



Sosialisasi Inovasi Produk dan Literasi Keuangan Usaha Kuliner Melayu pada Masyarakat Kampung Bandar, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru

Mariaty Ibrahim^{1,a*}, Etika^{2,a}, Riau Nurita^{3,a}, Andri Sulistyani^{4,a}, Elti Martina^{5,a}

^aProdi D4 Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Kampus Bina Widya Km. 12,5, Simpang Baru, Pekanbaru, Indonesia.

*Corresponding Author e-mail: mariaty.ibrahim@lecturer.unri.ac.id

Received: Desember 2025; Revised: Desember 2025; Published: Desember 2025

Abstrak: Kontribusi UMKM dalam lingkup perekonomian nasional bergerak signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar lebih dari 60% atau sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang inovasi produk dan literasi keuangan bagi pelaku UMKM Kampung Bandar kawasan heritage Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Sebagian besar UMKM di wilayah ini menjual produk unggulan daerah terutama cita rasa Melayu. Permasalahan yang muncul yakni persaingan usaha di sekitar kawasan Kampung Bandar pada bidang FnB yang didominasi dengan aneka kuliner kekinian. Selain itu, observasi tim pengabdian menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan cara-cara non konvensional dalam mencatat laporan keuangan. Kondisi ini terkadang menyebabkan pembukuan laba-rugi tidak dapat dilakukan dengan rapi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pengembangan inovasi produk kuliner (rasa, kemasan, dan branding) dan penguatan literasi keuangan dasar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk yang lebih menarik serta pengelolaan keuangan usaha yang lebih terstruktur. Inovasi produk dan literasi keuangan terbukti menjadi kombinasi yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk serta mendorong minat beli konsumen terhadap kuliner khas Melayu. Ke depan, diperlukan intervensi dalam bentuk pendampingan berkelanjutan dari instansi terkait untuk memastikan bahwa UMKM di Kampung Bandar adaptif dari segi inovasi maupun pencatatan keuangan. Hal ini dikarenakan inovasi yang berorientasi pada perkembangan zaman dan metode pencatatan keuangan yang terstruktur merupakan kebutuhan dasar untuk mendorong UMKM maju.

Kata Kunci: Penguatan; Pendampingan; UMKM; Literasi Keuangan; Inovasi Produk

Socialization of Product Innovation and Financial Literacy for Malay Culinary Businesses among the Community of Kampung Bandar, Senapelan District, Pekanbaru City

Abstract: The contribution of MSMEs in the national economy has a significant impact on the Gross Domestic Product (GDP) of more than 60% or around IDR 8,573 trillion annually. This community service activity aims to provide information about product innovation and financial literacy for MSME actors in Kampung Bandar, a heritage area in Pekanbaru City, Riau Province. Most SMEs in this area sell regional specialty products, particularly those with Malay flavors. The issue that arises is business competition in the Kampung Bandar area in the F&B sector, which is dominated by various modern culinary offerings. Additionally, the outreach team's observations revealed that most business operators still use non-conventional methods in recording financial statements. This situation sometimes results in profit and loss accounting that is not properly organized. The methods used in this activity include socialization, training, and mentoring focused on two main aspects: culinary product innovation (flavor, packaging, and branding) and strengthening basic financial literacy. The results of the activities showed an increase in participants' knowledge and skills in developing more attractive products and more structured business financial management. Product innovation and financial literacy proved to be an effective combination in increasing product competitiveness and encouraging consumer interest in purchasing Malay culinary products. Going forward, intervention in the form of ongoing assistance from relevant agencies is needed to ensure that MSMEs in Kampung Bandar are adaptive in terms of innovation and financial record-keeping. This is because innovation that is oriented towards the times and structured financial record-keeping methods are basic requirements for encouraging MSMEs to progress.

