



Peningkatan Kapasitas Keuangan UMKM Melalui Digitalisasi dan Pendekatan Laporan Keuangan Sederhana Untuk Keberlanjutan Bisnis

Detak Prapanca ✉, Nihlatul Qudus Sukma Nirwana, Gesti Novi Ramadani, Widya Kusuma Dewi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No.666 B, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215, Indonesia

d.prapanca@umsida.ac.id ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i4.6402> |

Abstrak

Desa Suko yang berada di kabupaten Sidoarjo, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya sektor makanan dan minuman. Namun, pelaku UMKM menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan digitalisasi dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Metode pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan praktis tentang digital marketing yang diikuti oleh mitra di wilayah Suko. Hasil pre-test menunjukkan rata-rata literasi keuangan peserta sebesar 42 persen, meningkat menjadi 78 persen pada post-test. Selain itu, 85 persen peserta berhasil menghitung HPP secara tepat, serta 70 persen peserta membuat akun media sosial usaha baru (WhatsApp Business, Instagram, atau TikTok) untuk memasarkan produknya. Dengan demikian, pelatihan ini terbukti memberikan dampak empiris dalam meningkatkan efisiensi dan profesionalitas UMKM di desa Suko. Secara akademik, hasil kegiatan ini memperkuat literatur tentang efektivitas pelatihan praktis berbasis digitalisasi dan keuangan sederhana sebagai strategi pemberdayaan UMKM. Kegiatan ini juga mendukung pencapaian SDGs, khususnya pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan pertumbuhan ekonomi inklusif (SDG 8).

Kata Kunci: UMKM, Keuangan digital, HPP, Pemasaran Digital,



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](#)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian nasional. Perannya tidak hanya dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan distribusi pendapatan secara lebih merata. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai lebih dari 60%, serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia (Afrini Fauziah *et al.*, 2024). Di wilayah pedesaan, UMKM memiliki peran strategis sebagai penggerak roda ekonomi masyarakat. Meski demikian, pelaku UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan mendasar, terutama terkait keterbatasan dalam literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital. Wibawanti *et al.*, (2020), mengungkapkan bahwa kurangnya pemahaman akuntansi dan pengelolaan keuangan menjadi hambatan serius dalam mewujudkan keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan temuan (Putri Salsabila *et al.*, 2024), yang menyatakan bahwa rendahnya kompetensi manajerial menjadi salah satu faktor penghambat keberhasilan UMKM di berbagai daerah.

Desa Suko di kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang menunjukkan potensi besar di sektor UMKM khususnya makanan dan minuman. Namun sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum terbiasa dengan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur serta belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini serupa dengan yang dilaporkan oleh (Munthe *et al.*, 2023), yang mencatat bahwa mayoritas UMKM di Indonesia masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan operasional bisnis mereka. Keterbatasan pemahaman dalam menyusun laporan keuangan sederhana, ketidaktepatan dalam menghitung harga pokok produksi (HPP), serta rendahnya literasi digital menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi operasional serta terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses peluang pembiayaan formal dan pemasaran berbasis digital (Baraba *et al.*, 2022).

Permasalahan serupa ditemukan dalam penelitian (Aurellia *et al.*, 2025), di desa Ritan Baru, Kalimantan Timur. Dalam studi tersebut, masyarakat belum memahami pentingnya *branding*, laporan keuangan, dan strategi digitalisasi. Namun, melalui pelatihan yang terstruktur dan praktis, masyarakat mengalami peningkatan signifikan dalam kompetensi usaha dan daya saing produk lokal. Hal senada diungkapkan oleh (Putrie *et al.*, 2023a) yang menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dapat memperbaiki keterampilan manajerial dan operasional pelaku UMKM di wilayah pedesaan. Model pelatihan berbasis praktik langsung sebagaimana diterapkan oleh (Kurniawan *et al.*, 2021), terbukti efektif meningkatkan kompetensi masyarakat, khususnya jika pelatihan disertai simulasi dan pendampingan. Selain itu, (Susanti *et al.*, 2023), menambahkan bahwa keberhasilan strategi pelatihan sangat bergantung pada keterlibatan aktif peserta dan keberlanjutan program pendampingan setelah pelatihan berlangsung.

