



## Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM Toko AMMA Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Laporan Keuangan

<sup>1\*</sup>Suhita Whini Setyahuni, <sup>2</sup>Linda Ayu Oktoriza, <sup>3</sup>Nanda Adhi Purusa, <sup>4</sup>Mahmud

<sup>1,2,3,4</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro. Jl. Nakula 1 No.5-11, Pendrikan Kidul, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50131

\*Corresponding Author e-mail: [whinihita@dsn.dinus.ac.id](mailto:whinihita@dsn.dinus.ac.id)

**Diterima: Juni 2024; Direvisi: Juli 2024; Diterbitkan: Agustus 2024**

### Abstrak

Keunggulan kompetitif entitas bisnis dapat dicapai melalui tata kelola manajemen yang baik, penguatan nilai produk, dan strategi pemasaran yang tepat. Pelatihan penyusunan laporan keuangan dan digital marketing didesain untuk tujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam bidang akuntansi dan pemasaran. Pelatihan ini diikuti oleh 10 orang peserta yang berasal dari UMKM Toko AMMA di Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini adalah *focus group discussion* (FGD) dan *learning by practice*. Bentuk pelatihan berupa papara materi dan praktik langsung yang didampingi oleh tim pengabdian FEB UDINUS. Kegiatan pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam penguasaan penyusunan laporan keuangan dan keterampilan strategi digital marketing yang diukur dari peningkatan skor *pre test* dari rata-rata skor 67,7 menjadi 92,6 pada nilai *post-test*. Penguasaan mitra di bidang marketing meliputi penguasaan teknik pengambilan foto dan video serta teknik live pada *marketplace*.

**Kata Kunci:** Digital marketing, Laporan keuangan, Pelatihan, Keunggulan kompetitif

## Enhancing The MSME's Competitive Advantage Through Digital Marketing and Financial Report Workshop

### Abstract

Competitive advantage of business entities can be achieved through good management, strengthening product value, and efficient marketing strategy. Training on preparing financial reports and digital marketing is designed with the aim of improving partners' abilities in the fields of accounting and marketing. This training was attended by 10 participants from the MSME AMMA Store in Semarang City. This training is a form of community service, which conducted through learning by practice method. The training itself is provided in two ways, first is oral presentation by team and followed by direct practice on preparing financial report and digital marketing technique. This training activity enhanced the participants skills in preparing of financial reports and digital marketing strategy skills as measured by an increase in pre-test scores from an average score of 67.7 to 92.6 in post-test scores. Participants skills on photo and video taking techniques improved as well as live techniques on the marketplace.

**Keywords:** Digital marketing, Financial report, Workshop, Competitive advantage

**How to Cite:** Setyahuni, S. W., Oktoriza, L. A., Purusa, N. A., & Mahmud, M. (2024). Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM Toko AMMA Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Laporan Keuangan. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(3), 485-494. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i3.1996>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i3.1996>

Copyright© 2024 Setyahuni et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



## PENDAHULUAN

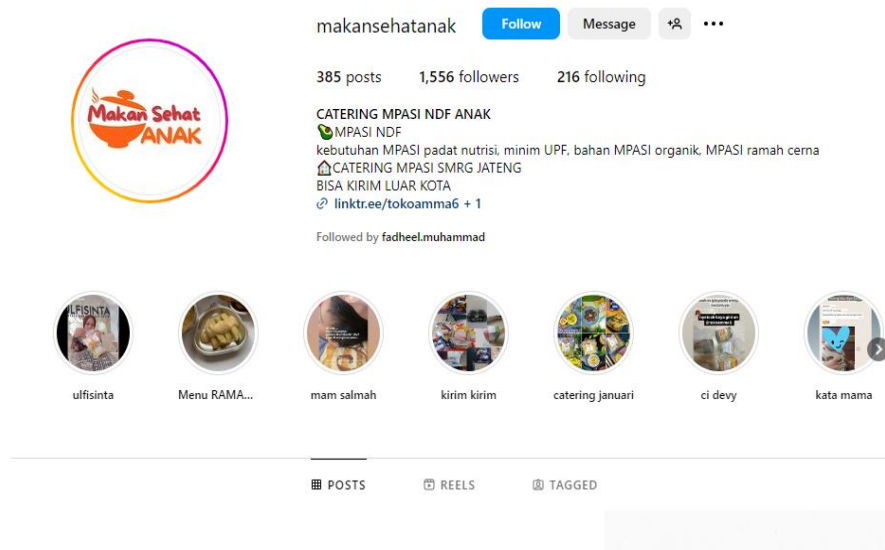
Laporan keuangan merupakan aspek penting bagi entitas. Laporan keuangan merupakan bukti bahwa entitas telah mampu menjalankan fungsi manajemen dengan baik (Agustina et al., 2019). Penyajian laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat terkait dengan kondisi finansial entitas (Ahluwalia et al., 2022). Penyusunan laporan keuangan membutuhkan teknik dan standar yang harus dipahami oleh manajemen. Kesalahan penyusunan laporan keuangan akan berakibat pada pemberian informasi yang kurang relevan bagi pengambil keputusan (Arifin & Tarigan, 2021).

