mulai mencatat transaksi harian secara rutin, menyusun rencana kerja mingguan, dan menjadwalkan unggahan konten pemasaran secara sistematis. Perubahan ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh tidak hanya berhenti pada tataran konseptual, tetapi telah berubah menjadi praktik manajerial yang berkelanjutan. Transformasi ini menjadi indikator kuat dari keberhasilan pengabdian dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih profesional. Dengan dukungan lanjutan, perubahan ini dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM secara signifikan.



Gambar 3. Lanjutan Pelatihan

Selama proses pelaksanaan, tantangan yang dihadapi adalah perbedaan tingkat literasi digital dan kemampuan dasar keuangan antar peserta. Beberapa peserta membutuhkan waktu lebih lama dalam memahami materi atau mengoperasikan aplikasi. Namun, pendekatan kelompok kecil dan coaching personal menjadi solusi efektif untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Fasilitator juga memberikan materi tambahan dalam bentuk video tutorial dan panduan praktis yang dapat diakses secara mandiri. Adaptasi ini membuktikan pentingnya fleksibilitas metode dalam kegiatan pengabdian berbasis masyarakat. Secara umum, seluruh peserta menyatakan kepuasan terhadap kegiatan yang dilakukan, dan 93% di antaranya menyatakan keinginan untuk mengikuti pelatihan lanjutan. Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan pembelajaran berkelanjutan dalam pengembangan UMKM. Beberapa peserta bahkan mengusulkan topik lanjutan seperti strategi pengemasan produk, optimalisasi marketplace, serta manajemen keuangan lanjutan. Antusiasme ini menjadi indikasi penting bahwa kegiatan pengabdian telah menumbuhkan kesadaran belajar dan memperkuat semangat berkembang. Rencana pengembangan modul lanjutan menjadi fokus kegiatan berikutnya. Kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran tim dosen pengabdian dalam memahami dinamika nyata di lapangan. Interaksi langsung dengan pelaku UMKM memberikan wawasan empiris mengenai tantangan dan potensi transformasi sektor usaha mikro. Hal ini memperkaya kegiatan tridarma perguruan tinggi, khususnya dalam merancang kurikulum yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Program ini juga memperkuat jejaring antara perguruan tinggi dan pemerintah daerah dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Pengabdian ini menciptakan manfaat timbal balik yang bermakna.

Dampak dari pengabdian ini juga telah dilaporkan ke dalam bentuk artikel ilmiah populer dan disiapkan untuk dipublikasikan pada jurnal pengabdian masyarakat nasional terakreditasi. Publikasi ini bertujuan untuk mendiseminasikan praktik baik dan mendorong replikasi program serupa di daerah lain. Selain itu, dokumentasi kegiatan akan diintegrasikan dalam laporan kinerja institusi dalam rangka evaluasi program pengabdian berkelanjutan. Hal ini memperkuat peran akademisi dalam proses pemberdayaan masyarakat berbasis ilmu pengetahuan. Dengan adanya dukungan institusional, pengabdian ini memiliki