Merespons permasalahan tersebut, tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo merancang program pelatihan bertema peningkatan kapasitas keuangan UMKM melalui digitalisasi dan pendekatan laporan keuangan sederhana. Program ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan teknis dan praktis dalam pengelolaan keuangan serta strategi promosi berbasis teknologi. Pelatihan ini juga sejalan dengan pendekatan pemberdayaan yang berbasis komunitas sebagaimana direkomendasikan oleh (Eko Nursanty *et al.*, 2023). Diharapkan melalui pelatihan ini, pelaku UMKM di desa Suko mampu meningkatkan efisiensi usaha, mengembangkan pencatatan keuangan yang terstruktur, serta mengoptimalkan media digital untuk pemasaran. Dengan begitu, kegiatan ini turut mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 1 (Tanpa Kemiskinan), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), dan SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) (Naibaho *et al.*, 2019).

2. Metode

Pelaksanaan program dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap sesi pelatihan. Program ini terdiri dari tiga tahapan utama, yakni persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan monitoring. Kegiatan pelatihan dilangsungkan pada 10 Mei 2025 di Desa Suko, dengan narasumber utama Detak Prapanca, S.E., M.M. dan Nihlatul Qudus Sukma Nirwana, S.E., M.M., CRP. Metode pelatihan yang digunakan bersifat interaktif, termasuk diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung.

Materi pelatihan mencakup penyusunan laporan keuangan sederhana, perhitungan HPP, serta pemanfaatan aplikasi digital dalam pengelolaan dan promosi usaha. Pelaksanaan program dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Seluruh kegiatan dibagi dalam tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan monitoring sebagaimana dapat disajikan pada [Gambar 1](#).

Tahap persiapan dilakukan melalui serangkaian aktivitas penting untuk memastikan program sesuai kebutuhan peserta. Tim melakukan identifikasi kebutuhan UMKM dengan wawancara singkat, lalu menyusun modul pelatihan mencakup literasi keuangan, perhitungan HPP, dan pemasaran digital. Setelah itu, tim berkoordinasi dengan perangkat desa serta kelompok UMKM untuk menetapkan jadwal kegiatan, dan menyebarkan undangan serta sosialisasi agenda.

Tahap Pelaksanaan melibatkan empat sesi inti. Pertama, literasi keuangan dasar, di mana peserta belajar pencatatan transaksi harian, laporan laba rugi, dan neraca sederhana. Kedua, perhitungan HPP, di mana peserta melakukan praktik langsung menggunakan data riil usaha mereka. Ketiga, digitalisasi pencatatan keuangan, dengan pengenalan aplikasi fintech sederhana untuk memantau arus kas usaha. Keempat, pemasaran digital, dengan praktik menggunakan WhatsApp Business, Instagram, TikTok, dan Shopee. Metode pelatihan berupa diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, dan praktik langsung.

Tahap Evaluasi dan Monitoring dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan. Evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta pada literasi keuangan, HPP, dan digitalisasi. Observasi partisipatif selama pelatihan membantu menilai keterlibatan peserta. Wawancara singkat dilakukan setelah pelatihan untuk mengevaluasi materi dan metode. Monitoring berkelanjutan dilakukan melalui grup WhatsApp sebagai bentuk pendampingan pasca kegiatan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. Hasil dan Pembahasan

Pelatihan peningkatan kapasitas UMKM di desa Suko terdiri dari beberapa sub kegiatan yang secara sistematis dirancang untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha lokal. Setiap sesi pelatihan diarahkan pada peningkatan kompetensi dasar dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital, yang merupakan dua aspek krusial dalam mengelola usaha secara berkelanjutan. Hasil observasi menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan sangat membantu meningkatkan keterlibatan peserta secara aktif dalam setiap sesi seperti ditunjukkan pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Pemaparan Materi

