

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI UMKM KAIN PERCA BANJARSARI METRO UTARA

Sita Muharni<sup>1</sup>, Putri Hartati<sup>2</sup>, Eda Mervita<sup>3</sup>, Susti Rumianti<sup>4</sup>, Untoro Apsiswanto<sup>5</sup>

Sistem Informasi, STMIK Dharma Wacana<sup>1,5</sup>  
Ekonomi Pembangunan, STIE Ragam Tunas<sup>2</sup>  
Manajemen, STIE Ragam Tunas<sup>3,4</sup>

### Article history

Received : 23 Desember 2023

Revised : 29 Desember 2023

Accepted : 29 Desember 2023

\*Corresponding author

Email : sitamuharni@dharmawacana.ac.id

## ABSTRAK

Masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Metro dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang masalah pencatatan keuangan. Tahapan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah: melakukan survei tentang kemampuan UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan pemasaran digital. Langkah kedua adalah meningkatkan kesadaran akan pentingnya melaporkan laporan keuangan. Pada langkah selanjutnya, UMKM diajarkan cara menggunakan digital marketing untuk meningkatkan penjualan. Pada tahap keempat, para pelaku UMKM diberi pelatihan tentang cara menyusun laporan keuangan dan cara menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk mereka. Tahap kelima adalah melakukan analisis SWOT potensi sumber daya manusia yang ada di UMKM kecil dan menentukan skor terhadap mereka. Tahap terakhir adalah membuat kesimpulan tentang UMKM yang paling potensial dalam hal sumber daya manusia. Kegiatan pengabdian pengelolaan keuangan dan digital marketing telah dilaksanakan dengan sukses yang digelar di lokasi UMKM Kain Perca Banjarsari pada hari Jumat tanggal 22 Desember 2023. Pada saat pelatihan yang dilakukan di UMKM Kain Perca Banjarsari di hadir 7 peserta yang berasal anggota UMKM Kain Perca Banjarsari Kota Metro, ketujuh peserta ini adalah UMKM yang mempunyai permasalahan sesuai dengan tema pelatihan. Peserta yang mengikuti pelatihan memiliki kesamaan permasalahan yang dihadapi yaitu permasalahan ketidakmampuan dalam mengelola keuangan dan ketidaktahuan masalah digital marketing. Simpulan yang dapat dibuat tentang hasil pelaksanaan pengabdian pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing sebagai berikut (a) Peserta pelatihan memiliki pemahaman yang baik tentang digital marketing, yang membuat pemahaman mereka tentang pelatihan menjadi lebih mudah. (b) Peserta masih tertarik pada tema pengelolaan keuangan, tetapi mereka belum terbiasa dengannya saat melakukan pelatihan.

Kata Kunci: pengelolaan; keuangan; digital; marketing

## ABSTRACT

*The The problem faced by UMKM in Metro City in financial management and digital marketing, which is largely due to a lack of knowledge about financial recording issues. The stages undertaken in this dedication are: conducting a survey of UMKM's ability to compile financial reports and digital marketing. The second step is to raise awareness of the importance of reporting financial statements. In the next step, UMKM is taught how to use digital marketing to increase sales. In the fourth phase, UMKM participants are trained on how to compile financial reports and how to use digital marketing to market their products. The fifth stage is to perform a SWOT analysis of the human resource potential that exists in the small UMKM and determine the score against them. At the time of the training conducted at the UMKM Kain Perca Banjarsari in the presence of 7 participants who were members of the UMKM, the seven participants were UMKM who had problems in accordance with the training theme. Participants who undertook financial management and digital marketing training are based on UMKM which has the common problems faced are the problems of inability to manage finance and ignorance of digital marketing problems. Conclusions can be drawn about the implementation of the financial management and digital marketing training dedication as follows: (a) the training participants have a good understanding of digital marketing, which makes their understanding of the training easier. (b) the participants are still interested in the topic of financial management, but they are not used to it when conducting the training.*

