

## Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Jawa Depok Menuju Transformasi Digital Melalui Pelatihan Manajemen dan Pemasaran

### *Increasing the Competitiveness of Culinary UMKM Jawa Depok Towards Digital Transformation Through Management and Marketing Training*

Essy Malays Sari Sakti<sup>1\*</sup>, Nafisah Yuliani<sup>2</sup>, Dian Gustina<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Informatika, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Sistem Informasi, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta, Indonesia

#### *Abstract*

*Jawara Depok is an MSME community for Depok residents. Currently, many MSMEs in Depok have been around for a long time, but financial management is still carried out in a traditional way and in marketing their products they still use conventional methods which are ineffective in the current digital era, which allows MSMEs to sell and market their products online. This PKM activity aims to improve management knowledge for MSME actors so that the financial management of their business is carried out correctly and other goals are to improve marketing strategies so that MSME actors can compete and increase their sales. This activity uses the FGD method, Training, Technical Guidance. The results of this PKM activity show that MSME actors who take part in this activity can make simple financial reports and calculate the cost of production and can promote sales through tiktok with seller and affiliate accounts.*

**keywords:** *culinary, jawara depok, digital transformation*

#### **Abstrak**

Jawara Depok merupakan komunitas UMKM untuk warga Depok. Saat ini banyak UMKM di Depok yang sudah berdiri cukup lama, akan tetapi dalam pengelolaan keuangan masih dilakukan secara tradisional dan dalam pemasaran produknya masih menggunakan cara konvensional yang tidak efektif di era digital saat ini, yang memungkinkan Pelaku UMKM dapat menjual dan memasarkan produknya secara online. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan ilmu manajemen bagi Pelaku UMKM agar pengelolaan keuangan bisnisnya dilakukan secara benar dan tujuan lainnya untuk meningkatkan strategi pemasaran agar para pelaku UMKM dapat bersaing dan meningkatkan penjualannya. Kegiatan ini menggunakan metode FGD, pelatihan, bimbingan teknis. Hasil dari kegiatan PKM ini memperlihatkan bahwa para pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan ini dapat membuat laporan keuangan sederhana dan menghitung harga pokok produksi serta dapat mempromosikan penjualan melalui tiktok dengan akun penjual dan afiliasi.

**Kata Kunci:** kuliner, jawara depok, transformasi digital

\*Penulis Korespondensi:

Essy Malays Sari Sari, email: [emalays67@gmail.com](mailto:emalays67@gmail.com)



This is an open access article under the **CC-BY** license

## PENDAHULUAN

UMKM mempunyai peran dan strategis pada perekonomian Indonesia, hal ini karena UMKM relatif tahan terhadap krisis keuangan dan banyak menyerap tenaga kerja serta sebagai penyumbang terbesar bagi produk domestik bruto (Nurmala et al., 2022). Pada tahun 2018 UMKM menyumbang produk domestik bruto sebesar 57,24 %. Kementerian Koperasi dan UKM menjelaskan bahwa terdapat 64.2 juta unit usaha di Indonesia (Hilmiyah et al., 2022). Meskipun peran UMKM sangat penting dan strategis akan tetapi ketatnya kompetisi antar UMKM membuat posisi UMKM dalam kondisi yang tidak sehat (Basry dan Malays Sari, 2018).

Jawara Depok merupakan komunitas jaringan UMKM kota Depok, dengan jumlah anggota kurang lebih 5000 unit dengan usaha terbanyak berupa usaha kuliner sekitar 90 % dari jumlah yang ada. Usaha kuliner merupakan usaha yang menjanjikan bagi para pelaku UMKM, hal ini karena pasarnya yang sangat luas (Tahir et al., 2021). Salah satu program kerja dari Jawara Depok adalah memberi binaan pada anggotanya agar dapat berkembang. Akan tetapi beberapa anggotanya masih ada yang belum mengikuti pembinaan, sehingga dalam menjalankan bisnisnya masih menggunakan cara tradisional.