Entitas mikro kecil dan menengah (EMKM) merupakan bagian dari badan usaha yang mempunyai kebutuhan informasi terkait dengan kondisi finansial dari organisasi. Berdasarkan data penelitian dari Devindasari (2023), sebanyak 71,87% UMKM di Indonesia mengalami permasalahan dalam menyajikan laporan akuntansi. Sementara itu, sebanyak 18,75% UMKM tidak memiliki laporan keuangan karena belum menyelenggarakan pembukuan akuntansi (Devindasari, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan pendampingan agar dapat mengimplementasikan pembukuan akuntansi dengan baik.

UMKM Toko Amma merupakan UMKM yang bergerak di bidang *food and beverages* dengan spesifikasi produk berupa makanan sehat anak dan mpasi bayi. Varian produk makanan sehat anak berasal dari bahan organik yang tidak menggunakan bahan pengawet dan pemanis buatan. Pangsa pasar UMKM Toko Amma adalah para orangtua yang memiliki anak usia balita sampai dengan usia 10 tahun yang ingin menyajikan makanan sehat untuk putra-putri mereka.

Pertumbuhan penjualan UMKM Toko AMMA menunjukkan data yang baik. Total penjualan selama tahun 2022 mencapai 240 juta rupiah dan meningkat 120% di tahun 2024 hingga mencapai 528 juta rupiah. Pertumbuhan penjualan dikategorikan sangat baik mengingat UMKM Toko AMMA baru beroperasi pada akhir 2020, atau sekitar 4 tahun.

Aspek marketing Toko AMMA menggunakan pemasaran tradisional dengan metode *word of mouth*. Metode *word of mouth* merupakan implementasi *digital marketing* mulai dilakukan bertahap dengan pemasaran produk via online melalui *marketplace* Tokopedia dan juga Shopee (Prihastuti et al., 2020; Riscal & Sahbany, 2023; Vahlia & Lelawati, 2019). Penjualan melalui online shop belum menunjukkan hasil yang baik dibandingkan dengan penjualan offline. Penjualan online berkontribusi sebesar 10% dari total penjualan, atau berkisar antara 10-15 juta per bulan. Hal ini disebabkan karena strategi pemasaran melalui digital media dan online shop masih kurang intens. Data follower Instagram Toko AMMA dengan akun @makansehatanak adalah sebanyak 1.556 follower. Gambar 2 merupakan akun Instagram Toko AMMA.



**Gambar 1.** Akun Instagram Toko AMMA

UMKM TOKO AMMA memiliki permasalahan terutama dalam bidang akuntansi dan pemasaran. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) FEB Udinus pada tanggal 23 Februari 2024, ditemukan beberapa data diantaranya, pertama, belum adanya laporan keuangan UMKM Toko AMMA yang terstruktur sesuai dengan standar akuntansi. Permasalahan kedua adalah belum dilakukan pencatatan berkala atas transaksi operasional UMKM Toko AMMA karena kurangnya penguasaan SDM UMKM Toko AMMA terhadap bidang akuntansi. Permasalahan ketiga yaitu kurangnya pemahaman pemilik terhadap strategi pemasaran digital karena kurangnya penguasaan SDM terhadap IT dan perangkat sosial media.

Berdasarkan uraian permasalahan mitra, Tim PKM FEB Udinus memberikan solusi sesuai dengan bidang kepakaran ilmu para anggota tim. Tim PKM FEB Udinus memberikan pelatihan intensif kepada mitra mengenai penyusunan laporan akuntansi sederhana. Tim memberikan pendampingan maksimal selama kurun waktu 2 bulan agar mitra dapat menyusun laporan keuangan yang sesuai standar akuntansi. Pelatihan penyusunan laporan akuntansi ini bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas SDM Toko AMMA di bidang tata kelola bisnis, dan juga meningkatkan arus informasi keuangan yang lebih akurat untuk meningkatkan kualitas keputusan bisnis (Fathah & Widyaningtyas, 2020; Fitria et al., 2020; Legowo et al., 2021).

