



Digitalisasi Pemasaran dan Optimalisasi Manajemen Keuangan Guna Meningkatkan Pendapatan Tap Tan Dapoer Levis

Heni Purwantini¹, Destin Alfianika Maharani², Hasirun³, Meliana Cintia Sari⁴, Sidiq Ali Mustofa⁵

Universitas Perwira Purbalingga^{1,2,3,4,5}

heni@unperba.ac.id¹, destinmaharani@gmail.com², hasirun@unperba.ac.id³, melianacintiasari7@gmail.com⁴, sidiq874@gmail.com⁵

Abstract

UMKM plays an important role in economic growth. The existence of UMKM is a business that demonstrates competitive advantages and drives economic growth. This community service was carried out at a UMKM that produces sticky rice tape under the brand name Dapoer Levis in Purbalingga. The objective of this community service is focused on financial management as an effort to increase creative economic growth and employment, as well as digital marketing aspects to promote inclusive products, foster sustainable product innovation, and increase income. The community service method was divided into three stages: the first stage was preparation for observation, the second stage was implementation, consisting of socialization activities, workshops, and financial management and digital marketing assistance, and the third stage was evaluation to ensure that the community service could be implemented appropriately. The results of the community service are to increase knowledge and facilitate financial record management using digital financial applications and the use of website technology and marketplace applications to expand product marketing with the aim of increasing income.

Keywords: Digitalization of Marketing; Financial Management; Revenue Enhancement.

Abstrak

UMKM memainkan suatu peranan penting dalam pertumbuhan pembangunan ekonomi. Keberadaan UMKM merupakan usaha yang mampu menunjukkan keunggulan daya saing dan dinamika dalam pertumbuhan ekonomi. Pengabdian ini dilakukan pada UMKM yang memproduksi tape ketan dengan merk dapoer levis di Purbalingga. Tujuan pengabdian difokuskan untuk melakukan pengelolaan keuangan sebagai upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi kreatif dan penyerapan tenaga kerja serta aspek pemasaran digital untuk mempromosikan produk yang inklusif, menumbuh kembangkan inovasi produk yang berkelanjutan, dalam rangka peningkatan pendapatan. Metode pengabdian dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap pertama adalah persiapan untuk melakukan observasi, tahap kedua adalah pelaksanaan terdiri dari kegiatan sosialisasi, workshop serta pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran digital, tahap ketiga adalah melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa pengabdian dapat diimplementasikan dengan tepat. Hasil dari pengabdian yang dilakukan untuk menambah pengetahuan dan mempermudah melakukan pengelolaan pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi keuangan digital dan penggunaan aplikasi teknologi website serta marketplace untuk memperluas pemasaran produk yang bertujuan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Digitalisasi Pemasaran; Manajemen Keuangan; Peningkatan Pendapatan.





A. PENDAHULUAN

Sektor bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), merupakan usaha produktif yang masih menjadi penggerak pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM merupakan aktivitas yang dapat memadu padankan pemulihan perekonomian Indonesia melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Pada hakekatnya UMKM merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan meningkatkan pendapatan, salah satu definisi pendapatan adalah perolehan sumber daya yang dapat digunakan untuk memenuhi pengeluaran dasar (Purwantini & Maharani, 2025). Peran UMKM yang mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah dan negara (Fadila dkk., 2021). UMKM tergolong dalam sektor riil perekonomian, sektor inilah yang memiliki daya tahan yang tinggi terhadap krisis global, karena kondisi tersebut pemerintah berusaha untuk melakukan pembinaan dan pengembangan UMKM dengan membuat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020, yang memberikan kemudahan bagi UMKM dalam berbagai hal antara lain kemudahan izin pendirian, bantuan hukum, dukungan pelatihan dan promosi.

UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia dan merupakan salah satu fokus program pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia untuk terus berkembang dan maju (Handayani dkk., 2021). Bagi pengusaha terutama pelaku UMKM sangat penting untuk memanfaatkan jaringan guna mencapai tujuan dalam rangka meningkatkan dan mengoptimalkan strategi

pemasaran dan memperluas hubungan yang mendukung pengembangan pribadi dan profesional (Dwi Marselina dkk., 2024)

Pengetahuan yang dimiliki pelaku UMKM saat ini dalam hal pencatatan keuangan dan kemajuan teknologi masih tergolong tidak sejalan dengan pertumbuhan UMKM. Masih banyak ditemukan para pelaku UMKM tidak dapat menyajikan laporan keuangan dengan baik. Banyak UMKM di Indonesia yang belum mampu untuk membuat serta menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi yang berlaku (Ayem & Prihatin, 2020). Untuk UMKM Ikatan Akuntan Indonesia menetapkan penyajian laporan keuangan harus disusun sesuai Standar Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) dimana penyajiannya harus konsisten, informasi keuangan yang komparatif serta lengkap (Adino, 2019).

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memproduksi tape ketan dengan merk dapoer levis di Purbalingga Jawa Tengah. Penjualan tape ketan yang dirintis oleh Bapak Sisworo pada tahun 2017, memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Penjualan produk tape ketan saat ini masih sekitar wilayah Purbalingga, Purwokerto dan Wonosobo. Jumlah karyawan sampai saat ini berjumlah 4 orang terdiri dari 3 (tiga) orang untuk produksi dan 1 (satu) orang merupakan pemilik merangkap pemasaran, keuangan serta pengawasan akhir. Kendala yang dihadapi oleh mitra kami, dalam usaha yang dijalankan saat ini yaitu tidak melakukan pencatatan dengan tepat waktu, jika terjadi transaksi bukti pengeluaran dan pemasukan hanya disimpan, terkadang dicatat secara manual dan ada kalanya tidak dicatat karena merasa membuang waktu untuk kegiatan tersebut. Selain itu, permasalahan





yang terjadi pada mitra yaitu kemasan produk yang digunakan saat ini masih rentan dan mudah rusak. Produk tape ketan yang diproduksi mitra hanya bertahan maksimal 14 hari.

Kami telah melakukan diskusi awal dengan mitra, berdasarkan hal tersebut pengabdian yang akan kami lakukan dan simpulkan menjadi dua bidang pengabdian. Pertama melakukan pembenahan dalam pengelolaan keuangan dimulai dengan melakukan pencatatan keuangan sesuai dengan standar yang ditentukan dengan menggunakan aplikasi sederhana untuk memudahkan mitra konsisten dalam pencatatan pengelolaan usaha terkait keuangan. Kedua mengembangkan cara pemasaran dengan cara membranding produk, sebagai strategi menarik konsumen baru dan meningkatkan loyalitas konsumen serta memaksimalkan penjualan produk mitra. Dengan memaksimalkan penjualan produk, maka pendapatan usaha akan meningkat. Pendapatan menjadi faktor penting dalam operasional sebuah usaha karena akan berdampak pada tingkat keuntungan yang diharapkan untuk mencapai keberlanjutan usaha (Pratama & Fahriani, 2023).

Pengelolaan keuangan dengan cara mencatat aktivitas usaha merupakan hal fundamental yang harus dilakukan. Pengendalian keuangan memegang peranan penting dalam keberlanjutan usaha. Perencanaan keuangan, penganggaran, pencatatan transaksi keuangan, pelaporan keuangan dan analisis keuangan sangat diperlukan (Zuraidaning Tyas dkk., 2022). Dengan menerapkan prinsip-prinsip dalam perencanaan keuangan dan keputusan akuntansi rumah tangga, akan menghasilkan laporan dan catatan keuangan yang tepat serta dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dalam menyusun rencana keuangan untuk periode selanjutnya (Hasanah dkk., 2023).

Perilaku perubahan konsumen yang semakin beralih ke dunia online menjadikan pemasaran digital sebagai elemen penting dalam strategi bisnis modern (Maharani & Hasibuan, 2024). Dalam menjangkau konsumen diluar wilayah, promosi mitra membutuhkan teknologi internet yang lebih cepat dan dengan biaya pemasaran yang tentunya lebih rendah.

