

## PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PENDAMPINGAN KEUANGAN DAN PENGELOLAAN USAHA PADA UMKM HIMPUN

Afni Eliana Saragih<sup>1)</sup>, Ratnawati<sup>2)</sup>, Filbert Ivander<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup>Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia

<sup>3)</sup>Program Studi Sistem dan Teknologi Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia,  
email:afni.eliana@itbss.ac.id

### Abstract

*Small and Medium Enterprises (SMEs) continue to encounter numerous challenges across the board. HIMPUN, as a target partner, also faces various obstacles in running its business. The obstacles faced by HIMPUN are limited business management and financial recording. This community service activity aims to improve the ability of HIMPUN in managing their businesses and finances. The implementation method involves the provision of materials by the team, discussions, practices, and direct mentoring to SMEs. The materials provided include, introduction to financial reports for business capital financing; optimizing google business; optimizing whatsapp business; optimizing facebook and instagram ads; using AI to create content; and financial applications for SMEs. The technology transferred to partners is a financial application called "UANGKU UMKM". The output of this initial community service is an increase in the level of partner empowerment in terms of management and the use of financial technology.*

*Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises (SMEs); Financial Mentoring; Financial Application; Business Management; Sales Growth*

### Abstrak

UMKM masih menghadapi berbagai rintangan dalam berbagai bidang. Himpunan Pendamping dan Pengusaha Mikro Kecil Menengah Nusantara (HIMPUN) sebagai mitra sasaran juga menghadapi berbagai rintangan dalam menjalankan usahanya. Rintangan yang dihadapi UMKM HIMPUN berupa keterbatasan pengelolaan usaha dan pencatatan keuangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM HIMPUN dalam mengelola usaha dan keuangan. Metode pelaksanaan yang dilakukan berupa pemberian materi oleh tim, diskusi, praktik, dan pendampingan langsung kepada UMKM. Materi yang diberikan diantaranya, pengantar laporan keuangan untuk pembiayaan modal usaha; optimasi google bisnis; optimasi whatsapp bisnis; optimasi facebook dan instagram ads; penggunaan AI untuk membuat konten; dan aplikasi keuangan bagi UMKM. Ipteks yang ditransfer kepada mitra berupa Aplikasi Keuangan yang diberi nama "UANGKU UMKM". Luaran pengabdian masyarakat pemula ini adalah terjadinya peningkatan level keberdayaan mitra dalam aspek manajemen dan penggunaan teknologi keuangan.

**Kata Kunci:** UMKM, Pendampingan Keuangan, Aplikasi Keuangan, Pengelolaan Usaha, Peningkatan Penjualan

### PENDAHULUAN

Kubu Raya merupakan salah satu wilayah di Kalimantan Barat yang memiliki potensi untuk pengembangan usaha kuliner. Sebagian besar usaha kuliner tersebut dilakukan oleh kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jumlah UMKM di

Indonesia per tahun 2022 berjumlah sekitar 64,2 juta dengan tingkat persentase 99,99% dari seluruh pelaku usaha di Indonesia (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2024).

UMKM di Kalimantan Barat berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM

Provinsi Kalimantan Barat juga mengalami peningkatan. Jumlah pelaku UMKM Kalimantan Barat per Desember tahun 2023 sekitar 225.713 unit usaha yang terbagi dari jumlah usaha mikro sebanyak 193.772 unit usaha dengan proporsi 85,58%, usaha kecil sebanyak 28.822 unit usaha dengan proporsi 12,77%, dan usaha menengah sebanyak 3.119 unit usaha dengan proporsi 1,38%. Jumlah tersebut tersebar di beberapa daerah di Kalimantan Barat. Jumlah pelaku UMKM tertinggi terdapat di Kota Pontianak yaitu berjumlah 43.247 unit usaha. Jumlah pelaku UMKM yang terendah berada di Kabupaten Melawi sejumlah 4.569 unit usaha. UMKM di Kabupaten Kubu raya berada di antaranya dengan jumlah 12.537 unit usaha (Dinas Koperasi UKM Kalimantan Barat, 2024). Kegiatan usaha dari parapelaku UMKM tersebut yang mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi Kalimantan Barat terutama pelaku UMKM di Kabupaten Kubu Raya (Kandis et al., 2024).