Keywords: Strengthening; Assistance; MSMEs; Financial Literacy; Product Innovation

How to Cite: Ibrahim, M., Etika, E., Nurita, R., Sulistyani, A., & Martina, E. (2025). Sosialisasi Inovasi Produk dan Literasi Keuangan Usaha Kuliner Melayu pada Masyarakat Kampung Bandar, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(4), 1585-1592. <https://doi.org/10.36312/cg0tkt73>



<https://doi.org/10.36312/cg0tkt73>

Copyright© 2025, Ibrahim et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam ekonomi daerah melalui pengembangan usaha berbasis kearifan lokal. Kontribusinya bukan saja memberikan penghasilan bagi para pelaku dengan berbagai jenis usaha yang dikembangkan, tetapi dapat membantu pemerintah daerah untuk pengembangan produk ciri khas (Mutmainah, 2020). Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang (Anastasya, 2023).

Namun, perkembangan usaha UMKM tidak selalu berjalan mulus (Permadi et al., 2022). Berbagai tantangan dihadapi, mulai dari rendahnya inovasi dalam penciptaan produk hingga persoalan literasi keuangan yang sering sekali menjadi hambatan pengembangan usaha (Sudrantono et al., 2022). Hal ini dialami oleh UMKM di banyak tempat, termasuk di Pekanbaru, Riau. Dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 26.684 usaha di tahun 2024, perkembangan usaha mereka tidak selamanya memiliki *traffic* positif. Dinamika pasar mulai dari daya beli, hadirnya berbagai bentuk usaha, produk, dan metode pemasaran FnB merupakan beberapa tantangan yang krusial bagi UMKM. Terlebih, ketika para pelaku UMKM tidak adaptif maka mereka dapat tertinggal atau bahkan mengalami kebangkrutan(Haerana et al., 2023).

Berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru dalam memberikan ruang kemajuan usaha bagi UMKM. Pemberian pendampingan merek, izin usaha, permodalan, hingga penataan kawasan ruang terbuka sebagai tempat pelaku usaha berjualan. Namun, saat ini permasalahan utama yang dihadapi UMKM bukan saja berkaitan dengan infrastruktur pendukung, seperti tempat usaha. Hal penting yang sering terabaikan adalah pendampingan untuk berinovasi dari segi produk atau pencatatan laporan keuangan. Semakin berkembangnya usaha FnB memiliki potensi untuk menggusur jenis-jenis makanan tertentu yang minim inovasi. Sementara itu, pola pencatatan keuangan yang terkadang kurang diperhatikan berpotensi mengganggu pendokumentasian laba-rugi usaha. Ini akan sulit untuk mengukur capaian usaha dalam rentang waktu tertentu bagi setiap pemilik UMKM.

Satu diantara kawasan UMKM Pekanbaru yang cukup terkenal sekaligus menjadi *icon* wisata kuliner yakni Kampung Bandar. Letaknya di tepian jalur sungai Siak sehingga bukan saja dapat memanjakan pengunjung dengan rasa makanan tetapi juga pemandangan air. Selain itu, Kampung Bandar banyak menyediakan kuliner-kuliner lokal khas Melayu dalam aneka rasa, mulai dari manis, pedas, gurih dan sebagainya. Namun, keberlangsungan usaha para UMKM tidak selalu berjalan sesuai keinginan. Berbagai tantangan dihadapi mulai dari persaingan usaha, menjamurnya cafe-cafe bernuansa estetik yang tidak hanya menawarkan makanan tetapi juga spot menarik kebutuhan konten, hingga kurang tertariknya khalayak terhadap makanan lokal yang disebabkan oleh kurangnya inovasi cita rasa.