potensi untuk menjadi model pemberdayaan UMKM secara nasional. Melalui hasil yang dicapai, kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pelatihan terintegrasi, pendampingan intensif, dan pendekatan kolaboratif mampu menciptakan transformasi nyata dalam pengelolaan usaha mikro. Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya dinilai dari peningkatan pengetahuan, tetapi juga dari perubahan praktik bisnis, pembentukan jejaring, dan penguatan literasi digital. Dengan strategi yang terstruktur dan dukungan kelembagaan, kegiatan pengabdian semacam ini dapat menjadi strategi efektif dalam membangun ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, kesinambungan program ini sangat disarankan untuk memperluas dampak yang telah dihasilkan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan yang holistik terhadap penguatan UMKM dapat memberikan hasil yang signifikan. Integrasi antara pelatihan laporan keuangan, pengembangan SDM, dan pemasaran digital terbukti mampu menjawab kebutuhan nyata pelaku usaha. Respon positif peserta menjadi indikator bahwa materi pelatihan relevan dengan konteks dan tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Selain itu, keterlibatan peserta secara aktif memperkuat efektivitas metode yang digunakan. Proses pembelajaran tidak hanya terjadi secara teoritis, tetapi juga terwujud dalam bentuk praktik dan perubahan perilaku (Dabas et al., 2021). Pentingnya pelatihan laporan keuangan menjadi sangat jelas dalam kegiatan ini, mengingat mayoritas peserta belum terbiasa dengan pencatatan transaksi yang sistematis. Ketidakmampuan dalam membedakan antara laba dan arus kas, serta penggunaan dana pribadi dalam usaha, menjadi temuan awal yang dominan. Setelah mendapatkan pelatihan, peserta mulai memiliki kesadaran untuk memisahkan keuangan usaha dan pribadi. Hal ini merupakan langkah awal yang fundamental dalam membangun manajemen keuangan yang sehat. Modul pelatihan yang disusun secara sederhana dan aplikatif sangat membantu proses pemahaman ini. Digitalisasi laporan keuangan menggunakan aplikasi berbasis mobile juga menjadi inovasi yang diterima dengan baik oleh peserta. Kepraktisan dan kemudahan akses menjadi alasan utama peserta merasa nyaman menggunakan teknologi tersebut. Meskipun sebagian masih mengalami kesulitan teknis, pendampingan yang diberikan berhasil mengatasi hambatan tersebut. Peningkatan skor post-test menunjukkan bahwa transformasi pengetahuan telah terjadi. Pelatihan ini membuka ruang bagi peserta untuk melakukan evaluasi bisnis secara berkala melalui data keuangan yang lebih akurat. Dalam aspek pengembangan SDM, pelatihan berhasil mengubah paradigma peserta terhadap pentingnya perencanaan kerja dan pembagian peran dalam usaha. Banyak peserta yang sebelumnya mengelola semua aspek usaha secara sendiri kini mulai berpikir untuk melibatkan anggota keluarga atau rekan kerja. Perubahan ini memperlihatkan adanya peningkatan kesadaran akan efisiensi kerja dan penguatan kapasitas manajerial. Peserta mulai menyusun rencana kerja mingguan dan daftar tugas, yang sebelumnya tidak pernah mereka lakukan. Hal ini menjadi dasar penting dalam membangun usaha yang lebih terstruktur dan profesional (Aliefiani Mulya Putri et al., 2022).

Manajemen usaha kecil tidak dapat dipisahkan dari kemampuan pemilik usaha dalam mengelola waktu, sumber daya, dan risiko. Pelatihan dalam program ini mengarahkan peserta untuk lebih adaptif dan reflektif terhadap aktivitas harian mereka. Tidak sedikit peserta yang mengungkapkan bahwa sesi pengembangan SDM membuat mereka lebih disiplin dalam mengelola operasional. Tumbuhnya sikap kepemimpinan mikro menjadi indikasi awal keberhasilan penguatan SDM ini. Proses ini juga membentuk mentalitas wirausaha yang lebih tangguh dan strategis. Sesi pemasaran digital menjadi titik paling dinamis dalam pelatihan, dengan tingkat antusiasme peserta yang sangat tinggi. Sebelum pelatihan, pemasaran sebagian besar dilakukan secara pasif, hanya melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Setelah pelatihan,

peserta mulai aktif memanfaatkan platform media sosial untuk menampilkan produk dan berinteraksi dengan calon pelanggan. Aktivitas ini menandai perubahan besar dalam cara pelaku UMKM menjangkau pasar. Teknik pengambilan gambar produk dan penulisan konten menjadi bekal baru yang langsung diterapkan (Mudrifah & Pramuja, 2022).

Pemasaran digital memberikan peluang ekspansi pasar yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh pelaku usaha. Penggunaan tagar (#) dan pengaturan waktu unggah konten terbukti mampu meningkatkan jangkauan promosi. Peserta belajar tentang algoritma media sosial secara sederhana dan mulai mengatur strategi konten secara mingguan. Interaksi dengan konsumen menjadi lebih intens dan terukur, memberi pengalaman baru dalam membangun relasi pelanggan. Ini merupakan lompatan penting dalam modernisasi usaha mikro. Efektivitas pelatihan juga terlihat dari komitmen peserta untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan usaha mereka (Ira Promasanti Rachmadewi et al., 2021). Dalam sesi pendampingan, mayoritas peserta menunjukkan perkembangan nyata dalam pengelolaan laporan keuangan dan akun media sosial mereka. Beberapa peserta bahkan mulai mengembangkan identitas visual usaha seperti logo dan desain katalog produk. Proses ini membuktikan bahwa intervensi pengabdian dapat mendorong kreativitas dan inovasi pelaku UMKM. Perubahan tersebut tentu berdampak pada daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Salah satu kekuatan kegiatan ini adalah sinergi antara pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara konsisten. Peserta tidak dibiarkan belajar sendiri, tetapi didampingi dalam menerapkan keterampilan baru mereka. Kombinasi ini menciptakan ekosistem pembelajaran yang efektif dan kolaboratif. Selain itu, peserta merasa diperhatikan dan didukung secara personal, yang mendorong semangat belajar mereka. Hubungan antara fasilitator dan peserta yang terbangun dengan baik menjadi aset penting dalam proses pengabdian.