Berdasarkan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, kriteria UMKM digolongkan sebagai berikut. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal Rp.50.000.000, dan jumlah penjualan maksimal Rp.300.000.000. Usaha Kecil jika jumlah aset diantara Rp.50.000.000 sampai Rp.500.000.000, dan jumlah penjualan Rp.300.000.000, sampai Rp.2.500.000.000. Usaha Menengah dengan jumlah aset lebih dari Rp. 500.000.000, sampai Rp.10.000.000.000, dan jumlah penjualan sampai Rp.50.000.000.000.

Pemberdayaan UMKM diharapkan dapat mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan; menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; serta meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Namun, dalam perjalanannya, UMKM ini masih menghadapi berbagai

Afni Eliana Saragih, Ratnawati, Filbert Ivander rintangan. Himpunan Pendamping dan Pengusaha Mikro Kecil Menengah Nusantara (HIMPUN) sebagai mitra sasaran juga menghadapi berbagai rintangan dalam menjalankan usahanya. Rintangan yang dihadapi UMKM HIMPUN berupa keterbatasan pengelolaan usaha dan pencatatan keuangan. Rintangan utama dalam pengelolaan usaha adalah kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan branding (Meutianingrum et al., 2023). Hal ini menyebabkan UMKM HIMPUN kesulitan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Mitra masih mengandalkan penjualan tradisional dari mulut ke mulut atau melalui warung kecil. UMKM belum memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk mempromosikan produknya. Hal ini membatasi jangkauan pasar bagi UMKM dan menghambat peluang untuk berkembang (Awaluddin et al., 2022). Selain itu UMKM menghadapi keterbatasan akses terhadap teknologi dan informasi. Banyak UMKM HIMPUN yang belum memiliki website atau toko online, sehingga mereka kesulitan untuk memasarkan produk mereka secara online. Selain itu, mereka juga kesulitan untuk mengikuti perkembangan tren dan teknologi terbaru dalam industri yang unggul (Jalius et al., 2023). Rintangan lainnya bagi UMKM HIMPUN adalah kurangnya kemampuan mengelola keuangan. Banyak anggota HIMPUN yang belum memiliki pencatatan keuangan yang baik, sehingga mereka kesulitan untuk menghitung keuntungan dan kerugian. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka (Putra A. et al., 2023).

Kegiatan pendampingan UMKM ini hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM HIMPUN dalam mengelola usaha. Ide pendampingan ini muncul berdasarkan observasi yang telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya pada bulan Oktober 2023. Dari kegiatan pengabdian tersebut Prodi Kewirausahaan bekerja sama dengan mitra sasaran dari komunitas lokal yang diberi nama Himpunan Pendamping dan Pengusaha Mikro Kecil Menengah Nusantara

(HIMPUN) untuk memberikan pelatihan dan edukasi kepada UMKM tentang strategi pemasaran dan branding, pemanfaatan teknologi dan informasi, serta pengelolaan keuangan. Dengan demikian penting untuk melanjutkan kegiatan pendampingan tersebut secara rutin kepada UMKM yang tergabung dalam komunitas HIMPUN.

Dosen dan trainer profesional memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran dan branding, serta pengelolaan keuangan. Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan UMKM di Pontianak dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini selaras dengan program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) yang mendorong mahasiswa untuk belajar di luar kampus. Dalam kegiatan ini, mahasiswa akan terjun langsung membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan dan pengelolaan usaha. Kegiatan ini juga sejalan dengan IKU 2 dan IKU 7 yaitu mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus dan kelas yang kolaboratif dan partisipatif. Pengalaman belajar yang berharga akan diperoleh mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang mereka dapatkan di bangku kuliah. Kegiatan pendampingan UMKM ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan dan pengelolaan usaha, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan 2 tujuan SDG yang ingin dicapai yaitu berkurangnya kesenjangan dan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

## METODE

Metode yang digunakan selama kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain, memberikan materi, melakukan diskusi, praktik dan melakukan pendampingan langsung terhadap peserta yang hadir. Peserta kegiatan adalah anggota kelompok HIMPUN yang berjumlah 30 orang dengan beragam jenis usaha seperti makanan, minuman, jajanan, catering, dan usaha lainnya. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibagi dalam 5 (lima) tahapan sebagai berikut:

### 1) Tahapan Sosialisasi

Program ini dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha. Dimulai dengan sosialisasi untuk meningkatkan awareness dari peserta. Tim mengadakan pertemuan dengan perwakilan UMKM HIMPUN untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan alur kegiatan program secara detail. Materi sosialisasi dikemas dengan menarik dan mudah dipahami, menggunakan bahasa yang sederhana dan contoh - contoh yang relevan dengan keseharian UMKM. Tim membuka sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman mitra terhadap program. Informasi mengenai pelatihan disebarkan melalui brosur, poster, dan infografis yang informatif dan menarik untuk didistribusikan kepada UMKM yang dipublikasikan di media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

### 2) Tahapan Pelatihan

Program ini kemudian berlanjut ke tahap pelatihan intensif mengenai strategi digital dan pemanfaatan teknologi. Pelatihan tersebut berupa pelatihan dan workshop yang diadakan untuk memberikan edukasi yang lebih mendalam tentang digitalisasi dan pengembangan usaha. Narasumber yang kompeten dan berpengalaman di bidang UMKM turut diundang untuk berbagi pengetahuan dan tips praktis. Peserta yang hadir mendapatkan modul pelatihan dan materi pendampingan. Pelatihan strategi digital membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan untuk mengoptimalkan media sosial, membuat konten yang menarik, serta mengikuti tren industri makanan dan jajanan. Materi pelatihan akan dibagi dalam beberapa sesi yang fokus pada materi - materi berupa mengembangkan toko online dengan platform populer, optimasi media sosial untuk menjangkau pelanggan secara efektif, pembuatan konten yang menarik dan informatif. Materi tersebut akan dikaitkan dengan tren terbaru dalam industri makanan dan jajanan, seperti penggunaan chatbot untuk layanan pelanggan, dan penerapan aplikasi keuangan.

### 3) Penerapan Teknologi

Sementara itu, pelatihan pemanfaatan

ditunjukkan dengan pembagian peran dan tugas masing - masing.

teknologi akan fokus pada pencarian informasi di internet, penggunaan aplikasi keuangan, dan pendaftaran di marketplace online. Materi yang akan diberikan antara lain mengenai pencarian informasi di internet tentang produk, pasar, dan teknologi terbaru, dengan menggunakan search engine seperti Google dan Bing, platform e - commerce untuk mempelajari tren pasar, dan aplikasi keuangan untuk pencatatan keuangan yang rapi dan akurat. Peserta dilatih menggunakan aplikasi keuangan untuk membantu UMKM dalam mengelola keuangan dengan lebih baik, dengan fokus pada fitur - fitur yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

#### 4) Pendampingan dan Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk memastikan keberhasilan program. Hasil evaluasi akan digunakan untuk menyempurnakan program di masa depan. Evaluasi dilakukan di akhir setiap kegiatan pelatihan dengan menggunakan post-test untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan UMKM serta menilai kepuasan mitra atas pelatihan yang diberikan. Observasi dan dokumentasi kegiatan juga dilakukan di setiap tahap kegiatan. Kemudian tim dapat memperoleh hasil evaluasi digunakan untuk menyempurnakan program dan memastikan keberlanjutannya.

#### 5) Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program dibentuk komunitas UMKM untuk saling berbagi informasi dan pengalaman untuk komunikasi dan kolaborasi di mana trainer juga turut didalamnya. Melalui program ini, tim mengharapkan UMKM dapat memanfaatkan teknologi dan informasi secara optimal untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka. Selanjutnya direncanakan untuk terus melakukan pengabdian secara berkala dengan materi yang dibutuhkan UMKM.

Partisipasi aktif dari mitra seperti kehadiran di setiap sesi, antusiasme bertanya, berdiskusi dan tim yang solid, serta metode pelaksanaan yang terstruktur dan partisipatif, sangat diharapkan dan akan menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan program ini, yaitu meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM. Hal tersebut dapat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diberikan kepada mitra melalui pelatihan bagi UMKM tentang strategi digital dan pemanfaatan teknologi. Selama pelatihan, UMKM dilatih dan didampingi oleh tim mengelola media sosial, memanfaatkan aplikasi keuangan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Pelaksanaan pengabdian dibagi ke dalam 2 (dua) kali pertemuan. Pertemuan pertama melatih mitra sasaran terkait optimasi google bisnis; optimasi whatsapp bisnis; optimasi facebook dan instagram ads, dan penggunaan AI untuk membuat konten. Setelah pelatihan ini UMKM memperoleh peningkatan pengetahuan terhadap optimasi media sosial.