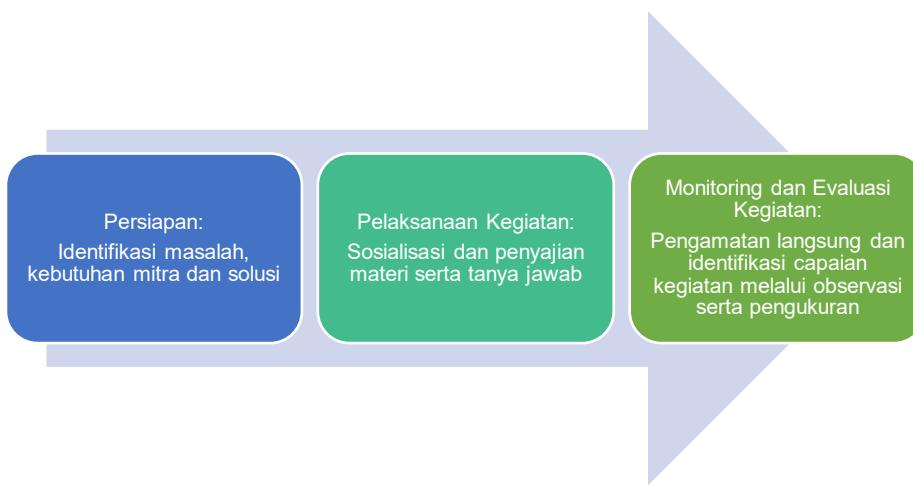
Di satu sisi, produk kuliner Melayu yang kaya cita rasa tradisional belum sepenuhnya dikemas dalam variasi menu, desain kemasan, maupun strategi pemasaran yang adaptif, sebagaimana tren FnB saat ini. Minimnya pemahaman tentang pentingnya inovasi berbasis kebutuhan konsumen menyebabkan stagnasi usaha (Tambunan, 2021). Di sisi lain, lemahnya literasi keuangan mengakibatkan pengelolaan keuangan yang konvensional dengan ciri pencatatan transaksi tidak sistematis (Rosharlianti et al., 2024). perencanaan anggaran tidak matang, dan ketidakmampuan merancang ekspansi usaha (Ardiansyah et al., 2024). Padahal, tata kelola keuangan yang profesional menjadi kunci ketahanan bisnis dalam fluktuasi ekonomi, terutama bagi UMKM yang menghadapi keterbatasan modal dan sumber daya manusia (Ratnawati et al., 2024).

Sebagai upaya memperkuat peran dan posisi UMKM di lokasi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat dirancang untuk mentransformasi kapasitas pelaku UMKM melalui dua pendekatan sinergis. Pertama, revitalisasi produk kuliner Melayu dengan mengintegrasikan kearifan lokal dan inovasi modern. Revitalisasi ini dilakukan dengan pelatihan reformulasi menu (seperti mengombinasikan resep turun-temurun dengan tren rasa kekinian), peningkatan kualitas kemasan bernuansa budaya, serta penguatan storytelling berbasis identitas Melayu sebagai *unique selling point*. Kedua, pemberdayaan literasi keuangan melalui sosialisasi sistem pencatatan sederhana (pencatatan arus kas dan laba-rugi), pelatihan pengelolaan modal berbasis aplikasi digital yang mudah diadopsi, dan penyusunan rencana bisnis terstruktur untuk akses pendanaan. Pendekatan partisipatif ini tidak hanya menyasar keterampilan teknis, tetapi juga membangun *mindset* kewirausahaan inklusif yang memadukan kelestarian budaya dan profesionalisme usaha (Feriyanto & Nuryani, 2024).