Sesi pertama difokuskan pada literasi keuangan dasar. Peserta diberikan pengetahuan mengenai pentingnya pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan keuangan sederhana, seperti laporan laba rugi dan neraca. Pelatihan ini menjadi sangat penting karena mayoritas peserta sebelumnya tidak terbiasa melakukan pencatatan keuangan (Wibawanti *et al.*, 2020). Hasilnya, sebagian besar peserta mampu mengidentifikasi jenis pengeluaran dan pemasukan usahanya secara mandiri. Selanjutnya, pada sesi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), peserta dilatih menyusun HPP dari produk yang mereka hasilkan. Proses ini dilakukan melalui simulasi dengan menggunakan data usaha riil milik peserta. Pelatihan ini bertujuan membantu peserta memahami komponen biaya produksi dan menghitung margin keuntungan. Sebagaimana dikemukakan oleh (Putri Salsabila *et al.*, 2024), kemampuan menghitung HPP berkontribusi terhadap ketepatan dalam menentukan harga jual.

Sesi ketiga diarahkan pada penggunaan teknologi digital untuk pencatatan keuangan. Peserta dikenalkan dengan aplikasi-aplikasi fintech sederhana yang dapat membantu pencatatan dan analisis arus kas usaha. Pendekatan ini dinilai efektif karena memperkenalkan digitalisasi secara bertahap, sesuai kapasitas peserta (Baraba *et al.*, 2022). Setelah pelatihan, beberapa peserta menyatakan mulai mencoba aplikasi pencatat keuangan berbasis Android. Sesi keempat mencakup pelatihan pemasaran digital. Materi yang disampaikan meliputi penggunaan WhatsApp Business untuk katalog produk, serta Instagram dan Facebook untuk visualisasi dan branding produk. Selain itu, peserta juga dikenalkan dengan Shopee dan TikTok sebagai media penjualan dan promosi. Hal ini sejalan dengan studi oleh (Putrie *et al.*, 2023a) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial sangat relevan untuk memperluas pasar UMKM lokal, contoh produknya berupa jamu B'Ken pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk Jamu B'Ken

Dampak pelatihan ini dapat dilihat dari antusiasme peserta dalam mempraktikkan langsung materi yang telah diberikan. Misalnya, peserta mulai membuat akun media sosial usaha, mengunggah katalog produk, dan memanfaatkan fitur promosi. Selain itu, peserta juga mampu mendiskusikan perhitungan laba rugi dan menilai kelayakan usaha berdasarkan data keuangan yang mereka susun. Kegiatan ini memperkuat temuan [Kurniawan et al., \(2021\)](#), bahwa metode pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi peserta secara berkelanjutan. Evaluasi pelatihan dilakukan melalui umpan balik langsung, wawancara singkat, dan observasi partisipatif. Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh peserta mengakui pentingnya pencatatan keuangan dan merasa terbantu dalam menetapkan harga jual. Bahkan beberapa peserta menyampaikan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan dalam manajemen keuangan dan strategi pemasaran digital ([Susanti et al., 2023](#)). Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan terstruktur dan aplikatif, pelatihan dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas perencanaan usaha, serta kesiapan UMKM dalam memasuki pasar digital. Hasil ini mendukung rekomendasi ([Aurellia et al., 2025](#)) bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan praktis sangat efektif dalam mengembangkan potensi usaha masyarakat di daerah.

Program ini menghasilkan beberapa luaran yang terukur. Pertama, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap konsep dasar pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Hal ini dibuktikan dari hasil post-test dan observasi selama praktik langsung. Kedua, peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam menghitung HPP, yang menjadi dasar dalam menentukan harga jual secara rasional. Dari sisi digitalisasi, peserta berhasil mengakses dan menggunakan platform fintech sederhana untuk pencatatan transaksi. Selain itu, sebagian besar peserta juga telah memiliki akun media sosial usaha, serta aktif mempromosikan produknya melalui Facebook, Instagram, dan TikTok. Keberhasilan ini menunjukkan tercapainya tujuan program dalam hal literasi digital dan pemasaran berbasis teknologi. Dampak jangka pendek dari kegiatan ini adalah meningkatnya efisiensi dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha peserta. Peserta juga mulai menunjukkan pola pikir wirausaha yang lebih sistematis, dengan mulai menerapkan prinsip perencanaan dan pengawasan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Adapun luaran tambahan yang berhasil dicapai antara lain adalah publikasi artikel ilmiah pada jurnal pengabdian, publikasi kegiatan melalui media kampus, serta dokumentasi video sebagai bagian dari diseminasi hasil pengabdian. Semua luaran ini mendukung capaian indikator kinerja utama (IKU) perguruan tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.