Keywords: management; finance; digital; marketing

## PENDAHULUAN

Nilai sosial masyarakat harus menjadi dasar pembangunan ekonomi masyarakat. Kesejahteraan sosial adalah tujuan yang harus dicapai dalam pembangunan ekonomi masyarakat (Muharni & Syaputra, 2023). Pengembangan ekonomi harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan martabat dan harkat manusia di lingkungan sosialnya. Untuk mendorong perubahan struktural, pemberdayaan ekonomi masyarakat harus difokuskan untuk memperkuat kedudukan dan peran ekonomi rakyat dalam perekonomian nasional (Abdurrahman et al., 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat membantu pembangunan ekonomi. Ada bukti bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan. Kontribusi UMKM adalah penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja (Susanti, 2020). Pada saat krisis ekonomi melanda, divisi lain dapat membantu mengimbangi ketahanan ekonomi nasional.

Nilai sosial masyarakat harus menjadi dasar pembangunan ekonomi masyarakat. Kesejahteraan sosial adalah tujuan yang harus dicapai dalam pembangunan ekonomi masyarakat (Syifa et al., 2021). Pengembangan ekonomi harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan martabat dan harkat manusia di lingkungan sosialnya. Untuk mendorong perubahan struktural, pemberdayaan ekonomi masyarakat harus difokuskan untuk memperkuat kedudukan dan peran ekonomi rakyat dalam perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat membantu pembangunan ekonomi (Harahap et al., 2021). Ada bukti bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan. Kontribusi UMKM adalah penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja (Putri et al., 2022). Pada saat krisis ekonomi melanda, divisi lain dapat membantu mengimbangi ketahanan ekonomi nasional.

Pengelolaan keuangan yang akurat diperlukan untuk UMKM yang berkembang dan mandiri, yang mampu memberikan informasi keuangan yang dapat diandalkan bagi manajemen untuk perencanaan dan pengambilan keputusan serta pihak lain yang berkepentingan, seperti bank (Dewi & Mahyuni, 2022). Agar UMKM dapat berkompetisi di tingkat nasional dan internasional, mereka harus dimoderenisasi. Oleh karena itu, kemampuan pemasaran harus diajarkan secara berkelanjutan. UMKM sangat membutuhkan pemasaran global dan luas, jadi pemasaran digital diperlukan untuk menjangkau seluruh dunia.

Sejak 1 Januari 2018, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) telah meluncurkan Standar Akuntansi Keuangan bagi Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Handayani et al., 2022). Standar ini dibuat untuk membantu UMKM memenuhi kebutuhan laporan keuangannya. Sebagaimana didefinisikan dalam undang-undang Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah entitas tanpa akuntabilitas publik yang memenuhi definisi dan kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK-EMKM) menyediakan pengaturan akuntansi yang lebih sederhana karena mengatur transaksi dan dasar pengukuran yang umum dilakukan oleh EMKM (Farwitawati, 2018). Menurut IAI (2018), ada fenomena yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menghadapi masalah dalam mengelola dana yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka. Mereka biasanya menghadapi masalah saat memulai bisnis.

Hampir sembilan puluh persen usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik (Tarihoran et al., 2021). Seringkali, usaha yang digeluti lama kelamaan runtuh karena tidak teliti dalam mengelola pendapatan UMKM. UMKM harus memperluas pasarnya dengan bantuan kemajuan teknologi, dan pengelolaan keuangan sangat penting (Wardiningsih et al., 2021). Kehidupan modern tidak dapat menghindari kemajuan teknologi, karena kemajuan ilmu pengetahuan mengikuti kemajuan teknologi. Khususnya dalam bidang teknologi, masyarakat telah menikmati banyak manfaat dari inovasi-inovasi yang telah dibuat dalam dekade terakhir ini (Muharni et al., 2021). Inovasi-inovasi ini memberikan banyak kemudahan dan cara baru untuk melakukan aktivitas bagi manusia.