Menjalankan usaha dengan cara tradisional yang dilakukan oleh pelaku UMKM Jawara Depok untuk wilayah Cinere dan Limo, umumnya tidak memisahkan antara keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. Hal ini karena pelaku UMKM belum mempunyai pengetahuan dasar dan keterampilan tentang manajemen keuangan. Pencatatan keuangan yang dilakukan oleh UMKM secara teratur akan dapat mengetahui keadaan keuangan dan perkembangan usahanya (Anugrah et al., 2022). Laporan keuangan berperan sebagai alat untuk menganalisis kinerja keuangan dan memberi informasi mengenai hasil posisi keuangan, hasil operasi dan arus kas dapat menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi (Widjaja et al., 2018).

Pemasaran dan penjualan pelaku UMKM Jawara Depok untuk wilayah Cinere dan Limo masih menjual secara langsung atau penjualan melalui whatsapp. Dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam usaha sektor kuliner dan keberhasilan suatu bisnis kuliner dapat dilihat dari kegiatan pemasaran yang dapat menaikkan penjualan dan pendapatan dan pangsa pasar konsumen (Nasution et al., 2022). Pemasaran digital dapat mendongkrak penjualan produk dari suatu *brand*, (Emarawati et al., 2023). Penerapan strategi pemasaran digital sebaiknya diterapkan pada UMKM, karena dengan strategi pemasaran yang tepat akan memberikan dampak positif terhadap penjualan yaitu meningkatnya produktifitas, efisiensi serta pendapatan pelaku UMKM (Haryanto et al., 2022).

Pemahaman yang kurang akan manajemen keuangan dan literasi digital membuat pelaku UMKM Jawara Depok kurang serius dalam berbisnis, oleh karena itu perlu adanya motivasi. Motivasi merupakan dorongan internal seseorang untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha baru dengan mengakses informasi mengenai peluang usaha (Rubiyatno et al., 2020). Selain motivasi pelaku UMKM perlu memunculkan ide-ide baru dalam berinovasi produk. Pelaku usaha yang tidak berinovasi akan mati sebaliknya pelaku usaha yang melakukan inovasi secara terus menerus akan mampu menguasai pasar dengan kreativitasnya dalam penampilan produk yang baru (Ambarwati et al., 2022).

Dari uraian diatas dapat dituliskan masalah yang ada pada UMKM Jawara Depok yaitu manajemen keuangan masih dilakukan secara tradisional, sehingga laporan

keuangan belum optimal, mitra belum memahami penggunaan teknologi digital dan kewirausahaan digital dan kurangnya motivasi bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan atas Kerjasama antara Dosen, Mahasiswa dan Masyarakat khususnya UMKM Kuliner Jawa Depok (Sakti et al., 2022). Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah meningkatkan ketrampilan *hardskill* dan *softskill* para pelaku UMKM di wilayah kecamatan Limo dan Cinere kota Depok, Jawa Barat. Adapun keterampilan *hardskill* yang ingin ditingkatkan berupa pengetahuan dalam pembuatan laporan keuangan UMKM dan pengetahuan teknologi digital untuk UMKM. Sedangkan ketrampilan *softskill* yang ingin ditingkatkan berupa motivasi agar pelaku UMKM Jawa Depok menjadi lebih bersemangat, inovasi dan produktif.

## METODE

Kegiatan PKM terdiri dari dua kegiatan utama dan kegiatan saat ini merupakan rangkaian kegiatan pertama yang berlangsung mulai bulan Juli 2023 sampai bulan Agustus 2023. Kegiatan ini menggunakan 4 metode pendekatan yang pertama metode pendekatan *Focus Group Discussion* (FGD) yang merupakan pertemuan kelompok Tim PKM dan Mitra untuk berdiskusi tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Metode pendekatan kedua adalah Penyuluhan. Metode penyuluhan dilakukan dengan memberikan motivasi Mitra agar dapat meningkatkan semangat pelaku UMKM dalam berbisnis. Metode pendekatan ketiga adalah Pelatihan. Dengan memberi pelatihan ketrampilan pada Mitra dalam mengatasi masalah. Metode pendekatan keempat adalah bimbingan teknis dan pendampingan yang merupakan metode untuk membimbing dan mendampingi Mitra dalam mempraktekkan hasil dari pendekatan pelatihan. Tim PKM bertindak sebagai pengarah dan pembimbing. Dan terakhir metode pendekatan evaluasi yang merupakan proses terakhir yang dilakukan pada tahapan kegiatan PKM dengan ukuran ketercapaian kegiatan ini didasarkan pada peningkatan keterampilan Mitra dalam membuat laporan keuangan dan hasil pembuatan video pendek di tik-tok dengan akun penjual dan afiliasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan menggunakan metode pendekatan yaitu *Focus group discussion*, penyuluhan, pelatihan, bimbingan teknis dan pendampingan serta evaluasi