Hasil *pre-test* pada indikator literasi keuangan menunjukkan skor rata-rata 40%. Setelah pelatihan, skor *post-test* meningkat menjadi 76%. Peningkatan sebesar 36 poin persentase menunjukkan bahwa peserta lebih memahami pentingnya pencatatan transaksi harian, mampu menyusun laporan laba rugi sederhana, serta menghitung laba bersih dengan benar. Hal ini mendukung temuan ([Wibawanti et al., 2020](#)) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik meningkatkan keterampilan pencatatan dan literasi keuangan UMKM.

Pada indikator perhitungan HPP, skor rata-rata pre-test adalah 45%, meningkat menjadi 83% pada post-test. Sebanyak 85% peserta berhasil menghitung HPP secara tepat menggunakan data riil usaha mereka. Hal ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan analitis peserta untuk menentukan harga jual yang rasional. Temuan ini sejalan dengan kajian ([Putri Salsabila et al., 2024](#)), yang menekankan pentingnya akurasi HPP dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar.

Pada indikator pemanfaatan digitalisasi, skor rata-rata pre-test adalah 41%, meningkat menjadi 75% pada *post-test*. Sebanyak 70% peserta membuat akun media sosial usaha baru (Instagram, WhatsApp Business, atau TikTok), dan 50% peserta mulai menggunakan aplikasi pencatat keuangan berbasis Android. Pencapaian ini membuktikan adanya transformasi nyata dalam strategi pemasaran dan pencatatan keuangan. Hal ini memperkuat studi (Putrie *et al.*, 2023), yang menegaskan relevansi media sosial dan aplikasi digital untuk memperluas pasar UMKM. Dampak nyata dari kegiatan yang dilakukan meliputi: (1) Efisiensi operasional meningkat: peserta rutin mencatat transaksi harian menggunakan aplikasi sederhana. (2) Pemasaran digital meluas: produk UMKM dipasarkan melalui Instagram dan TikTok, dengan peningkatan jumlah konsumen potensial. (3) Penetapan harga produk lebih rasional: HPP dihitung secara akurat, sehingga margin keuntungan lebih jelas. (4) Perubahan perilaku bisnis: peserta mulai menyusun rencana usaha berbasis data keuangan.

Selain dampak praktis, kegiatan ini juga berkontribusi akademik. Hasil penelitian memperkuat literatur pemberdayaan UMKM berbasis digitalisasi dan pelatihan praktis (Susanti *et al.*, 2023). Dengan demikian, penelitian ini menambah bukti empiris bahwa kombinasi antara literasi keuangan, akurasi HPP, dan adopsi teknologi digital menjadi kunci keberlanjutan UMKM di era modern. Kegiatan ini memberi dampak positif tidak hanya kepada pelaku UMKM secara individu, tetapi juga terhadap penguatan ekonomi lokal di Desa Suko. Dengan peningkatan kapasitas pelaku usaha, diharapkan terjadi *multiplier effect* yang turut mendorong pemberdayaan masyarakat sekitar.

4. Kesimpulan

Pelatihan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Sidoarjo di desa Suko terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam menyusun laporan keuangan sederhana, menghitung HPP, serta memanfaatkan platform digital untuk mendukung pemasaran produk secara luas. Melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Hal ini meningkatkan efisiensi operasional serta mendorong kemandirian usaha mikro dan kecil yang sebelumnya mengalami keterbatasan dalam pencatatan keuangan dan pemasaran. Peningkatan kompetensi peserta juga didukung oleh keberhasilan dalam adopsi teknologi digital seperti WhatsApp Business, Instagram, TikTok, dan aplikasi pencatat keuangan sederhana. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pengelolaan usaha UMKM sangat mungkin dilakukan asalkan didukung oleh pendampingan yang tepat.