Bagi mereka yang selalu terhubung ke internet, manfaatnya semakin terasa. Individu-individu seperti para internet marketer, narablog, blogger, dan juga toko online sekarang semakin dihormati oleh pelanggan

yang mencari produk tertentu (Diyani et al., 2023). Sejauh ini, ada 202,6 juta pengguna internet di Indonesia [6]. Perkembangan teknologi saat ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Berikut adalah rincian penggunaan teknologi digital. Teknologi itu sendiri telah digunakan dalam banyak bidang kehidupan. Kehadirannya telah sangat memengaruhi kehidupan manusia dalam banyak hal. Sama halnya dengan teknologi komunikasi, yang merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan orang untuk mengumpulkan, memproses, dan saling tukar informasi.

Fenomena yang terjadi malah sebaliknya saat ini: belum banyak UMKM yang beralih dari penjualan konvensional ke digital. 8 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) baru saja bergabung dengan ekosistem digital saat ini. Selama pandemi COVID-19, banyak bisnis beralih ke aplikasi mobile. Ini berdampak pada akses pemasaran bagi UMKM (Maesaroh et al., 2021). Pola perdagangan global adalah tantangan pandemi Covid-19 terhadap ekonomi global nasional. Lockdown di beberapa negara untuk mencegah penyebaran virus membuat kerja sama perdagangan internasional tidak efektif (Raharjo et al., 2022). Oleh karena itu, peran UMKM sangat penting.

Dalam hal pengelolaan keuangan, Provinsi Lampung juga mengalami hal yang sama. Bank Indonesia (BI) Provinsi Lampung menemukan empat masalah yang menghambat pertumbuhan UMKM di Provinsi Lampung, Keempat hambatan tersebut adalah kontrol kualitas, pencatatan keuangan, label, dan pendampingan. Selain itu, pemasaran digital UMKM telah berkembang dengan cepat, dan pemerintah kota mendorongnya untuk memperluas pasar. Berdasarkan hal-hal dan masalah yang disebutkan di atas, ada masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Metro dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang masalah tersebut. Pengusul ingin melaksanakan program Pengabdian Bagi Masyarakat lanjutan di Kota Metro dalam bentuk "Pelatihan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM Kain Perca Banjarsari Metro Utara " sebagai upaya untuk menyelesaikan masalah tersebut.

## **METODE PELAKSANAAN**

Setelah mencapai luaran yang diinginkan, dibuat kerangka kerja yang kuat untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi; untuk menyelesaikan masalah tersebut, ada beberapa tahapan yang harus dilakukan. Langkah pertama adalah melakukan survei tentang kemampuan UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan pemasaran digital. Langkah kedua adalah meningkatkan kesadaran akan pentingnya melaporkan laporan keuangan. Pada langkah selanjutnya, UMKM diajarkan cara menggunakan digital marketing untuk meningkatkan penjualan. Pada tahap keempat, para pelaku UMKM diberi pelatihan tentang cara menyusun laporan keuangan dan cara menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk mereka. Tahap kelima adalah melakukan analisis SWOT potensi sumber daya manusia yang ada di UMKM kecil dan menentukan skor terhadap mereka. Tahap terakhir adalah membuat kesimpulan tentang UMKM yang paling potensial dalam hal sumber daya manusia.

## **PEMBAHASAN**

### ***Permasalahan Mitra***

Berdasarkan uraian di atas, masalah Mitra dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah UMKM Kain Perca Banjarsari Metro Utara mengelola keuangan mereka dengan baik?
- b. Apakah pelaku UMKM telah menggunakan digital marketing untuk memasarkan barang mereka?