### ***Focus Group Discussion (FGD)***

*Focus group discussion* atau diskusi kelompok merupakan suatu proses pengumpulan informasi mengenai suatu masalah spesifik melalui diskusi kelompok (Situmorang dan Silalahi, 2019). Untuk mengetahui fokus masalah yang ada pada Mitra maka diskusi awal dilakukan antara Tim PKM dengan Pengurus Jawa Depok pada saat survey ke tempat Mitra yang berada di kelurahan Meruyung, Limo, Kota Depok, Jawa Barat, pada tanggal 23 Maret 2023. Tim PKM dan Pengurus Jawa Depok bertukar informasi tentang profil masing-masing dan dilanjutkan dengan pembahasan tentang permasalahan yang ada pada pelaku UMKM Jawa Depok dan bagaimana solusi serta target luaran yang akan dicapai, agar dapat diangkat dalam kegiatan PKM ini. Dari hasil diskusi ada 7 point yang menjadi masalah akan tetapi yang diangkat untuk pelaksanaan PKM pada kegiatan pertama hanya dilaksanakan untuk 3 point permasalahan dan sisanya akan dilakukan pada kegiatan PKM yang kedua. Adapun solusi dan target luaran dari 3

point masalah yang dilaksanakan disajikan pada Tabel 2. Kegiatan ini diakhiri dengan penandatanganan surat kerjasama Tim PKM dengan Mitra ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. ( a) Diskusi (b) Penandatanganan surat kerjasama

Tabel 2. Permasalahan, Solusi dan Target Luaran

Permasalahan	Solusi	Target Luaran
Manajemen Keuangan masih dilakukan secara tradisional, sehingga laporan keuangan belum optimal	Pelatihan pembuatan laporan keuangan untuk UMKM	Peningkatan pengetahuan UMKM tentang pembuatan keuangan 100% dan dapat membuat laporan keuangan sederhana untuk usahanya
Mitra belum memahami penggunaan teknologi digital dan kewirausahaan digital.	Pelatihan dan Bimbingan Teknis tentang teknologi digital bagi UMKM	Mitra paham dan dapat menggunakan media sosial, ecommerce dan marketplace sebagai media pemasaran & penjualan serta aplikasi keuangan yang akan meningkatkan omzet penjualan naik 100%.
Kurangnya Motivasi bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya	Penyuluhan meningkatkan motivasi dan Strategi pemasaran serta cara melihat peluang bisnis	Mitra menjadi bersemangat dan kreatif serta produktif dengan peningkatan 100%

### Penyuluhan dan pelatihan

Pelaksanaan penyuluhan dilakukan pada tanggal 18 agustus 2023 di Kecamatan Cinere, Depok, Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada jam 08.00 WIB sampai jam 17.00 WIB, yang dibagi menjadi 4 kegiatan.

Kegiatan pertama adalah Penyuluhan dan pelatihan pembuatan laporan keuangan untuk UMKM. Pada kegiatan ini Narasumber menjelaskan tentang alur pembukuan keuangan sederhana mulai dari penentuan saldo awal, indentifikasi atas transaksi dan penempatan pencatatan dikredit atau di debit pada buku kas. Adapun alur pembukuan sederhana yang dijelaskan oleh Narasumber, bahwa pelaku usaha harus mencatat semua transaksi baik transaksi penjualan maupun transaksi pembelian bahan baku dan bahan lainnya yang mendukung kegiatan usaha. Selanjutnya narasumber menjelaskan bagaimana cara memasukkan transaksi tersebut kedalam buku besar. Sebelum dijelaskan tentang bagaimana cara membuat buku kas, narasumber menjelaskan tentang saldo awal dan bagaimana menentukan saldo awal. Saldo awal merupakan jumlah uang atau barang

dalam nilai uang yang dimiliki oleh pengusaha dalam memulai usahanya. Selain itu juga menjelaskan tentang cara menghitung harga pokok produksi. Selesai pemaparan, dilanjutkan dengan praktek. Setiap peserta mempraktekkan yang telah dijelaskan oleh narasumber.