Tujuan dari kegiatan ini difokuskan untuk melakukan pengelolaan keuangan sebagai upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi kreatif dan penyerapan tenaga kerja serta aspek pemasaran dalam rangka mempromosikan produk yang inklusif, menumbuh kembangkan inovasi yang berkelanjutan, memperkuat aliansi untuk mencapai tujuan kolaborasi global dengan menggunakan penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang berkesinambungan dalam rangka peningkatan pendapatan.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Program pengabdian ini dibagi menjadi tiga tahap utama (seperti pada Gambar 1), yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap pertama, yaitu tahap persiapan, pengabdian dimulai dengan melakukan observasi terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selain itu, program dan metode pendekatan yang akan dilaksanakan selama periode pengabdian juga dipersiapkan dengan matang.





Pada tahap kedua, yakni tahap pelaksanaan, pengabdian dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain sosialisasi, workshop, dan pendampingan mitra yang dilaksanakan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan serta kompetensi mitra agar usaha mereka dapat berkelanjutan. Selain itu, pembuatan website dan akun marketplace juga dilakukan sebagai upaya untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mitra secara online, guna meningkatkan penjualan. Selanjutnya, pembuatan aplikasi laporan keuangan juga dilaksanakan untuk memudahkan mitra dalam mencatat transaksi secara tertib dan konsisten, sehingga mereka dapat mengetahui secara cepat dan tepat besarnya pengeluaran, pemasukan, dan persediaan produk. Program inkubasi produk juga menjadi bagian dari tahap pelaksanaan, dengan tujuan untuk mendorong mitra terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat mengikuti kebutuhan pasar.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi, yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana implementasi kegiatan pengabdian berjalan. Evaluasi dilakukan dengan dua fokus utama. Pertama, evaluasi pelaksanaan workshop, yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman mitra terhadap pemasaran digital, manajemen usaha, dan manajemen keuangan yang diharapkan dapat diaplikasikan dalam bisnis mereka. Kedua, evaluasi penerapan IPTEK serta rencana tindak lanjut pengabdian, yang bertujuan untuk memastikan mitra sudah dapat mengoperasikan website, akun marketplace, dan aplikasi laporan keuangan yang telah dibuat. Pada tahap ini, tindak lanjut pengabdian juga dilakukan untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan benar-benar bermanfaat bagi mitra dan untuk

menjalin komunikasi yang berkelanjutan antara mitra dan tim pengabdian.

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk taptan dapoer Levis yang berlokasi di kabupaten Purbalingga sebagai mitra dalam program pengabdian mempunyai produk yang menjanjikan dimasa depan. Tape ketan merupakan jajanan khas Indonesia dan termasuk jajanan tradisional yang perlu dilestarikan. Meskipun terlihat sederhana, proses pembuatan tape ketan melewati tahapan yang memerlukan kesabaran, proses pembuatan diawali dengan mengolah beras ketan putih lalu difermentasi. Proses fermentasi ini membutuhkan waktu bisa mencapai satu minggu. Rasa tape ketan yang nikmat ternyata dalam proses fermentasinya mampu meningkatkan kandungan vitamin B1 yang sangat baik untuk kesehatan tubuh. Nilai lebih yang dimiliki tape ketan inilah yang membuat tim pengabdian berkolaborasi dengan mitra untuk meningkatkan penjualan sekaligus peningkatan pendapatan mitra, dengan melakukan pengelolaan keuangan, pemasaran dengan menggunakan teknologi digitalisasi untuk lebih efektif dan efisien. Berikut tahapan pengabdian yang dilaksanakan.

Tahap Persiapan Melakukan survey dan observasi

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Hasil identifikasi pada mitra ditemukan beberapa kelemahan **pertama**; dalam proses pengelolaan keuangan kurang tertib dalam mencatat transaksi, sehingga mitra kesulitan untuk mengetahui secara pasti besarnya penjualan dan biaya yang dikeluarkan baik biaya yang digunakan untuk produksi dan biaya yang dikeluarkan untuk administrasi





penunjang. **Kedua;** dalam memasarkan produk masih menggunakan cara konvensional sehingga belum terdeteksi wilayah mana saja yang telah dimasuki produk mitra.