Tim PKM FEB Udinus juga memberikan pendampingan dalam bidang marketing dengan memberikan pelatihan digital marketing. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat menunjang pertumbuhan bisnis Toko AMMA. Pelatihan digital marketing meliputi pendampingan pembuatan akun tiktok serta peningkatan traffic aktivitas melalui shopee, IG dan Tokopedia.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode sebagai berikut:

1. *Focus group discussion* (FGD), yaitu pendekatan yang digunakan untuk menggali permasalahan dan merumuskan solusi untuk menyelesaikan permasalahan mitra. FGD dilakukan dengan diskusi dari pihak mitra dan tim PKM FEB Udinus dan diikuti oleh 10 orang peserta. Dari hasil FGD diperoleh kesepakatan permasalahan prioritas adalah menangani permasalahan marketing dan keuangan.
2. *Workshop*, merupakan pelatihan berbasis *experience based learning* dengan memberikan materi terkait penyusunan laporan keuangan dan pemasaran digital dengan disesuaikan oleh kasus yang sedang dihadapi oleh mitra . Dengan demikian mitra memperoleh pemahaman melalui praktik langsung menyelesaikan kasus berdasarkan *real experience*.
3. Pengukuran capaian mitra melalui *pre-test* dan *post-test*. Instrumen *pre-test* dan *post-test* diaplikasikan untuk mengukur capaian mitra atas indikator keberhasilan program pengabdian masyarakat.

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan tahapan prosedur persiapan program, pelaksanaan program, dan evaluasi program.

### **Persiapan program**

Persiapan pelaksanaan program meliputi tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra.
2. Perumusan solusi permasalahan dengan diskusi interaktif yang melibatkan mitra.
3. Penetapan rencana kerja.
4. Pemetaan deskripsi kerja anggota tim pengabdian.
5. Perancangan materi pelatihan dan instrumen pengukuran capaian indikator.

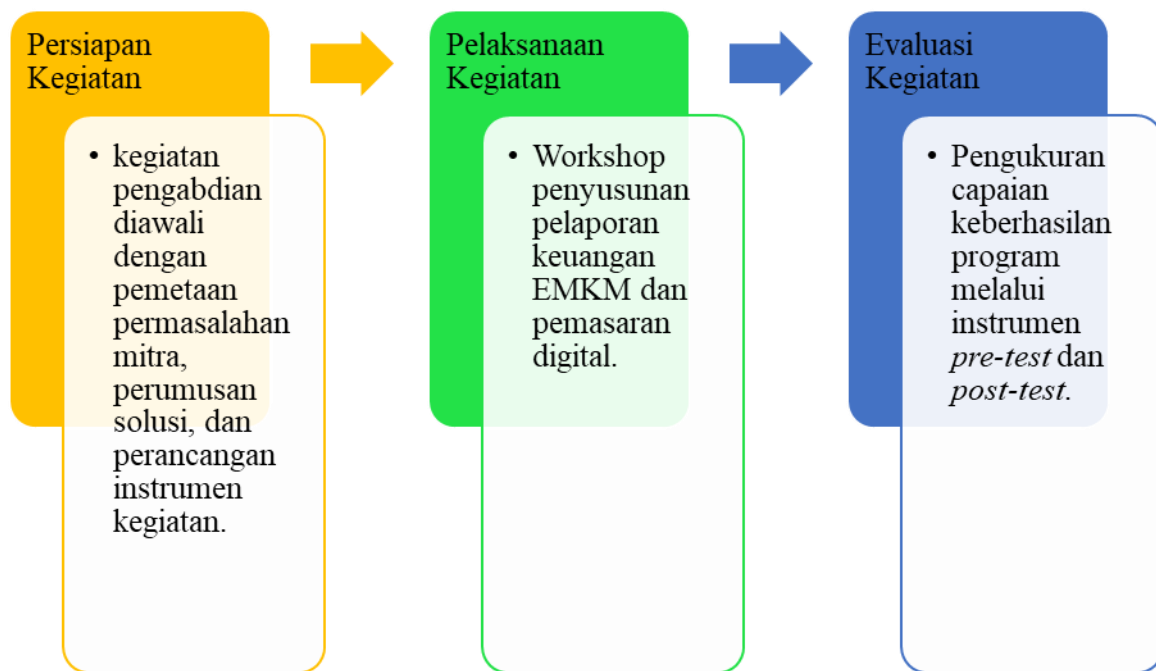
### **Pelaksanaan kegiatan pengabdian**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan 6 tahap:

1. Pemetaan kemampuan awal mitra melalui *pre-test*.
2. Pemaparan materi mengenai akuntansi keuangan, prinsip akuntansi, siklus akuntansi dagang, dan standar SAK-EMKM.
3. Praktik menyusun laporan keuangan EMKM.
4. Pemaparan mengenai pemasaran digital, strategi *e-commerce*, dan pentingnya meta data.
5. Praktik membuat konten di IG dan tiktok.
6. Evaluasi capain kegiatan melalui *post-test*.

### **Evaluasi keberhasilan capaian mitra**

Evaluasi dilaksanakan dengan mengukur indikator capaian dari masing-masing pelatihan dan menghitung prosentase peningkatan capaian mitra terhadap indikator capaian. Alur kegiatan pengabdian masyarakat disajikan pada gambar 3



**Gambar 2.** Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat Sumber

## HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan mitra adalah Toko AMMA yang beralamat di Jalan Ngesrep Barat IV No 19, Kota Semarang, Jawa Tengah. Kegiatan ini diikuti oleh 10 orang yang merupakan pemilik, karyawan, dan *reseller* dari Toko AMMA. Kegiatan pengabdian diawali dengan pengukuran kemampuan awal mitra melalui pengisian instrumen *Pre-test*. Instrument *Pre-test* disusun oleh tim pengabdian untuk mengidentifikasi dan memetakan kemampuan awal mitra dalam memahami aspek digital marketing dan laporan keuangan.

Setelah pelaksanaan mitra, dilaksanakan kegiatan pelatihan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah pelatihan penyusunan laporan keuangan. Pelatihan dimulai dari paparan mitra mengenai kondisi pembukuan yang telah dilakukan. Materi pelatihan disampaikan oleh tim pengabdian Udinus yaitu Linda Ayu Oktoriza dan Suhita Whini Setyahuni. Pemaparan materi mengenai jurnal umum, posting ke buku besar, membuat ayat jurnal penyesuaian, dan menyusun laporan keuangan dalam tiga bentuk: laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, dan laporan perubahan ekuitas. Materi tambahan diberikan untuk memperkuat pemahaman mitra mengenai aspek keuangan yaitu perhitungan harga pokok penjualan. Gambar 4 menunjukkan kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan.





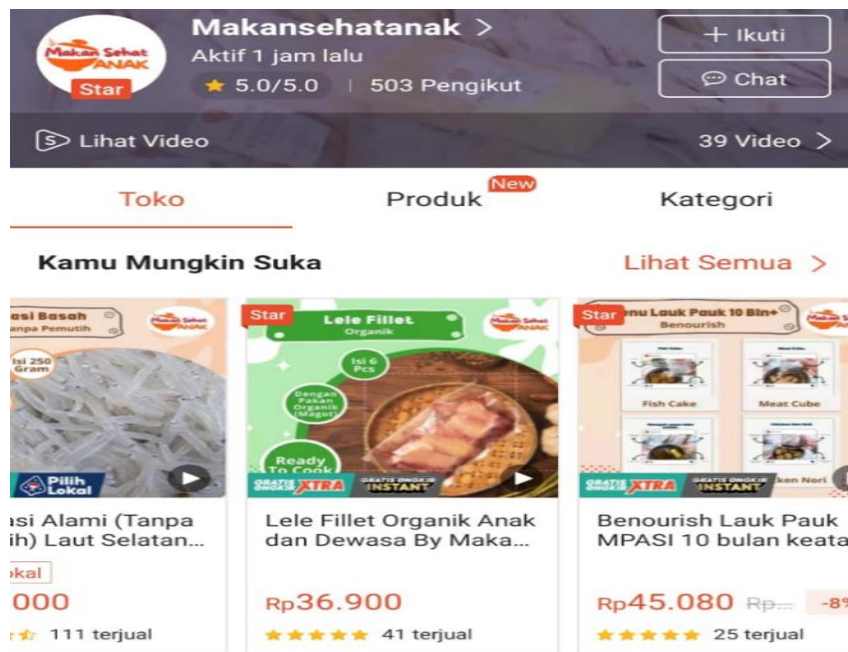
**Gambar 3.** Kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan

Mitra melakukan penyusunan laporan keuangan dengan didampingi oleh tim. Tahap pertama adalah melakukan pencatatan jurnal transaksi keuangan. Mitra didampingi untuk dapat menyelesaikan penyusunan laporan keuangan dengan baik. Pelaporan keuangan yang baik dapat mencerminkan tata kelola manajemen yang baik terhadap aspek keuangan. Dengan demikian, kinerja entitas dapat dinilai dan dievaluasi secara akurat. Penilaian terhadap kinerja entitas dapat berdampak pada keberlanjutan entitas.