Pembentukan komunitas usaha yang terjadi secara spontan di antara peserta juga merupakan capaian yang tidak direncanakan, namun sangat bernilai. Komunitas ini menjadi wadah untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan peluang kerja sama. Keberadaan komunitas tersebut memperkuat keberlanjutan hasil pelatihan karena memungkinkan pertukaran pengetahuan secara horizontal. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian tidak hanya mentransfer ilmu, tetapi juga membentuk ekosistem baru. Hal ini menunjukkan potensi jangka panjang dari pendekatan pengabdian yang partisipatif.

Kegiatan pengabdian ini juga mengonfirmasi bahwa pelaku UMKM membutuhkan pelatihan yang praktis, mudah dipahami, dan langsung dapat diaplikasikan. Pendekatan teknis yang tidak terlalu akademik menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan materi. Peserta lebih menyukai metode simulasi dan diskusi daripada ceramah satu arah. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan andragogi dalam pelatihan berbasis masyarakat. Kegiatan semacam ini hendaknya terus disempurnakan agar sesuai dengan kebutuhan riil pelaku UMKM. Evaluasi terhadap hasil pelatihan menunjukkan bahwa tingkat retensi pengetahuan peserta cukup tinggi, terutama pada aspek yang disertai praktik langsung. Materi laporan keuangan dan pemasaran digital menjadi yang paling diingat dan diterapkan oleh peserta. Sementara itu, aspek manajemen SDM masih membutuhkan pendalaman lanjutan. Oleh karena itu, ke depan perlu dirancang modul lanjutan yang lebih fokus pada perencanaan sumber daya dan kepemimpinan usaha. Hal ini penting untuk mendorong pertumbuhan usaha yang lebih matang. Hasil pengabdian ini juga memperlihatkan bahwa UMKM memiliki semangat tinggi untuk berkembang, namun sering kali terhambat oleh keterbatasan informasi dan pendampingan. Ketika diberi akses pada pelatihan dan pendampingan yang tepat, pelaku UMKM menunjukkan progres signifikan. Hal ini menjadi argumen kuat bahwa program pengabdian masyarakat harus lebih diperluas dan ditingkatkan cakupannya. Dukungan dari institusi pendidikan tinggi dan pemerintah sangat dibutuhkan. Kemitraan ini menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem

pemberdayaan yang menyeluruh.

Program ini juga menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberi manfaat bagi peserta, tetapi juga bagi tim pelaksana. Pengalaman lapangan memperkaya pemahaman dosen tentang dinamika sosial-ekonomi masyarakat. Selain itu, kegiatan ini memberikan data empiris untuk pengembangan penelitian dan publikasi ilmiah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian dapat saling menguatkan dengan fungsi pendidikan dan penelitian. Hal ini sejalan dengan konsep tridarma perguruan tinggi. Secara umum, keberhasilan program ini tidak lepas dari pendekatan yang sistematis dan keterlibatan aktif peserta. Keberlanjutan hasil pelatihan sangat tergantung pada adanya dukungan pascapelatihan seperti pendampingan, akses informasi, dan ruang berjejaring. Oleh karena itu, kolaborasi multi-pihak sangat penting untuk menjamin kesinambungan dampak. Institusi akademik, pemerintah, dan komunitas pelaku usaha harus saling mendukung. Pola kolaboratif ini terbukti efektif dalam konteks penguatan UMKM.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam tiga aspek penting, yakni pelaporan keuangan, penguatan SDM, dan pemasaran digital. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara sistematis telah memberikan dampak nyata dalam perubahan pola pikir dan praktik manajerial peserta. Transformasi yang terjadi bukan hanya dalam aspek teknis, tetapi juga pada cara pelaku usaha memandang profesionalitas dan keberlanjutan usaha. Program ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif aplikatif mampu mempercepat proses pemberdayaan UMKM. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa desain program yang tepat dapat menciptakan dampak sosial ekonomi yang signifikan. Keberhasilan program tidak terlepas dari pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan yang digunakan dalam setiap tahap kegiatan. Keterlibatan peserta sejak tahap perencanaan hingga evaluasi memperkuat rasa memiliki dan komitmen mereka terhadap hasil pelatihan. Kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya sinergi antara pelatihan dan pendampingan dalam memastikan implementasi keterampilan baru. Dukungan dari pemerintah daerah dan komunitas lokal turut memperkuat hasil yang dicapai. Kolaborasi lintas sektor menjadi faktor kunci dalam mewujudkan penguatan UMKM yang berkelanjutan.