Gambar 2. Perencanaan kegiatan dan kunjungan ke tempat mitra

Pada Gambar 2 yang merupakan dokumentasi dari salah satu tahapan kegiatan pengabdian yaitu tahapan perencanaan kegiatan dan kunjungan ke tempat mitra Dapoer Levis.

Tahap Pelaksanaan

a) Sosialisasi, Workshop dan Pendampingan Mitra

Kegiatan sosialisasi, workshop dan pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman mengenai mengoptimalkan komunikasi dalam pengelolaan manajemen, pendekatan ini dilakukan berdasarkan berbagai hasil studi yang menyatakan bahwa keberhasilan mitra yang termasuk dalam kelompok UMKM dalam jangka panjang untuk mengelola usahanya sangat bergantung pada penguatan aspek manajerial dan ketampilan dalam memimpin yang diterapkan secara sistematis (Fitriyani dkk., 2021). Sosialisasi dilakukan dengan cara memberikan pemahaman untuk meningkatkan penjualan tidak cukup hanya meneruskan pola yang telah dikerjakan,

tetapi arus melakukan cara lain seperti meningkatkan pengetahuan mengenai peran penting teknologi keuangan dan pemasaran. Kegiatan workshop yang dilakukan memuat arahan mengenai pentingnya branding pada suatu produk dan strategi bahasa iklan yang dapat mempengaruhi pembeli agar tertarik. Berikut ini merupakan gambar kegiatan workshop yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian (Gambar 3).



Gambar 3. Kegiatan workshop

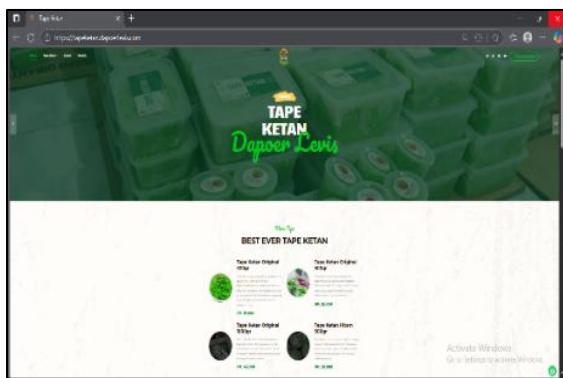
b) Pembuatan Website

Pembuatan website dilakukan untuk memperkenalkan produk mitra kepada pasar yang lebih luas, dengan menggunakan website maka konsumen dengan mudah mengakses segala informasi terkait mitra dan produk yang dipasarkan akan sampai pada konsumen. Pengembangan website yang baik dapat menjadi faktor kunci keberhasilan dalam meningkatkan penjualan (Rafsyanjani & Fauzi, 2022). Website merupakan rumah digital usaha mitra, dengan adanya website, mitra lebih leluasa memberikan ulasan serta informasi yang lebih lengkap. Mitra lebih bebas melakukan branding dan menceritakan produknya untuk membangun kredibilitas jangka panjang, sehingga calon konsumen memiliki ketertarikan dan kepercayaan terhadap produk yang akan mereka beli, serta membangun loyalitas bagi konsumen yang telah merasakan manfaat produknya





Informasi dalam website yang menarik dan informatif memberikan kenyamanan terhadap konsumen. Seperti pada Gambar 4 berikut ini yang merupakan tampilan website dari dapoer levis yang berisi informasi tentang berkaitan dengan tape ketan seperti jenis ukuran produk, lokasi penjual dan nomor telepon.



