

## Penguatan Kapasitas UMKM Dodol Al Arabi Samarinda melalui Digitalisasi Bisnis dan Optimalisasi Manajemen Keuangan

Indra Maulana<sup>1</sup>, Dedy Rahmatullah<sup>2\*</sup>, Mega Norsita<sup>3</sup>, Atiiqah Daffaa<sup>4</sup>,  
Siti Monashafa<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Kalimantan Timur

\*Corresponding Author: e-mail: dedyrahmatullah@feb.unmul.ac.id

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the Indonesian economy; however, they continue to face fundamental challenges, particularly in financial management and digital marketing strategies. These issues are also encountered by the partner of this community engagement program, Dodol Al Arabi in Samarinda City, which has been operating conventionally without systematic financial recording, a written business plan, or digital-based promotional strategies. This program aims to strengthen the business capacity of the partner through the improvement of financial management and the optimization of digital marketing. The methods applied include socialization, training, workshops, individual mentoring, and evaluation. The interventions cover the implementation of a basic bookkeeping system, the development of a written business plan based on the Business Model Canvas (BMC), and assistance in utilizing digital media for product promotion. The results indicate that the partner is now able to conduct financial recording in a more systematic manner, calculate the Cost of Goods Sold (COGS), and design a more structured business plan. In addition, the partner has begun to utilize social media platforms for product promotion, although further mentoring is required to ensure consistency and professionalism. Overall, this program provides tangible contributions to strengthening the managerial and marketing capacity of the partner while potentially generating broader socio-economic impacts, such as the creation of new job opportunities, the reinforcement of local supply chains, and the preservation of Samarinda's traditional culinary heritage. This program also offers novelty by integrating financial management strategies and digital marketing into real implementation at the micro-business level based on local products.*

**Keywords:** MSMEs, financial management, digital marketing, Business Model Canvas, community engagement

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala mendasar, khususnya dalam aspek manajemen keuangan dan strategi pemasaran digital. Permasalahan ini juga dialami oleh mitra pengabdian, yaitu UMKM Dodol Al Arabi di Kota Samarinda, yang selama ini mengelola usaha secara konvensional tanpa pencatatan keuangan yang sistematis, rencana bisnis tertulis, maupun strategi promosi berbasis digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha mitra melalui penguatan manajemen keuangan dan optimalisasi pemasaran digital. Metode kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, workshop,

pendampingan individual, dan evaluasi yang terintegrasi. Intervensi yang diberikan meliputi penerapan sistem pembukuan sederhana, penyusunan business plan berbasis *Business Model Canvas* (BMC), serta pendampingan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu melakukan pencatatan keuangan secara lebih sistematis, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), serta menyusun perencanaan usaha yang lebih terarah. Selain itu, mitra mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi produk, meskipun masih diperlukan pendampingan lanjutan agar lebih konsisten dan profesional. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas manajerial dan pemasaran mitra, sekaligus berpotensi memberikan dampak sosial ekonomi yang lebih luas, seperti terciptanya lapangan kerja baru, penguatan rantai pasok lokal, dan pelestarian kuliner tradisional Samarinda. Program ini juga memiliki nilai kebaruan karena mengintegrasikan strategi manajemen keuangan dan pemasaran digital dalam konteks implementasi nyata di tingkat usaha mikro berbasis produk lokal.