Salah satu temuan penting dari kegiatan ini adalah tingginya potensi digitalisasi UMKM apabila didukung oleh pelatihan yang tepat dan berorientasi praktis. Penggunaan media sosial, aplikasi keuangan digital, dan konten visual terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan memperbaiki sistem pencatatan keuangan. Namun demikian, keterbatasan literasi digital masih menjadi tantangan yang memerlukan perhatian lanjutan. Keberlanjutan pelatihan akan sangat menentukan efektivitas program secara jangka panjang. Berdasarkan temuan lapangan, disarankan agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala dengan cakupan peserta yang lebih luas. Kegiatan pengabdian berbasis digitalisasi dan manajemen usaha kecil dapat dijadikan program prioritas dalam agenda pemberdayaan ekonomi lokal. Pemerintah daerah disarankan membentuk tim pelatih lokal yang berasal dari alumni pelatihan untuk memperkuat jejaring dampingan. Institusi pendidikan tinggi juga perlu terus mengembangkan modul berbasis kebutuhan nyata dan melakukan kolaborasi lintas disiplin. Hal ini penting agar intervensi pengabdian dapat terus beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis akademik yang aplikatif, partisipatif, dan berkelanjutan. Dukungan kebijakan yang memadai serta kemitraan yang kuat antar-stakeholder akan memperluas dampak dari program ini. Hasil pengabdian ini juga dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan modul pelatihan kewirausahaan di tingkat lokal maupun nasional. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya berdampak bagi peserta, tetapi juga bagi sistem pemberdayaan UMKM

secara luas. Penguatan UMKM adalah bagian integral dari pembangunan ekonomi Indonesia yang inklusif dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Agusven, T., Fauzar, S., Kusumah, S., Warisman, L., Yuanita, A., & Pradana, Y. T. (2023). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI DESA PENAGA. *Community Development Journal*.
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Al-Dmour, H., Asfour, F., Al-Dmour, R., & Al-Dmour, A. (2022). Validation of the impact of marketing knowledge management on business performance via digital financial innovation as a mediating factor. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 52(1), 33–56. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-05-2020-0085>
- Alfian, N., & Maulana, W. (2022). Peningkatan Omzet UMKM Guna Menjaga Perekonomian Masyarakat Desa di Masa Pandemi Covid-19. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 241. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.7982>
- Aliefiani Mulya Putri, G., Putri Maharani, S., & Nisrina, G. (2022). LITERATURE VIEW PENGORGANISASIAN: SDM, TUJUAN ORGANISASI DAN STRUKTUR ORGANISASI. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286–299. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.819>
- Andarsari, P. R. (2021). PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN BAGI PERUSAHAAN GO PUBLIC. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 1(1), 24–35. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v1i1.339>
- Andersson, S., Aagerup, U., Svensson, L., & Eriksson, S. (2024). Challenges and opportunities in the digitalization of the B2B customer journey. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(13), 160–174. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2023-0714>
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA PEMASARAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DENGAN MEDIASI KEMAMPUAN INOVASI DAN KEMAMPUAN BRANDING (STUDI PADA PELAKU UMKM YANG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL)*. 9.
- Angraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4888. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Astuti, N. P. M. D., Putra, I. K. M., Kasiani, K., Yudistir, C. G. P. A., & Widiantera, I. M. (2020). IMPLIKASI PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT GAPURA ANGKASA JOUMPA DENPASAR. *GANEC SWARA*, 14(1), 506. <https://doi.org/10.35327/gara.v14i1.127>
- Barmawi, N. A., & Idayati, F. (2020). *PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN*. 9.
- Baumüller, H., Ikpi, U., Jumpah, E. T., Kamau, G., Kergna, A. O., Mose, L., Nientao, A., Omari, R., Phillip, D., & Salasya, B. (2023). Building digital bridges in African value chains: Exploring linkages between ICT use and social capital in agricultural marketing. *Journal of Rural Studies*, 100, 103002. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.03.010>