Gambar 4. Website TapTan Dapoer Levis

c) Pembuatan Akun *Marketplace*

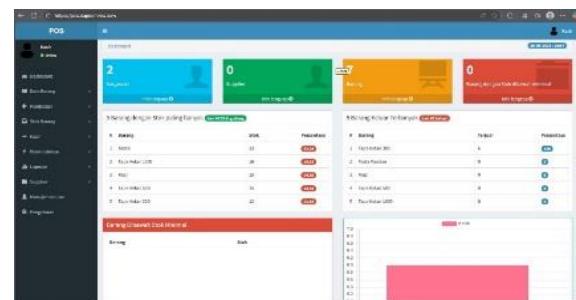
Penjualan yang dilakukan oleh mitra selama ini lebih banyak dengan cara offline dengan mendatangi konsumen langsung dan juga menitipkan produknya ke toko makanan secara random, hal ini dirasa kurang efektif karena jangkauan pasar tidak luas, biaya operasional dan waktu lebih tinggi. Tujuan pembuatan akun marketplace ini merupakan cara agar mitra dapat membuka akses pasar lebih luas, mengurangi biaya operasional serta dalam akun marketplace mitra dapat membuat fitur promosi yang diinginkan serta efektif dan menarik konsumen. Marketplace merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk target konsumen online (Cahyaningrum & Hendrawan, 2023). Dengan memanfaatkan internet dan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website, UMKM dapat

357

menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, baik di tingkat lokal maupun nasional.

d) Pembuatan Aplikasi Laporan Keuangan

Penyusunan laporan keuangan masih merupakan kegiatan yang dianggap rumit dan menyita waktu, sebenarnya dengan laporan keuangan yang baik membantu pelaku usaha untuk mencapai tujuan usahanya untuk lebih terarah karena dapat melakukan perencanaan usaha yang lebih akurat. Oleh karena itu diperlukan sebuah aplikasi keuangan yang dapat membantu untuk mengelola baik untuk pengeluaran maupun untuk pemasukan (Gambar 6). Pelaku usaha perlu dibekali dengan pelatihan dan pendampingan pencatatan akuntansi, hingga penyusunan laporan keuangan agar pelaku usaha memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola keuangan usahanya (Rayyani dkk., 2020).



Gambar 5. Aplikasi keuangan

e) Program Inkubasi Produk

Tahapan pelaksanaan terakhir yang dilakukan adalah program inkubasi produk yang bertujuan untuk membantu mitra melakukan inovasi produk agar dapat bersaing. Inovasi produk merupakan pengembangan ide atau pemanfaatan sumber daya yang ada untuk memberikan nilai tambah





yang signifikan, hal ini penting untuk menjaga kelangsungan usaha ditengah perubahan kebutuhan, perkembangan teknologi, dan persaingan yang semakin ketat (Diharto, 2022). Dalam pengabdian ini mitra melakukan inovasi terhadap teknik pengemasan produk untuk memperpanjang umur produk, lebih higienis dan tidak merusak rasa produk. Kemasan produk baru dapat dilihat pada Gambar 6 seperti berikut ini.



Gambar 6. Kemasan produk lama dan kemasan produk baru

Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan pengabdian dalam rangka meningkatkan pengetahuan pada mitra mengenai implementasi digital pemasaran dan pengelolaan keuangan dapat dilakukan tanpa hambatan. Kegiatan rencana tindak lanjut dilakukan oleh tim pengabdi dengan mitra melalui komunikasi dan kunjungan ke mitra sesuai jadwal selama periode kegiatan pengabdian berlangsung untuk memastikan bahwa pengabdian yang dilakukan memberikan manfaat dan nilai lebih pada mitra.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian dengan mitra dapoer levis di Purbalingga Jawa Tengah yang dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya mengembangkan pemasaran yang bermula dilakukan dengan cara manual menjadi digital dapat dilaksanakan dengan baik, mitra mendapatkan pemahaman lebih mengenai pentingnya mengelola website dan marketplace sebagai sarana terdepan untuk memasarkan produknya dan memperluas jaringan konsumen dan pasar yang lebih terbuka. Dalam hal pencatatan laporan keuangan yang di sinergikan dengan menggunakan aplikasi keuangan sederhana membuat mitra lebih termotivasi untuk lebih disiplin dalam hal pencatatan pembukuan, karena aplikasi keuangan dibuat dengan cara mengakomodir keperluan mitra, sehingga mitra lebih mudah menggunakan dan mengoperasikan aplikasi keuangan dan merasakan pentingnya pencatatan laporan keuangan serta merubah pola pikir bahwa pencatatan laporan keuangan tidak rumit dan bukan beban tambahan dalam usahanya. Kesimpulan dalam pengabdian ini menekankan pada penggunaan kemajuan teknologi digitalisasi pemasaran dan aplikasi laporan keuangan dapat memberikan nilai tambah pada mitra sehingga mitra dapat lebih fokus untuk meningkatkan penjualan dalam rangka peningkatan pendapatan dengan cara melakukan inovasi produk untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Saran