**Kata Kunci:** UMKM, manajemen keuangan, pemasaran digital, *Business Model Canvas*, pengabdian masyarakat

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, serta peningkatan Produk Domestik Bruto (Hapsari et al., 2024; Sofyan, 2017). Namun, permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM umumnya berkaitan dengan aspek manajemen keuangan dan strategi pemasaran, sehingga membatasi daya saing mereka di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif (Indriyani & Astuti, 2024). Kondisi ini juga dialami oleh UMKM Dodol Al Arabi di Kota Samarinda, yang memiliki potensi produk khas berbasis kearifan lokal tetapi belum mampu berkembang secara optimal.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara, ditemukan bahwa kelemahan utama terletak pada aspek manajemen usaha. Dodol Al Arabi belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang sistematis, sehingga transaksi usaha masih dilakukan secara konvensional tanpa pencatatan arus kas, laporan penjualan, maupun perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Situasi ini membuat pelaku usaha kesulitan mengukur kinerja bisnis dan menyusun strategi pengembangan yang tepat. Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang ditujukan untuk meningkatkan manajemen keuangan UMKM menemukan bahwa banyak pelaku kesulitan dalam menghitung HPP dan laporan laba rugi, sehingga pendampingan dibutuhkan (Danira Irin Wijayanti et al., 2025). Selain itu, ketiadaan rencana usaha tertulis, visi, dan misi yang jelas membuat arah pertumbuhan usaha lebih bersifat insidental daripada berbasis riset pasar yang berkelanjutan.

Dari sisi pemasaran, permasalahan yang muncul adalah minimnya strategi promosi serta keterbatasan pemanfaatan media digital. Produk Dodol Al Arabi masih dipasarkan secara tradisional melalui pasar lokal, dengan kemasan yang belum profesional dan kurang menarik. Padahal, identitas produk seperti logo, warna khas, dan desain kemasan merupakan aspek

penting dalam membangun brand awareness (Ardhanari & Nugrohadi, 2022; Syaputra et al., 2023). Selain itu, pemanfaatan media sosial dan marketplace belum optimal padahal digital marketing terbukti efektif memperluas jangkauan dan meningkatkan kinerja bisnis (Rostina et al., 2021; Yuniar et al., 2024).

UMKM Dodol Al Arabi merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang berlokasi di Kota Samarinda. Usaha ini bergerak di bidang penjualan makanan tradisional berupa dodol, yang merupakan olahan khas berbahan dasar ketan, gula merah, dan santan. Produk dodol yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan potensial untuk dikembangkan sebagai oleh-oleh. Saat ini, proses produksi masih dilakukan secara sederhana dengan peralatan tradisional dan tenaga kerja terbatas yang berasal dari lingkungan sekitar. Distribusi produk sebagian besar dilakukan melalui pasar tradisional dan pesanan langsung konsumen. Namun, keterbatasan pada aspek manajemen keuangan, pengemasan, dan promosi menyebabkan produk ini belum mampu menembus pasar yang lebih luas. Dengan potensi bahan baku lokal yang melimpah serta dukungan pasar yang terbuka, usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang apabila diberikan intervensi yang tepat melalui pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran digital.

Permasalahan tersebut menegaskan adanya *research gap* dalam konteks penguatan kapasitas UMKM berbasis produk lokal. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya digitalisasi dan pembukuan keuangan bagi keberlanjutan UMKM (Pratama & Hidayat, 2021; Sari, 2022), namun implementasi nyata di tingkat usaha mikro masih menghadapi tantangan besar (Khoirin et al., 2025; Simorangkir, 2024). Oleh karena itu, program pengabdian ini memiliki signifikansi penting untuk meningkatkan daya saing Dodol Al Arabi melalui intervensi pada dua aspek vital, yaitu manajemen keuangan dan pemasaran digital. Program ini juga memperoleh dukungan hibah dari BIMA (Bantuan Inovasi Mitra Akademisi) Kemdiktisaintek, yang memungkinkan pelaksanaan kegiatan dapat berjalan secara lebih sistematis dan terarah.

Secara lebih luas, penguatan kapasitas diharapkan memberi manfaat sosial ekonomi luas. Program berbasis pemberdayaan kewirausahaan komunitas meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan, termasuk penciptaan lapangan kerja dan penguatan jejaring ekonomi lokal (Hasmawati et al., 2024). Selain itu, intervensi yang mengintegrasikan strategi manajemen keuangan dan pemasaran digital—seperti model ekosistem pasar digital telah terbukti meningkatkan visibilitas UMKM dan efisiensi operasional (Jaya et al., 2025). Ini selaras dengan temuan bahwa transformasi digital menjadi strategi kompetitif penting bagi UMKM lokal untuk memperkuat keberlanjutan produk tradisional dalam pasar yang kompetitif (Iskandar, 2025).