Dampak strategis yang diharapkan meliputi peningkatan daya saing produk kuliner melalui diferensiasi rasa dan kemasan kreatif, penguatan ketahanan keuangan usaha, serta terciptanya ekosistem UMKM kolaboratif yang menyinergikan potensi wisata sejarah dan kuliner khas Melayu. Dengan demikian, program ini tidak sekadar menyelesaikan masalah teknis, tetapi menempatkan pelaku usaha Kampung Bandar sebagai subjek aktif dalam merajut pertumbuhan ekonomi berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan dan berkeadilan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kampung Bandar, Kota Pekanbaru, yang merupakan salah satu kawasan heritage dengan potensi pengembangan sektor ekonomi kreatif, khususnya kuliner tradisional Melayu. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama satu hari dengan pendekatan partisipatif sosialisasi dengan metode *Participatory Action Research (PAR)*. Pendekatan PAR dipilih karena melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pengabdian, mereka tidak hanya menjadi objek tetapi juga berperan sebagai subjek. Dengan menggunakan PAR, masyarakat merasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program atau solusi yang dihasilkan, sehingga lebih termotivasi untuk menjaga keberlanjutannya. Sebab pemberdayaan harus senantiasa merespon kebutuhan dan permasalahan yang ada di masyarakat. Lebih jauh, PAR juga bertujuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan ilmu pengetahuan, sehingga masyarakat mampu menjadi agen perubahan dan bukan sekedar objek. Sasaran kegiatan pengabdian ini sebanyak 20 orang dan merupakan keterwakilan dari pelaku UMKM diKampung Bandar.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Mekanisme pelaksanaan pengabdian diawali dengan sosialisasi penyajian materi kepada peserta, dilanjutkan dengan tanya jawab dan diakhiri evaluasi melalui sejumlah pertanyaan untuk mengukur efektivitas kegiatan. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal kepada pelaku usaha kuliner mengenai pentingnya inovasi produk dan literasi keuangan dalam meningkatkan daya saing usaha dan minat beli konsumen. Peserta diberikan gambaran mengenai tren konsumen, perubahan preferensi pasar, serta pentingnya pencatatan dan perencanaan keuangan yang baik. Kemudian peserta dilatih untuk mengembangkan produk kuliner Melayu dengan memperhatikan aspek rasa dan varian produk, menyesuaikan dengan selera pasar modern tanpa meninggalkan nilai budaya, memperkenalkan teknik dan desain kemasan yang menarik, higienis, dan ramah lingkungan,

memberikan pelatihan dasar dalam membuat merek usaha yang kuat serta pemanfaatan media sosial untuk promosi. Kemudian dilanjutkan simulasi pencatatan keuangan harian. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan transfer pengetahuan berjalan efektif dan dapat langsung diterapkan oleh pelaku usaha.

HASIL DAN DISKUSI

Sosialisasi Inovasi Produk

Kegiatan diawali dengan memberikan penjelasan tentang inovasi produk Melayu Lumpia Mie Sagu Goreng yang bertujuan untuk mengenalkan dan mengembangkan produk kuliner khas Melayu berbasis sagu sebagai bahan pangan lokal unggulan yang inovatif dan bernilai ekonomis. Tim pengabdian menjelaskan inovasi baru tentang pemanfaatan sagu dalam bentuk *mie sagu goreng*, yang kemudian diolah menjadi isi lumpia. Dengan melakukan inovasi makanan khas melayu yaitu mie sagu yang harusnya dikonsumsi dengan cara makan ditempat, dengan inovasi ini bisa mempermudah konsumen untuk mengkonsumsi mie sagu yang dibuat dalam bentuk camilan sehingga mudah dibawa kemana mana sekaligus dapat terus melestarikan kuliner khas Melayu.

Tim pengabdian tidak hanya memberikan sosialisasi dalam bentuk penjelasan teori bagaimana cara-cara pembuatannya. Sebagai pendukung, dilakukan praktik langsung bersama peserta pengabdian yang hadir untuk mengimplementasikan inovasi produk yang dimaksud.



Gambar 2. Pembuatan Lumpia Mi Sagu Goreng

Dalam praktik tersebut, dijelaskan detail mengenai kriteria bahan-bahan yang dapat digunakan, pemilihan jenis mie sagu, cara memasak agar mie sagu tahan lama hingga membentuk dan menggoreng. Potensi makanan berbahan sagu sebagai pengganti bahan pokok nasi sekaligus salah satu potensi hasil perkebunan di Provinsi Riau harus diperkenalkan dengan cara-cara yang berbeda. Cara ini agar minat konsumen untuk membeli produk kuliner menjadi lebih banyak sekaligus menaikkan *value pangan* lokal dalam skala luas. Bukan saja bertujuan untuk keberlangsungan usaha UMKM, dengan mendorong adanya inovasi olahan produk, maka dapat meningkatkan kontribusi serapan sagu dari tangan produsen lokal yang notabene merupakan petani sagu itu sendiri.

Materi berikutnya, setelah inovasi terhadap bentuk olahan, rasa, dan model baru kuliner berbahan sagu, tim pengabdian memberikan daya dukung berupa inovasi kemasan. Agar masyarakat dapat dengan nyaman mengonsumsi dan menjadikannya sebagai buah tangan, maka kemasan perlu dibuat menarik, nyaman di bawa dan aman.