Tim memberikan pelatihan untuk membuat konten yang menarik dan informatif, seperti membuat foto dan video produk yang menarik, menggunakan promosi dan iklan di media sosial, menggunakan bantuan AI dalam membuat konten demi peningkatan penjualan. Materi yang diberikan pada pertemuan ini diantaranya

1. Optimasi Google Bisnisku (Agusmawati et al., 2022):
  - a. Modul ini memberikan panduan lengkap tentang cara membuat dan mengoptimalkan profil bisnis di Google Bisnisku.
  - b. Peserta diajarkan cara mengisi informasi bisnis secara lengkap, mengelola ulasan pelanggan, dan memanfaatkan fitur-fitur lain yang tersedia di Google Bisnisku.
  - c. Modul ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas bisnis di hasil pencarian Google dan menarik lebih banyak pelanggan.
2. Optimasi WhatsApp Bisnis (Tri Romadloni et al., 2023):
  - a. Modul ini membahas cara memanfaatkan WhatsApp Bisnis sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif.
  - b. Peserta diajarkan cara membuat katalog produk, mengirim pesan otomatis, dan melacak kinerja pesan.

- c. Modul ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan penjualan melalui WhatsApp.
3. Optimasi Facebook Ads (Barokah et al., 2021) dan Instagram (Widodo et al., 2021):
    - a. Modul ini memberikan pengetahuan tentang cara membuat iklan yang efektif di Facebook dan Instagram
    - b. Peserta diajarkan cara menargetkan audiens yang tepat, membuat desain iklan yang menarik, dan mengukur kinerja iklan.
    - c. Modul ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mempromosikan produk atau jasa mereka secara lebih luas.
  4. Penggunaan AI untuk Membuat Konten (Haleem et al., 2022):
    - a. Modul ini memperkenalkan erbagai alat kecerdasan buatan yang dapat digunakan untuk membuat konten seperti tulisan, gambar, dan video.
    - b. Peserta diberikan praktik langsung dalam menggunakan alat AI untuk membuat konten promosi yang menarik dan unik.
    - c. Modul ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan kreativitas dalam membuat konten pemasaran.
- dahulu dijelaskan manfaat penggunaan aplikasi keuangan dalam bisnis. Aplikasi Keuangan yang diberikan memiliki fitur - fitur seperti pencatatan keuangan yang rapi dan akurat, pembuatan laporan keuangan yang mudah dipahami, manajemen stok dan inventori, analisis keuangan untuk membantu UMKM dalam membuat keputusan bisnis yang tepat. Pertemuan ini membahas materi seperti berikut.
1. Pengantar Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM (Ningtyas, 2017):
    - a. Materi ini memberikan pemahaman dasar tentang laporan keuangan
    - b. Materi yang disampaikan meliputi jenis - jenis laporan keuangan yang meliputi laporan posisi keuangan akhir periode, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan.
    - c. Peserta dilatih untuk membuat laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan bisnis.
  2. Penggunaan Aplikasi Keuangan (Asyik et al., 2022):
    - a. Materi ini memperkenalkan berbagai aplikasi keuangan yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi, mengelola anggaran, dan menghasilkan laporan keuangan secara otomatis.
    - b. Peserta diberikan penjelasan akan manfaat menggunakan aplikasi keuangan
    - c. Modul ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengelola keuangan secara lebih terorganisir dan akurat.
  3. Aplikasi Keuangan bagi UMKM: “UANGKU UMKM”
    - a. Modul ini memberikan gambaran umum tentang aplikasi keuangan yang khusus dirancang untuk UMKM.
    - b. Peserta diajarkan cara memilih aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.
    - c. Modul ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam menemukan solusi keuangan yang komprehensif.

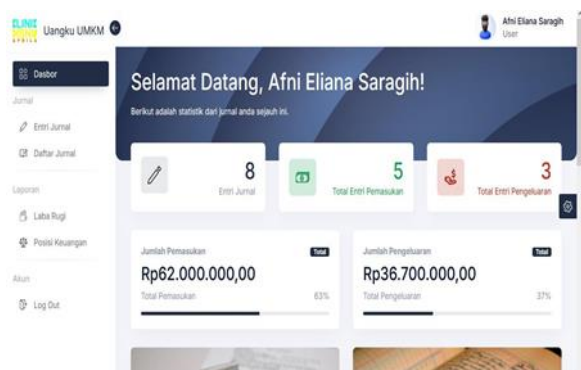


**Gambar 1: Foto Pertemuan 1**

Pada pertemuan kedua UMKM memperoleh akses teknologi berupa Aplikasi Keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran UMKM. Terlebih

Aplikasi keuangan “UANGKU UMKM” merupakan aplikasi yang khusus

didesain bagi UMKM dan merupakan teknologi yang dihasilkan dari pengabdian masyarakat ini lalu diberikan kepada mitra. Pencatatan keuangan menggunakan aplikasi memiliki keunggulan dibandingkan mencatat secara manual. Pertama, pencatatan transaksi lebih mudah dan cepat.