Target yang diharapkan dari penerapan ipteks ini adalah untuk membantu masyarakat umum, terutama bagi UMKM Kain Perca Banjarsari yang sedang membangun usahanya kembali sebagai akibat dari pandemi Covid-19. Dengan menerapkan ipteks ini, para peserta pelatihan akan dapat menyusun laporan keuangan yang sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk mengetahui perkembangan usahanya dan meningkatkan penjualan mereka. Langkah pertama adalah melakukan survei awal untuk mengetahui kemampuan UMKM Kain Perca Banjarsari dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Selanjutnya, pentingnya

mengelola keuangan dan memasarkan produk melalui media digital. Pada tahap ketiga, UMKM Kain Perca Banjarsari diberi pelatihan tentang pengelolaan keuangan dan bagaimana menggunakan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Tahap keempat adalah melakukan analisis SWOT potensi sumber daya manusia UMKM Kain Perca Banjarsari dan memberikan skor atau perbandingan. Pada tahap terakhir, mereka membuat kesimpulan tentang sumber daya manusia mereka.

### ***Analisis Hasil Kegiatan***

Kegiatan pengabdian pengelolaan keuangan dan digital marketing telah dilaksanakan dengan sukses yang digelar di lokasi UMKM Kain Perca Banjarsari pada hari Jumat tanggal 22 Desember 2023. Pada saat pelatihan yang dilakukan di UMKM Kain Perca Banjarsari di hadir hadir 7 peserta yang berasal anggota UMKM Kain Perca Banjarsari Kota Metro, ketujuh peserta ini adalah UMKM yang mempunyai permasalahan sesuai dengan tema pelatihan. Peserta yang mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing didasarkan pada UMKM yang memiliki kesamaan permasalahan yang dihadapi yaitu permasalahan ketidakmampuan dalam mengelola keuangan dan ketidaktahuan masalah digital marketing.

Penyebab terjadinya permasalahan ini karena ketidak sesuai pendidikan yang memiliki peserta pelatihan dengan tema pelatihan, sedangkan kualifikasi pendidikan peserta bervariasi antara SMA, Diploma dan Sarjana. Pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing dimulai dengan melakukan pretest bagi seluruh peserta dengan mengisi kuesioner yang tersedia, hal ini dilakukan untuk menilai tingkat pemahaman peserta tentang materi yang dilatih. Dari hasil jawaban pretest yang dilaksanakan diperoleh hasil dimana sebagian peserta sudah paham tentang pemasaran digital, dan dari hasil pretest juga ditemukan kondisi dimana sebagian besar peserta belum memahami pengelolaan keuangan, ini dapat diidentifikasi dari peserta belum mempunyai pengetahuan maupun kemampuan menyusun laporan keuangan.

Pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing dilaksanakan dalam dua sesi yaitu sesi pertama peserta dilatih oleh instruktur mengenal pemasaran bersifat digital atau digital marketing dengan pendekatan penggunaan sarana digital yang ada. Sesi kedua peserta diajak dalam penerapan pengelolaan keuangan, dalam sesi ini UMKM Kain Perca Banjarsari dilatih untuk dapat membuat laporan keuangan yang bermanfaat dalam mengetahui perkembangan aktifitas usahanya. Pada sesi pertama peserta diarahkan untuk mengenal sarana apa saja yang dapat digunakan dalam digital marketing, mulai penggunaan media sosial sampai penggunaan marketplace, hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman dan penerapan teknologi digital tepat guna bagi UMKM Kain Perca Banjarsari. Peserta pelatihan diarahkan dapat mengoperasikan hand phone yang dimilikinya untuk lakukan pemasaran produk yang dimiliki dengan menggunakan sarana digital mulai Whatshap bisnis, Facebook, instagram, Tiktok dan juga dan juga penggunaan marketplace seperti Shopee, Toko Pedia maupun Buka Lapak Pada sesi kedua pelatihan peserta teknis bagaimana mengelola keuangan perusahaan dengan baik, dalam sesi ini mulai pengenalan transaksi bisnis, proses mencatat/jurnal, pemahaman tentang debit/kredit, membuat buku besar sampai menyusun laporan keuangan yaitu laporan Laba Rugi dan laporan Posisi Keuangan. Pada tahap penyusunan laporan keuangan peserta diberi pengetahuan mengenai unsur-unsur dari laporan keuangan yang disusun, mulai pemahaman aset, utang dan modal sampai pendapatan dan beban dari aktifitas perusahaan/ usaha. Pelatihan ini tidak hanya berhenti dalam dua sesi ini saja, pelatihan ini juga dilanjut dalam forum diskusi daring melalui media WhatsApp (WA) jika ada peserta dirasa masih mengalami kesulitan dalam pemahamannya. Diakhir pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing para peserta juga dibekali dengan software laporan keuangan dalam bentuk Microsoft Exel, untuk membekali peserta dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan format baku untuk UMKM. Terakhir peserta juga melakukan Posttest untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan.