## **TAHAPAN DAN METODE KEGIATAN**

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada penguatan kapasitas mitra dalam aspek manajemen usaha, khususnya pencatatan keuangan dan perencanaan bisnis. Metode yang digunakan berupa sosialisasi, pelatihan, pendampingan individual, workshop interaktif, serta evaluasi berkelanjutan untuk memastikan transfer pengetahuan dapat diimplementasikan secara nyata dalam aktivitas usaha sehari-hari.

### **1. Penerapan Sistem Pencatatan Keuangan Dasar**

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang sistematis dan terstruktur, sehingga sulit bagi mereka untuk mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat dan membuat keputusan berbasis data. Untuk mengatasi hal tersebut, tahap awal kegiatan difokuskan pada pelatihan dan bimbingan teknis terkait pembukuan sederhana, yang mencakup pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas, pembelian bahan baku, serta penyusunan laporan keuangan berkala. Sistem pencatatan dirancang sedemikian rupa agar mudah diterapkan, menggunakan buku kas manual dan templat komputer berbasis Microsoft Excel, sehingga sesuai dengan kapasitas dan kemampuan operasional mitra.

Kegiatan ini dipandu secara langsung oleh Mega Norsita, S.E., M.Acc., Ak., CA., CSRS., CSRA, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman yang memiliki keahlian mendalam dalam bidang akuntansi dan pembukuan usaha, dan dilaksanakan pada 3 Agustus 2025. Pendampingan diberikan secara individual, sehingga setiap mitra memperoleh perhatian khusus untuk memastikan kemampuan pencatatan diterapkan secara konsisten dan tepat.

Dengan implementasi pembukuan berkala ini, mitra diharapkan mampu memantau posisi keuangan usaha secara real-time, menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) secara akurat, serta menyusun strategi pengembangan usaha berbasis data aktual. Selain itu, kegiatan ini juga membekali mitra dengan keterampilan dasar pengelolaan keuangan yang dapat menjadi fondasi untuk pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan dan profesional.

## **2. Penyusunan Perencanaan Usaha melalui Business Model Canvas (BMC)**

Tahapan kedua difokuskan pada penguatan aspek perencanaan usaha. Mitra dilatih untuk menyusun business plan tertulis yang memuat visi, misi, tujuan jangka pendek dan jangka panjang, serta strategi pengembangan usaha. Proses ini didukung dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC), yang menekankan pada sembilan elemen penting, antara lain: segmen pelanggan, proposisi nilai produk, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya kunci, aktivitas utama, mitra kunci, struktur biaya, dan aliran pendapatan.

Pada kegiatan ini kami mengundang bapak Muhammad Rinaldi, S.E., M.Ak., AWP., CAP., CTT., CSRS., CERA., CBV, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman yang memiliki kompetensi luas dalam bidang perencanaan bisnis dan manajemen usaha, dan dilaksanakan pada 3 Agustus 2025.

Metode yang digunakan berupa workshop partisipatif, di mana mitra didorong untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan usahanya secara sistematis. Melalui rencana usaha tertulis ini, mitra diharapkan mampu menjalankan bisnis secara lebih strategis dan profesional, sekaligus membuka peluang untuk mengakses sumber pembiayaan maupun menjalin kemitraan di masa mendatang.

## **3. Pendampingan Penyusunan dan Evaluasi**

Selain pelatihan, kegiatan ini juga dilengkapi dengan pendampingan intensif dalam penerapan pencatatan keuangan maupun penyusunan rencana usaha. Tim pengabdian mendampingi mitra secara langsung dalam mengisi buku kas, membuat laporan keuangan, serta menyusun dokumen business plan berbasis BMC.