**Gambar 2: Tampilan Aplikasi Keuangan UANGKU UMKM**

Aplikasi keuangan dapat mengelompokkan pengeluaran dan pemasukan ke dalam kategori sehingga lebih mudah melacak semua uang keluar maupun uang masuk secara detail. Kedua, data yang ditampilkan dalam aplikasi keuangan memungkinkan pelaku usaha melakukan analisis keuangan yang lebih baik. Ketiga, aplikasi keuangan dapat membantu mengelola anggaran usaha. Keempat, data keuangan dapat diakses kapan dan di mana saja dan memiliki fitur keamanan yang kuat untuk melindungi data pribadi dan keuangan (Fitriani, 2021)

Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, tim membagikan kuesioner melalui Google Form untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan. Sebelum kegiatan dilakukan survei dan ditemukan bahwa belum ada UMKM HIMPUN yang menggunakan aplikasi keuangan untuk mencatat transaksi usahanya. Namun setelah melaksanakan pendampingan dan mengumpulkan hasil kuesioner, mitra menyatakan memperoleh beberapa manfaat berikut:

1. Mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip dasar keuangan, pengelolaan keuangan, dan manajemen usaha.

2. Membantu dalam hal mencatat transaksi, membuat laporan keuangan sederhana, dan menganalisis kinerja keuangan usaha.
3. Memberikan solusi dan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengelola persediaan, dan meningkatkan produktivitas usaha.
4. Menumbuhkan kesadaran pentingnya akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan dan bisnis, serta meminimalisir risiko penyalahgunaan dana.
5. Membantu pelaku usaha dalam mengakses sumber daya dan peluang pengembangan usaha. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan usaha, peningkatan efisiensi biaya, serta pengambilan keputusan yang lebih baik.



**Foto 3: Foto Pertemuan Kedua**



**Gambar 4: Foto Pertemuan 2**

Optimasi penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM penting untuk terus ditingkatkan mengingat pengguna media sosial di Indonesia juga terus meningkat (Mastuti et al., 2023). Implementasi IPTEKS yang tepat sasaran akan membantu UMKM dalam meningkatkan kemampuan dan daya saing usahanya. Dengan website dan toko online yang menarik, aplikasi keuangan yang efektif, pemanfaatan media sosial yang optimal, dan akses internet yang murah dan stabil, UMKM dapat menjangkau pelanggan

secara luas, meningkatkan brand awareness, dan meningkatkan penjualan (K & Ayu, 2023).

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM melalui pendampingan keuangan dan pengelolaan usaha telah berhasil dilaksanakan. Melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran secara digital. Pelaku UMKM kini lebih mampu mencatat transaksi, membuat laporan keuangan sederhana, dan menganalisis kinerja keuangan usahanya. Pelaku UMKM juga memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara memanfaatkan platform digital seperti Google Bisnisku, WhatsApp Bisnis, Facebook, dan Instagram untuk memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan. Untuk meningkatkan keberlanjutan program dan dampak yang lebih besar bagi UMKM, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan berupa pendampingan yang berkelanjutan, pengembangan materi pelatihan, pemanfaatan teknologi lainnya maupun melakukan kemitraan dengan berbagai pihak

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian masyarakat pemula, mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) atas dukungan dan pendanaan yang telah diberikan. Berkat bantuannya, program pengabdian masyarakat pemula ini dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### DAFTAR PUSTAKA

Agusmawati, N. K., Sa'aadah, M., & Rahmawati, N. D. I. (2022). Optimasi Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran UKM Tahu di Desa Brani Kulon. *Prosiding Seminar Nasional Hi-Tech (Humanity, Health, Technology)*, 1(1),

Article 1.  
<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/hitech/article/view/4400>