Gambar 3. Sosialisasi Kemasan Produk

Desain kemasan yang disosialisasikan berbahan kemasan kardus yang anti minyak dan tidak membuat makanan rusak. Sosialisasi ini juga merupakan bagian bagian dari peningkatan standarisasi kebersihan dengan menggunakan packaging yang lebih hygiene sehingga produk dari usaha di Kampung Bandar dapat bersaing dan menarik minat konsumen.

Sosialisasi Literasi Keuangan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan identifikasi lokasi dan sasaran kegiatan, yaitu masyarakat di Kelurahan Kampung Bandar, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru. Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan tokoh masyarakat setempat, diketahui bahwa sebagian besar warga belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pentingnya pengelolaan keuangan rumah tangga dan usaha mikro secara sistematis. Tim menyusun materi sosialisasi dengan pendekatan kontekstual yang mudah dipahami oleh masyarakat. Materi meliputi: a) Konsep dasar literasi keuangan; b) Pentingnya pencatatan keuangan; c) Cara membuat anggaran rumah tangga; d) Strategi menabung dan mengelola utang; e) Simulasi sederhana pencatatan keuangan harian.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif dan diskusi kelompok. Peserta yang hadir terdiri dari ibu rumah tangga, pelaku usaha mikro, dan pemuda setempat. Kegiatan berlangsung selama satu hari dan mendapatkan antusiasme tinggi dari peserta. Dalam sesi diskusi, peserta aktif menyampaikan pengalaman mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari dan kesulitan yang dihadapi. Hal ini menjadi ruang refleksi bersama yang memperkuat pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan (Luthfi et al., 2024)

Pada sesi lanjutan, peserta diberi pelatihan praktis berupa simulasi pencatatan keuangan menggunakan format yang sederhana. Mereka diajak membuat daftar pengeluaran dan pendapatan harian selama seminggu ke depan, serta menyusun anggaran bulanan secara kelompok. Hasil simulasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan dan mampu membuat perencanaan sederhana untuk kebutuhan rumah tangga maupun usaha kecil. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang diberikan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap beberapa aspek penting literasi keuangan, yang mencakup: Pentingnya pencatatan keuangan, Pencatatan keuangan sederhana (arus kas masuk dan keluar), Pengelolaan modal usaha, termasuk pemisahan keuangan pribadi dan usaha, dan Perencanaan keuangan usaha seperti target penjualan, perkiraan pengeluaran, dan proyeksi keuntungan.

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Setelah masyarakat mengikuti sosialisasi, Pengetahuan dan Keterampilan masyarakat terutama Pelaku UMKM akan bertambah hal ini dapat dilihat dari hasil sosialisasi dalam pembuatan inovasi produk Lumpia mie sagu goreng dan hasil evaluasi sosialisasi manajemen keuangan yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan dilaksanakan. Berdasarkan hasil wawancara atau survei menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa terbantu dengan adanya materi inovasi dan pelatihan keuangan, namun masih ada tantangan dalam konsistensi praktik dan dukungan pasca-program. Tingkat ketercapaian sasaran program tergolong berhasil, terutama dalam aspek pemahaman peserta. Namun untuk aspek implementasi (praktik nyata di lapangan), perlu tindak lanjut dan pendampingan lanjutan agar capaian lebih maksimal dan berkelanjutan.