Selanjutnya dilakukan evaluasi berkala untuk menilai tingkat keberhasilan penerapan pencatatan keuangan dan konsistensi dalam menyusun serta menjalankan rencana usaha. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, telaah dokumen, serta observasi langsung terhadap praktik pencatatan dan implementasi strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi kemudian dijadikan dasar untuk memberikan umpan balik (feedback) dan rekomendasi perbaikan yang berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan wujud nyata kontribusi akademisi dalam mendukung penguatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis produk lokal di Kota Samarinda. UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah, tidak hanya sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai sarana pelestarian produk kuliner tradisional yang memiliki nilai budaya dan ekonomi. Namun, berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, seperti keterbatasan dalam manajemen keuangan, perencanaan bisnis, serta pemanfaatan teknologi digital, menuntut adanya intervensi yang terarah dari kalangan akademisi. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk memberikan pendampingan manajerial dan pemasaran digital bagi mitra usaha Dodol Al Arabi sebagai salah satu representasi UMKM berbasis produk lokal di Samarinda.

### **1. Hasil Penerapan Sistem Pencatatan Keuangan**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra, yaitu UMKM Dodol Al Arabi, mulai mampu melakukan pencatatan transaksi keuangan secara sederhana menggunakan buku kas manual dan templat Microsoft Excel. Sebelumnya, seluruh aktivitas keuangan hanya dilakukan secara konvensional tanpa dokumentasi tertulis. Setelah pendampingan, mitra telah berhasil menyusun laporan arus kas harian, laporan penjualan, serta pencatatan pembelian bahan baku.

Kemajuan ini berdampak positif pada pemahaman mitra terhadap posisi keuangan usaha, khususnya dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Dengan adanya informasi keuangan yang lebih terstruktur, mitra dapat mengambil keputusan bisnis berdasarkan data, seperti menentukan harga jual, mengevaluasi biaya produksi, dan merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Sistem Pencatatan Keuangan

## 2. Hasil Penyusunan Business Plan dan Business Model Canvas (BMC)

Selain pembukuan, intervensi juga difokuskan pada penyusunan rencana usaha tertulis. Melalui workshop dan sesi pendampingan, mitra berhasil merumuskan visi, misi, serta tujuan usaha jangka pendek dan jangka panjang. Dokumen perencanaan bisnis ini dilengkapi dengan Business Model Canvas (BMC) yang mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hingga struktur biaya dan aliran pendapatan.



Gambar 2. Penyusunan Business Plan dan Business Model Canvas (BMC)

Penyusunan dokumen tersebut memberikan pemahaman baru bagi mitra tentang pentingnya strategi bisnis yang terarah. Sebagai contoh, mitra mulai menyadari potensi pasar digital dan pentingnya inovasi kemasan untuk menarik konsumen muda. Dengan adanya business plan, mitra memiliki acuan

strategis untuk mengembangkan usaha secara profesional sekaligus membuka peluang akses pembiayaan maupun kerja sama dengan pihak eksternal.

### **3. Hasil Pendampingan dan Evaluasi**

Proses pendampingan yang dilakukan secara intensif memperlihatkan adanya peningkatan keterampilan manajerial dan kesadaran administratif pada mitra. Evaluasi berkala menunjukkan bahwa mitra semakin konsisten dalam melakukan pencatatan keuangan dan mulai mempraktikkan strategi pemasaran digital sederhana melalui media sosial.

Tim pengabdian mendampingi mitra secara langsung dalam mengisi buku kas, membuat laporan keuangan, serta menyusun dokumen business plan berbasis Business Model Canvas (BMC). Kegiatan ini dipimpin oleh Indra Maulana, S.T., M.Ec.Dev, dosen FEB Universitas Mulawarman selaku ketua kegiatan PKM, bersama Dedy Rahmatullah, S.E., M.Sc., serta Mega Norsita, S.E., M.Acc., Ak., CA., CSRS., CSRA, dibantu dua orang mahasiswa, yaitu Siti Monashafa dan Atiqah Daffaa'.

Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan penerapan pencatatan keuangan dan konsistensi dalam menyusun serta menjalankan rencana usaha. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, telaah dokumen, serta observasi langsung terhadap praktik pencatatan dan implementasi strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi kemudian dijadikan dasar untuk memberikan umpan balik (feedback) dan rekomendasi perbaikan yang berkelanjutan, sehingga mitra dapat meningkatkan kualitas pengelolaan usaha dan pengambilan keputusan berbasis data.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan literasi digital dalam mengelola konten promosi, serta kebutuhan untuk meningkatkan kualitas kemasan agar lebih kompetitif. Oleh karena itu, rekomendasi perbaikan diarahkan pada peningkatan keterampilan digital marketing dan desain produk yang lebih profesional.

### **4. Pembahasan**

Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menegaskan bahwa digitalisasi dan manajemen keuangan merupakan faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Digitalisasi diyakini mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing produk lokal, terutama di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Santoso et al., 2025). Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang baik menjadi fondasi utama bagi UMKM untuk melakukan perhitungan biaya produksi, menentukan harga jual yang kompetitif, dan menyusun strategi pengembangan usaha berbasis data (Agustini & Suwena, 2024). Lebih jauh, integrasi digitalisasi keuangan juga meningkatkan transparansi usaha dan memudahkan UMKM untuk mengakses layanan keuangan formal, meskipun dalam praktiknya masih dihadapkan pada keterbatasan literasi digital dan infrastruktur (Afrizal & Megananda, 2025).

Namun, kontribusi kegiatan pengabdian ini terletak pada aspek implementasi nyata di tingkat usaha mikro, yang sering kali masih menghadapi hambatan lebih kompleks dibandingkan UMKM skala kecil maupun menengah. Usaha mikro, seperti mitra Dodol Al Arabi, umumnya memiliki sumber daya terbatas, baik dari sisi modal, literasi keuangan, maupun kapasitas penguasaan teknologi. Kondisi tersebut diperkuat oleh temuan penelitian yang menekankan bahwa rendahnya literasi digital dan literasi keuangan masih menjadi

penghalang utama bagi keberlanjutan UMKM skala mikro (Maulana & Suyono, 2023). Oleh karena itu, program pengabdian ini memiliki signifikansi dalam memberikan pendampingan langsung, mulai dari pencatatan keuangan sederhana hingga penyusunan model bisnis berbasis Business Model Canvas (BMC), yang sebelumnya jarang disentuh oleh penelitian berbasis teori semata. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat literatur yang ada, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa model implementasi yang dapat direplikasi pada UMKM berbasis produk lokal lainnya.