Implementasi laporan keuangan berbasis excel yang berhasil disusun oleh mitra disajikan pada gambar 5. Selama pelaksanaan pelatihan, mitra juga telah berhasil memasarkan produk melalui marketplace shopee. Gambar 6 menunjukkan akun shopee mitra sebagai bentuk implementasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan mitra.

<b>TOKO AMMA</b>				
<b>LAPORAN LABA RUGI</b>				
<b>BULAN FEBRUARI 2024</b>				
Penjualan		Rp 2.250.000		
Diskon penjualan		Rp -		-
<b>Penjualan Bersih</b>			Rp 2.250.000	
<b>Harga Pokok Penjualan:</b>				
Persediaan Barang Dagang Awal Bulan*				
Pembelian		Rp 750.000		
Diskon Pembelian		Rp -		
Persediaan Barang Dagang Belum Terjual**				
<b>Harga Pokok Penjualan</b>			Rp 750.000	
<b>Laba Kotor</b>			Rp 1.500.000	
<b>Beban Operasional:</b>				
Beban Gaji		Rp -		
Beban Administrasi		Rp 30.000		
Bahan Habis Pakai		Rp -		
<b>Total Beban Operasional</b>			Rp 30.000	
<b>Laba Bersih</b>			Rp 1.470.000	

**Gambar 4.** Laporan Laba Rugi Toko AMMA Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024



**Gambar 5 :** Akun Shopee Toko AMMASum. ber: Instagram, 2024

Instrumen *pre-test* dan *post-test* dirancang untuk mengukur ketercapaian peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan. Butir pertanyaan disesuaikan dengan materi pelatihan, yaitu butir 1 sampai 5 adalah fokus untuk mengukur kemampuan di bidang akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. Sementara butir pertanyaan 6 sampai 10 digunakan untuk mengukur kemampuan peserta dalam teknik pemasaran digital. peserta diberikan pertanyaan dan memilih jawaban “mengetahui” dan “tidak mengetahui”. Setiap jawaban diberikan bobot skor 10 jika menjawab dengan benar. Dari 10 peserta yang mengikuti pelatihan, rata-rata perolehan skor *pre-test* adalah sebesar 67,7. Para peserta mampu meningkatkan pemahaman mereka terkait dengan laporan keuangan dan pemasaran digital yang dibuktikan dengan peningkatan skor *post-test* menjadi 92,6.

Peningkatan capaian peserta pada *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan kapabilitas peserta dalam menyusun laporan keuangan dan melakukan teknik pemasaran secara online melalui *marketplace* Tokopedia dan shopee.

**Tabel 1.** Pengukuran Capaian Peserta

No	Indikator	Rata-Rata Nilai Pre test	Rata-Rata Nilai Post- test
1	Pemisahan aset keuangan	63	87
2	Bukti transaksi	68	95
3	Jenis laporan keuangan	72	93
4	Perhitungan laba rugi dan harga pokok	71	91
5	Arus kas bisnis	69	89
6	<i>Social media engagement</i>	70	98
7	Video promosi	71	96

No	Indikator	Rata-Rata Nilai Pre test	Rata-Rata Nilai Post- test
8	Teknik pengambilan foto produk	67	94
9	Meningkatkan jumlah <i>follower</i>	66	90
10	Teknik live <i>online marketplace</i>	60	93
Jumlah total		67,7	92,6

Mitra terlatih untuk melakukan pembukuan sederhana yang dimulai dari melakukan pencatatan jurnal dari bukti transaksi, posting ke buku besar, menyusun laporan laba rugi, perubahan ekuitas, dan laporan posisi keuangan. Mitra dapat melakukan pengendalian terhadap kas dengan cara membuat budget perencanaan belanja per bulan. Penyusunan laporan keuangan yang baik dapat mendukung proses manajemen yang lebih baik terutama pada proses perencanaan hingga evaluasi kinerja bisnis (Agustina et al., 2019, 2021; Arifin & Tarigan, 2021).