Kegiatan ini juga menghasilkan luaran yang sejalan dengan indikator kinerja utama perguruan tinggi, seperti publikasi artikel ilmiah dan dokumentasi kegiatan. Ini menandakan bahwa pengabdian masyarakat tidak hanya berdampak langsung kepada masyarakat sasaran, tetapi juga berkontribusi terhadap capaian akademik institusi. Pelatihan ini memperkuat pemahaman bahwa pengelolaan keuangan yang baik dan pemanfaatan media digital merupakan kunci keberlanjutan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilanjutkan dan diperluas cakupannya ke wilayah lain agar semakin banyak pelaku UMKM yang merasakan manfaatnya secara berkelanjutan. dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di desa Suko.

Melalui pendekatan aplikatif dan interaktif, peserta memperoleh keterampilan dasar yang krusial dalam mengelola keuangan usaha serta strategi promosi digital. Program ini sejalan dengan upaya pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 1 (Pengentasan Kemiskinan), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), serta SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur).

Acknowledgement

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Ibu-ibu PKK desa Suko atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM peserta pelatihan atas partisipasi aktif dan semangatnya dalam mengikuti kegiatan serta Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Daftar Pustaka

- Afrini Fauziah, Amanda Viola, Andita Rheinisa Ardianti, Friska Maulida, & Eustasya Griselda Daeli. (2024). Peran UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(4), 83–92. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v2i4.2593>
- Aurellia, R. C., & Wediawati, T. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sosialisasi Pengenalan UMKM Untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata Ritan Baru. *Surya Abdimas*, 9(2), 289–300.
- Baraba, R., Ariningsih, E. P., & Murhadi, M. (2022). Teknologi Informasi untuk Memperkuat Branding dan Positioning yang Beretika Bagi Calon Pelaku Usaha. *Surya Abdimas*, 6(3), 588–595. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i3.1721>
- Eko Nursanty, Teodora M.F.B. Dasilva, Retno Ambarwati, Ery Fatarina, F. I. Z. (2023). Sosialisasi Pengembangan Umkm Untuk Menumbuhkan Potensi Kewirausahaan Di Kelurahan Wonoplumbon Kec Mijen Kota SEMARANG. 4, 3307–3316. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15202>
- Kurniawan, E. S., Ashari, A., & Maftukhin, A. (2021). Fun Science Project: Pendampingan Rancang Bangun Roket Air untuk Peserta Didik Tingkat SMA di Ponpes Modern Zam Zam Muhammadiyah Cilongok. *Community Empowerment*, 6(2), 230–237. <https://doi.org/10.31603/ce.4407>
- Munthe, A., M. Yarham, & Ridwana Siregar. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Naibaho, W., Nurcahyanto, H., & Marom, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Kandri, Kecamatan GUnungpati, Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19082>
- Putri Salsabila Indrawan Lubis, & Rofila Salsabila. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Putrie, R. A., Arifuddin, A., Ni'amah, M., Putri, S. K., & Iffah, N. (2023a). Pengembangan Program Pelatihan Keterampilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7554–7560. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19082>

- Putrie, R. A., Arifuddin, A., Ni'amah, M., Putri, S. K., & Iffah, N. (2023b). Pengembangan Program Pelatihan Keterampilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7554–7560.
- Susanti, A., Suratan Handayani, L., Komariah Hildayati, S., Hertati, L., & Rum Hendarmin, R. M. (2023). Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong Umkm Di Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7628–7635. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19133>
- Wibawanti, J. M. W., Mudawaroch, R. E., & Pamungkas, S. (2020). Inovasi Pengolahan Produk Turunan Madu Lebah Klanceng Menjadi Bee Polen Kapsul Sebagai Sumber Antioksidan di Desa Jelok Kecamatan Kaligesing, Purworejo. *Surya Abdimas*, 4(1), 19–24. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v4i1.471>