Meskipun mitra telah mendapatkan pemahaman mengenai digitalisasi pemasaran, sangat penting untuk terus mengembangkan kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital secara optimal. Disarankan agar mitra mengikuti pelatihan lebih lanjut tentang teknik-teknik pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan berbayar (Google Ads, Facebook Ads), dan pemasaran melalui





influencer. Selain itu, mereka dapat memanfaatkan platform media sosial untuk memperkenalkan produk secara lebih luas kepada berbagai kalangan.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mitra dapoer levis yang telah memberikan dukungan dan kontribusi nyata dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kerjasama dan kepedulian yang ditunjukkan menjadi bagian penting dalam keberhasilan program yang kami jalankan. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) tahun anggaran 2025 dan Universitas Perwira Purbalingga yang telah mendukung penuh, menyediakan fasilitas, kesempatan, dan selalu memberikan semangat kolaborasi menjadikan landasan yang kuat bagi terciptanya tujuan pengabdian kepada masyarakat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adino, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Sak EMKM: Survey Pada UMKM Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan UKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 2(3), 84–94.
- Ayem, S., & Prihatin, R. (2020). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah dan Tax Planing Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus UMKM di kota Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(Vol. 11 No. 1 (2020)), 115–125.

Cahyaningrum, Y., & Hendrawan, A. (2023). *Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Big Blue Button Pada Matakuliah Struktur Data*. 17(2), 63–68.

Dwi Marselina, R., Maesyaroh, S., Lutfiah Nurbaeti, A., & Tio Febiansyah, I. (2024). *Analisis Efektivitas Jaringan Bisnis Pada Produk Salaut* (Vol. 2, Issue 6).

Fadila, A., Sholihah, D. R., & Nugraheni, S. (2021). Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 221.

Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., Rahman, R., Ekonomi, F., Manajemen, D., Samawa, U., & Author, C. (2021). *Social Humaniora Peran Kemampuan Manajerial Dan Lingkungan Industri Dalam Meningkatkan Kualitas Ukm* (Vol. 5, Issue 3).

Handayani, T., Rahmi, M., & Anwar Fathoni, M. (2021). *Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Usaha Mikro Terdampak Covid-19 di Kelurahan Pangkalan Jati Jakarta Selatan*.

Hasanah, A., Pramitasari, D. A., Ulum, B., & Gresik, U. (2023). *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat) Pendampingan Pembuatan Laporan Cash Flow dalam Mengelola Keuangan Rumah Tangga di Jalan Siwalan Manyar Gresik*. 233–240.

Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada Ukm Di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Jangkauan Pasar. *ABDI MAKARTI*, 3(2), 130.





Pratama, I. A., & Fahriani, F. Z. (2023).

Analisis Pendapatan Usaha Dan Beban Operasional Dalam Meningkatkan.

Purwantini, H., & Maharani, D. A. (2025).

Memaksimalkan Kepatuhan Pajak Menggunakan Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Melalui Self Assesment. *Perwira Journal of Economics & Business*, 5(2), 214–227.

Rafsyanjani, G. M., & Fauzi, A. (2022).

Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Ukm Aneka Batik Pamekasan.

Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., &

Warda. (2020). *Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Penyusunan Laporan Keuangan.*

Zuraidaning Tyas, K., Afifah, H., Handayani, J., Anggarkusuma Arofah, A., & Budi Wirawan, N. (2022). Pelatihan

Manajemen Usaha Dan Keuangan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam. *Perwira Journal of Community Development*, 2(2), 1–6.