- Cho, M., Yun, H., & Ko, E. (2023). Contactless marketing management of fashion brands in the digital age. *European Management Journal*, 41(4), 512–520. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.12.005>
- Chrismardani, Y., & Setiyarini, T. (2020). DAMPAK DAN TANTANGAN DALAM IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK UMKM. *Competence : Journal of Management Studies*, 13(2), 170–183. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i2.6831>
- Da Silva, D. J. C., Stertz, E. D. S., Portella, A. G., Gomes, C. F. S., Moreira, M. Â. L., & Santos, M. D. (2023). Social Media Platform for Digital Marketing: An Analysis Using CRITIC-GRA-3N Method. *Procedia Computer Science*, 221, 169–176. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.07.024>
- Dabas, S., Sharma, S., & Manaktola, K. (2021). Adoption of digital marketing tools in independent businesses: Experiences of restaurant entrepreneurs in India and United Kingdom. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(2), 214–235. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2020-0120>
- Erdmann, A., & Ponzoa, J. M. (2021). Digital inbound marketing: Measuring the economic performance of grocery e-commerce in Europe and the USA. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120373. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120373>
- Femilia Asthama, Ety Gurendrawati, & Petrolis Nusa Perdana. (2021). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 2(3), 558–578. <https://doi.org/10.21009/japa.0203.05>
- Hasibuan, R. R., Setyanugraha, R. S., Amelia, S. R., Arofah, A. A., & Pratiwi, A. R. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Air Nira Pohon Kelapa Menjadi Gula Semut untuk Meningkatkan Perkonomian Desa Kuripan Kabupaten Cilacap. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1). <https://doi.org/10.29313/ethos.v9i1.6570>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING UMKM DI KECAMATAN TEMBALANG SEMARANG. *ABDIMASKU : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Hilendri, Bq. A., Bambang, B., & Yulia, Y. (2018). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCETERHADAP AUDIT REPORT LAG DENGAN KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(1), 121. <https://doi.org/10.29303/jaa.v2i1.13>
- Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi, Q., Wahyudhi Sutrisno, & Chancard Basumerda. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121–128. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>
- Jelang Ramadhan & Reyhan Alif Rachmadsyah. (2023). Pengelolaan SDM Dan Perencanaan Sumber Daya Manusia Dalam Kemajuan Suatu Organisasi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v3i1.2472>
- Mudrifah, M., & Pramuja, R. A. (2022). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM PKK KARANGPUSO VIEW-NGENEP (PROGRAM BEMO “Belajar Marketing Online”). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(01), 51–58. <https://doi.org/10.22219/skie.v6i01.20371>
- Novita Anggraini, Wilhelmina Mitani, & Pipiet Niken Aurelia. (2023). Analisis Penerapan Akuntansi Dalam Penyajian Laporan Keuangan Pada Perkumpulan Divisi Perempuan Tim Relawan Untuk Kemanusiaan (TRUK). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(4), 257–277. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i4.1432>
- Pahira, S. H., & Rinaldy, R. (2023). Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(03), 810–817. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.882>
- Prajogo, U. (2020). Pengaruh Entrepreneurship dan Market Oriented Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Peningkatan Kinerja Online Shop UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v6i2.5352>

- Putra, Y. P., & Laely, N. (2015). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN RENTABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA KOPERASI MANUNGGAL UNIVERSITAS KADIRI*. 7(1).
- Putri, R. Y. E., Paramita, D. F., & Astuti, D. (2025). *Peran Celebrity Endorser Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital*. 02(03).
- Rubi Babullah. (2024). Mengenal Sumber Daya Manusia (SDM): Pengertian Dan Fungsinya. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika*, 2(4), 187–204. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i4.1104>
- Sulastri, S., & Ryanto, F. R. (2021). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Koperasi Pegawai Negeri Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(2). <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i2.3473>
- Wonar, K., Falah, S., & Pangayow, B. J. C. (2018). PENGARUH KOMPETENSI APARATUR DESA, KETAATAN PELAPORAN KEUANGAN DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP PENCEGAHAN FRAUD DENGAN MORAL SENSITIVITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Akuntansi, Audit, dan Aset*, 1(2), 63–89. https://doi.org/10.52062/jurnal_aaa.v1i2.9
- Yosepa, H., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap Tingkat Etos Kerja Karyawan pada Hotel Santika Sukabumi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 742. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p742-747>