Peserta Pelatihan mampu membuat inovasi produk lumpia mie sagu goreng, kemudian setelah pelatihan dan pendampingan, terlihat adanya perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat mempromosikan dan mengembangkan produk mereka. Beberapa hasil yang tercapai adalah: Inovasi produk mulai dilakukan dengan memperhatikan selera pasar dan tren terbaru. Selain itu, masyarakat juga mampu membuat manajemen keuangan yang baik untuk kegiatan bisnis yang dilakukan dengan berdasar pada prinsip-prinsip akuntansi. Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha kuliner Melayu dalam mengembangkan inovasi produk dan memperkuat literasi keuangan. Evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan yang kolaboratif, aplikatif, dan kontekstual menjadi kunci keberhasilan kegiatan. Diperlukan tindak lanjut yang berkesinambungan untuk memastikan implementasi materi yang lebih optimal dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi Sosialisasi Inovasi Produk Dan Dan Literasi Keuangan Usaha Kuliner Melayu Di Kampung Bandar Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru dapat dilaksanakan dengan baik. Program inovasi produk ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan pelatihan yang tepat dan pendampingan yang intensif, masyarakat mampu meningkatkan daya saing produk mereka dan memperluas pasar. Oleh karena itu, kegiatan ini perlu dilanjutkan dan diperluas agar lebih banyak masyarakat yang merasakan manfaatnya. Selain itu, Sosialisasi Literasi Keuangan yang telah dilakukan di Kampung Bandar Pekanbaru telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Para peserta Pelatihan telah berhasil menyerap pengetahuan dan keterampilan yang diberikan oleh instruktur atau tim pelaksana.

REKOMENDASI

Berdasarkan pada hasil pengabdian, rekomendasi yang diberikan oleh Tim Pengabdi antara lain:

1. Pemerintah melalui instansi terkait perlu mengawal dan memberikan tindak lanjut tentang digitalisasi laporan keuangan bagi UMKM agar daya saing meningkat serta semakin berkembang dalam bentuk regulasi maupun produk hukum.
2. Kolaborasi *Pentahelix* diperlukan untuk optimalisasi digitalisasi laporan keuangan, mulai dari penyuluhan hingga pendampingan secara *intens*.

ACKNOWLEDGMENT

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada seluruh peserta yang mewakili UMKM Kampung Bandar yang terlibat dalam sosialisasi dan pelatihan yang

telah dirancang. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan motivasi, semangat dan perkembangan usaha yang lebih baik untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya, A. (2023, June 8). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. <Https://Ukmindonesia.Id/Baca-Deskripsi-Posts/Data-Umkm-Jumlah-Dan-Pertumbuhan-Usaha-Mikro-Kecil-Dan-Menengah-Di-Indonesia>. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Ardiansyah, L. Y., Palit, J., & Prasetyo, R. (2024). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Dan Promosi Digital Untuk Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 7(2), 217–232. <https://doi.org/10.36341/jpm.v7i2.4356>
- Feriyanto, O., & Nuryani, Y. (2024). Analisis Kesiapan Umkm Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak Emkm) (Studi Kasus Pasar Segar Kopo Bandung). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22989>
- Haerana, H., Abdi, A., & Burhanuddin, B. (2023). Pelatihan Pembukuan Keuangan Dan Pemasaran Online Bagi Pengrajin Daun Lontar Di Desa Tindang, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 6(2), 102–111. <https://doi.org/10.36341/jpm.v6i2.2961>
- Luthfi, A. M., Aji, A., & Ludhvy, A. (2024). Edukasi Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Masyarakat Kecamatan Parung Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 4(1), 26–28.
- Mutmainah, N. (2020). Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 6(1), 1–7. [https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6\(1\).4190](https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1).4190)
- Permadi, R. N., Sari, M. R., & Prawitasari, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *AVANT GARDE*, 10(01), 15–29. <https://shorturl.asia/0jqLQ>
- Ratnawati, R., Rokhman, M. T. N., Rahayu, Y. N., & Ningsih, A. A. T. (2024). Pendampingan Digitalisasi Keuangan Lamikro Pelaku UMKM Produk Strawberry dan Apel Desa Pandanrejo Bumiaji Kota Batu Malang. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(6), 414–422.
- Rosharlanti, Z., Sarjana Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM yang Tergabung dalam Asosiasi Pengusaha Pemula Sukses Indonesia (ASOPPSI) Tangerang Selatan. *ABDIMISI*, 5(2), 145–154. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/ABMS>
- Sudrantono, T., Nugroho, H., Irwanto, Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Makmunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, & Sudirman, A. (2022). *Kewirausahaan UMKM di Era Digital*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Tantangan dan Kendala*. Prenada.