- Asyik, N. F., Patuh, M., Triyonowati, T., Respatia, W., & Nur Laily, N. L. (2022). Aplikasi Digital Pengelolaan Keuangan, Sarana Meningkatkan Penjualan UMKM Makanan Minuman di Kabupaten Gresik. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(3), 103–107. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i3.5265>
- Awaluddin, M., Qadri, U., & Zulianto, D. (2022). Peran Dinas Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perkembangan Pelaku Usaha Industri Kecil dan Menengah Setelah Pandemi Covid-19 di Kota Pontianak. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 8(2), 159 – 166. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v8i2.427>
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), Article1. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.7085>
- Dinas Koperasi UKM Kalimantan Barat. (2024, February 6). Laporan Perkembangan Koperasi UMKM 2023. <https://diskopukm.kalbarprov.go.id/data-dan-informasi/laporan-perkembangan-koperasi-umkm-2023/>
- Fitriani, Y. (2021). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Online Sebagai Media untuk Mengelola atau Memanajemen Keuangan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(2), 454. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2.432>
- Haleem, A., Javaid, M., Asim Qadri, M., Pratap Singh, R., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI)

- applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3, 119–132.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005>
- Indonesia, Pemerintah Pusat. (2008). UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Database Peraturan. JDIIH BPK.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Jalius, A. A., Qadrie, S. R. F. A., Lutfie, R. Z., Olifiani, L. P., & Eyta, E. (2023). Pengembangan Demokrasi Ekonomi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Pontianak. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), Article 2.
- K, K., & Ayu, F. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Penjualan Umkm Chio Snack Keripik Lumer di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 128–133.  
<https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i2.63>
- Kandis, M. P., Sriati, S., & Kurniawan, R. (2024). Community Empowerment of MSME Owners by the Office of Micro, Small and MSME Cooperatives in Palembang City. *Journal La Bisecoman*, 5(4), 554–567.  
<https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v5i4.1398>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik (last). (2024). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah—Kemenkopukm.go.id. KEMENKOPUKM.  
<https://kemenkopukm.go.id>
- Mastuti, D. N., T.D.K.W, Y., Rahayu, B. S., & Santosa, J. (2023). Implementasi Pemasaran Digital dan Aplikasi Akuntansi di Pusat Informasi Konseling Remaja Banjarsari. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 25–34.  
<https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1593>
- Afni Eliana Saragih, Ratnawati, Filbert Ivander Meutianingrum, F. J., Ahmadia, E., & Mahdi, I. (2023). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Buletin Al-Ribaath*, 20(1), 46.  
<https://doi.org/10.29406/br.v20i1.5227>
- Ningtyas, J. D. A. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan). *Owner Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 2(1), 11–17.
- Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Lumbangaol, A., Simara-mare, D., Peronica, J., ... & Hutauruk, F. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Di Era Digital Pada UMKM Keripik Singkong Berkah Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 75-79
- Purba, E., Saragih, L., Purba, D. S., & Tarigan, W. J. Pelatihan Manajemen Kewirausahaan “Tips Eksis Dan Bertahan Dalam Berbagai Situasi” Bagi Pengusaha UMKM di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdi*, 5(1), 19-24
- Purba, E., Damanik, D., Panjaitan, P. D., Tumanggor, B., Tambak, D. G. P., Damanik, P., ... & Wani, A. (2023). Sosialisasi Pengembangan UMKM di Nagori Silau Malaha Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(2), 102-109
- Putra A., R., Setiawan, A., Widyastuti, R. D., & Sari, W. (2023). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak. *Jurnal Akuntansi, Auditing dan Investasi*, 3(2), Article 2.
- Saragih, L., Tarigan, W. J., & Saragih, M. K. J. (2022). Pemanfaatan Digital Content Tiktok Dan Buku Kas



- Berbasis Android Bagi UMKM Anggota CU Hatirongga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2(2), 25-40
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., Arti, I. M., Asnur, P., Yulianti, F., Azifah, N., ... & Septiani, R. (2023). Pemanfaatan Lahan Pertanian, Sosialisasi Koperasi Syariah Dan Peningkatan Kualitas UMKM Di Lingkungan RW 02 Kelurahan Pabuaran Mekar, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(2), 96-101
- Tri Romadloni, N., Dwi Septiyanti, N., & Ayatulloh Khomeini Noor Bintang, R. (2023). Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(1), 115–122.  
<https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1705>
- Widodo, U. P. W., Handayani, C. M. S., Istikhoroh, S., Miradji, M. A., & Suharyanto, S. (2021). Optimasi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2),74–79.  
<https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4855>