Peningkatan kemampuan mitra dalam menguasai teknik marketing bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan mitra. Pelatihan teknik penjualan online melalui *live* toko online di Tokopedia dan Shopee dapat menunjang produktivitas mitra. Penjualan online pada era digital mempunyai potensi pasar dua kali lebih besar dibandingkan dengan sistem *direct selling* dan *reseller* (Farida et al., 2022; Sukmasetya et al., 2021; Suryadithia et al., 2021). Pada pelatihan ini, mitra juga diberikan pelatihan untuk meningkatkan *branding* produk dengan teknik pengambilan foto dan pembuatan video melalui fitur *reel* Instagram. Peningkatan volume penjualan online dapat meningkatkan produktivitas mitra dan meningkatkan kinerja keuangan mitra dalam jangka panjang.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra UMKM Toko AMMA di bidang akuntansi dan pemasaran. Pelatihan diberikan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana. Peserta pelatihan dilatih untuk membuat laporan keuangan berupa laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan posisi keuangan. Sementara tahap kedua pelatihan adalah pelatihan digital marketing. Materi yang diberikan kepada mitra adalah teknik penjualan online, *live marketplace*, peningkatan *follower* dan teknik promosi menggunakan foto dan video. Hasil pelatihan dapat meningkatkan kemampuan dan pemahaman mitra yang dibuktikan dengan peningkatan skor *pre-test* dan *post-test* dari 67,7 menjadi 92,6. Hambatan dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah terbatasnya sarana prasarana seperti *lighting*, kamera, dan property foto untuk mendukung keberhasilan strategi promosi menggunakan media online.

## REKOMENDASI

Peserta pelatihan membutuhkan pendampingan intens agar dapat mengasah keterampilan terutama dalam menentukan akun dan ketepatan pencatatan transaksi keuangan. Dalam aspek marketing, mitra membutuhkan konsistensi pendampingan untuk memantau kemajuan *engagement* toko online. Progress volume penjualan online harus dipantau



agar capaian peningkatan penjualan mitra dapat tercapai sesuai dengan target. Pemberian diskon melalui shopee live dapat dilakukan mitra sebagai bentuk strategi untuk meingkatkan penjualan.

## ACKNOWLEDGMENT

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan dukungan finansial sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

## REFERENCES

- Agustina, Y., Ningsih, S. S., & Mulyati, H. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Aplikasi SI APIK Pada UMKM. *Intervensi Komunitas*, 2(2), 134–145.
- Agustina, Y., Setianingsih, S., & Santoso, Y. D. (2019). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah Bidang Usaha Dagang pada UMKM Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Syariah Majelis Ulama Indonesia. *Intervensi Komunitas*, 1(1), 1–13.
- Ahluwalia, L., Nani, D. A., & Sari, T. D. R. (2022). Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(1), 38–42.
- Arifin, S., & Tarigan, E. S. B. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan di Kelurahan Cibubur Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 22–30.
- Devindasari, R. L. (2023). Kesiapan Usaha Mirko, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (SAK-EMKM) Untuk Meningkatkan Akses Modal Perbankan Dan Lembaga Lain Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2023.
- Farida, I., Aryanto, A., Hanum, N., Ardi, N., & Mutoati, S. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Konsumen UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i3.3752>
- Fathah, R. N., & Widyaningtyas, R. D. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Sekitar UNISA. *Proceeding of The URECOL*, 55–58.
- Fitria, Y., Linda, M. R., Mesta, H. A., & Tasman, A. (2020). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN USAHA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN INCOME GENERATING BAGI MASYARAKAT NELAYAN. *Journal of Community Service*, 2(2), 076–085.
- Legowo, M. B., Widiiputra, H. D., & Nugrahanti, T. P. (2021). Pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi digital untuk UMKM di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(2), 76–90.
- Prihastuti, A. H., Joesyiana, K., & Sukri, S. A. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan Dan Strategi Pemasaran Bagi Kube Kecamatan Marpoyan

- Damai Pekanbaru. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.54951/comsep.v1i1.3>
- Riscal, D. A., & Sahbany, S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), 335–346.
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2331>
- Suryadithia, R., Rachmi, H., Hamid, A., & Basa, P. M. (2021). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2475>
- Vahlia, I., & Lelawati, N. (2019). Pelatihan e-commerce dan manajemen keuangan sebagai langkah meningkatkan pendapatan pada keripik pisang arjuna. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4. b), 509–518.