## **PENUTUP**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui dukungan BIMA Kemdiktisaintek ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM Dodol Al Arabi di Kota Samarinda. Intervensi yang dilakukan, meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana, penyusunan dokumen perencanaan usaha berbasis Business Model Canvas (BMC), serta pendampingan dan evaluasi, telah membantu mitra memahami pentingnya manajemen keuangan yang sistematis dan strategi pemasaran digital dalam mengembangkan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan manajerial, kesadaran administratif, serta kesadaran akan pentingnya inovasi kemasan dan pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas pasar. Dengan demikian, kegiatan ini mendukung penguatan daya saing UMKM berbasis produk lokal, sekaligus memberikan kontribusi sosial ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan capaian tersebut, beberapa rekomendasi diajukan untuk pengembangan kegiatan serupa pada masa mendatang. Pertama, diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih intensif dalam pemanfaatan *digital marketing* dan *marketplace online* agar produk UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, terutama generasi muda. Kedua, penguatan kerja sama dengan lembaga keuangan dan pemerintah daerah sangat penting untuk membuka akses pembiayaan serta memperkuat rantai pasok lokal. Ketiga, replikasi program serupa dapat diperluas kepada UMKM lain di Samarinda maupun wilayah sekitarnya yang memiliki potensi produk lokal khas. Dengan langkah-langkah tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak berkelanjutan dalam mendorong transformasi digital dan peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi modern.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **BIMA (Bantuan Inovasi Mitra Akademisi) Kemdiktisaintek** atas dukungan pendanaannya, yang telah memungkinkan rangkaian kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara terstruktur dan berkesinambungan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, workshop, pendampingan, hingga evaluasi. Dukungan ini memberikan keleluasaan bagi tim pengabdian untuk merancang intervensi yang tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan nyata mitra, serta memastikan keberlanjutan penerapan hasil kegiatan di lapangan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afrizal, S. H., & Megananda, T. B. (2025). Digital Transformation: Enhancing Msme Sustainability Through Financial Digitalization. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(2), 2914–2923.  
<https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Agustini, R., & Suwena, K. R. (2024). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Digitalisasi Bisnis, dan Entrepreneurial Marketing Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Buleleng. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 145–157.  
<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i1.82021>
- Ardhanari, M., & Nugrohadi, G. E. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada Umkm Produk Khas Olahan Hasil Laut Di Kelurahan Sukolilo Baru – Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31415>
- Danira Irin Wijayanti, Rr. Suci Palasari, & Fahrul Ulum. (2025). Optimalisasi Manajemen Keuangan UMKM: Pendampingan Perhitungan HPP dan Laporan Laba Rugi pada Binaan BAZNAS. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2540–2548.  
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2035>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62.
- Hasmawati, W., Jumriani, uhammad I., & Chikah Arfah, J. (2024). The Effect of Community-Based Entrepreneurship Development Programs on Improving the Economic Welfare of Communities in Rural Areas. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 10–23.
- Indriyani, V. I., & Astuti, T. D. (2024). Optimalisasi Pencatatan Keuangan Sederhana dan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Laundry. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 243–250.  
<https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v2i2.309>
- Iskandar, I. (2025). Peran Strategis Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Tekstil Indonesia. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(4), 498–506.  
<https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.2089>
- Jaya, F., Siswanto, R., Nisa, A., & Wulandari, T. (2025). *Capacity Building for MSMEs Through the Digital Market Ecosystem Strategy of the Mulyasari Social Forestry Business Group Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Market Ecosystem Strategy Kelompok Usaha Perhutanan Sosial Mulyasari*. 9(3), 923–933.
- Khoirin, A., Mustofa, A., Setyawan, B., Yusna, & Mahbubah, I. (2025). Studi Literatur: Tantangan dan Solusi Implementasi Sistem Akuntansi pada. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4323–4329.
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10856>
- Rostina, Hartini, & Devilla, R. (2021). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan

- Inovasi Produk. *Jurnal Ilmiah Pena*, 15(02), 43–47.
- Santoso, G., Rasenda, R., Rizal. Moch, Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 21–30. <https://ejournal.utmj.ac.id/jubisdigi/about>
- Simorangkir, R. T. M. C. (2024). PKM Digitalisasi Pembukuan UMKM Dengan Aplikasi Akuntansiku di Kelurahan Srengseng. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 2(3), 125–132. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v2i3.607>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59.
- Syaputra, E. A., Amir, S., Syamsuddin, F., Paninggalih, R., & Rossalina, N. (2023). Strategi Desain Produk Packaging Untuk Mendukung Pemasaran Produk Umkm Kota Pontianak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 129–138. <https://doi.org/10.35718/pikat.v4i2.1076>
- Yuniar, S. A., Berry, Y., Khatimah, H., & ... (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Bagi UMKM Melalui Marketplace Di Desa Sumbereja. *ADM: Jurnal Abdi Dosen ...*, 25–36. <https://ejournal.lapad.id/index.php/adm/article/view/508%0Ahttps://ejournal.lapad.id/index.php/adm/article/download/508/360>