Berikut ini dokumen kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan untuk para Peserta bagi industri UMKM :



**Gambar 1. UMKM Kain Perca Banjarsari Metro Utara**



**Gambar 2. Kegiatan Diskusi Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan**

### ***Hambatan Yang Dihadapi***

Salah satu tantangan yang dihadapi peserta selama pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing adalah waktu yang relatif singkat; beberapa peserta masih kesulitan mencatat transaksi yang terjadi; dan banyak peserta menemukan bahwa sulit untuk membedakan kepentingan pribadi mereka dengan kepentingan perusahaan, yang menyebabkan mereka mencampur uang pribadi mereka dengan uang usaha mereka. Akibatnya, mereka harus menyusun laporan keuangan pribadi dan laporan keuangan pribadi.

**SIMPULAN**

Berdasarkan diskusi yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, ada beberapa simpulan yang dapat dibuat tentang hasil pelaksanaan pengabdian pelatihan pengelolaan keuangan dan digital marketing sebagai berikut:

- a. Peserta pelatihan memiliki pemahaman yang baik tentang digital marketing, yang membuat pemahaman mereka tentang pelatihan menjadi lebih mudah.
- b. Peserta masih tertarik pada tema pengelolaan keuangan, tetapi mereka belum terbiasa dengannya saat melakukan pelatihan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Diyani, L. A., Oktapriana, C., & Rachman, H. A. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan Bagi Penggiat Umkm Usia Muda. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 583–598. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12390>
- Farwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*, 1, 225–229.
- Handayani, M. A., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, F., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA BALAIREJO. *Suluh Abdi*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.32502/sa.v4i1.4365>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77–85. <http://dx.doi.org/10.32493/JLS.v3i2.p77-85>
- Maesaroh, S. S., Nuryadin, A., Prasetyo, Y., & Swardana, A. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kota Tasikmalaya. *Jurnal Abmas Negeri*, 2(2), 86–93. <https://doi.org/10.36590/jagri.v2i2.179>
- Muharni, S., Islami, M. R. R., & Andrian, D. (2021). Pelatihan Pemodelan Perangkat Lunak Dan Basis Data Bagi Guru RPL Dan TKJ Di Lingkungan SMK Negeri 1 Trimurjo. *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 52–58. <http://dx.doi.org/10.24127/sss.v5i1.1492>
- Muharni, S., & Syaputra, M. A. (2023). PELAKSANAAN UJI KOMPETENSI KEAHLIAN REKAYASA PERANGKAT LUNAK PADA SMK NEGERI 1 TRIMURJO. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 174–184. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.352>
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., & Listiana, A. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828–839.
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67–77. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.70>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36–50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian*

---

*Kepada Masyarakat*), 2(1), 6–13. <http://dx.doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>

Tarihoran, A., Agustina, A., & Barus, A. C. (2021). Pelatihan pengelolaan keuangan pada UMKM Laundry Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.29303/jppm.v4i2.2651>

Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., & Sugianto, R. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku UMKM Penerima BPUM Sebagai Dampak Covid-19 Di Desa Jenggik Kecamatan Terara. *Nusantara*, 3(2), 258–266.