Kegiatan kedua adalah penyuluhan dengan judul materi memotivasi pelaku UMKM untuk sukses dengan strategi pemasaran digital dan pandai melihat peluang bisnis. Adapun penjelasan dari narasumber bahwa pelaku UMKM Jawa Depok harus memahami tentang etika dalam berbisnis, harus bersikap positif, harus kreatif dan inovatif. Dalam presentasinya narasumber menyisipkan video yang dapat membangkitkan semangat pada peserta.

Kegiatan ketiga adalah Penyuluhan dan pelatihan manajemen pengembangan produk metode scamper. Narasumber menjelaskan metode scamper yang merupakan teknik *brainstorming* ide yang dapat digunakan bersama tim untuk mengembangkan produk dengan mengganti satu atau beberapa elemen dari produk, merubah satu atau beberapa resep (ingredients) atau mengganti cara proses produksi dari produk yang ada atau dengan lainnya dengan menggunakan 7 pertanyaan dari metode scampers tersebut yaitu : *subtitute*/pengganti, *combine*/menggabungkan, *adapt*/menyesuaikan, *modify*/modifikasi, *Put to another use*/gunakan untuk sesuatu yang lain, *elinate*/menghilangkan, *reverse*/membalikkan. Kegiatan selanjutnya peserta mempratekkan yang telah dijelaskan oleh narasumber.

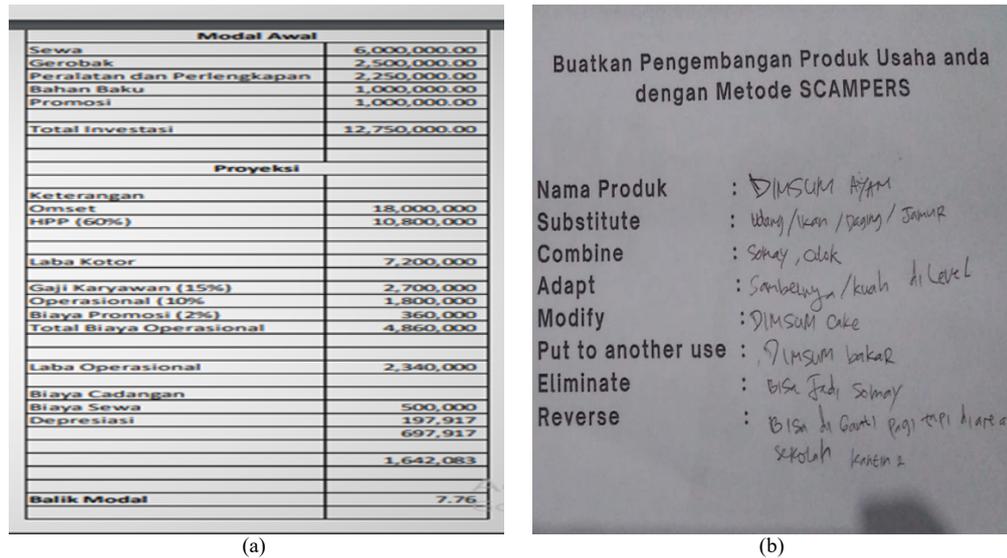
Kegiatan keempat adalah penyuluhan dan pelatihan dengan judul materi ecommerce sebagai media pemasaran dan penjualan. Narasumber menjelaskan bagai mana membuat akun penjual pada marketplace shopee dan tiktok serta akun afiliasi. Saat praktek peserta diminta untuk menjual produknya dengan menggunakan akun shopee dan membuat video pendek menggunakan aplikasi tik-tok dengan menggunakan akun penjual dan akun afiliasi. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan disajikan pada gambar 2 dan setelah selesai kegiatan penyuluhan Tim PKM dan Mitra serta peserta berfoto bersama seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. (a) Presentasi narasumber (b) Pelatihan metode scamper**

### **Bimbingan teknis dan pendampingan**

Kegiatan bimbingan teknis dan pendampingan dilakukan dalam mengatasi permasalahan yang ada serta pencapaian target luaran berupa keberhasilan dalam pembuatan laporan keuangan UMKM, peningkatan pemasaran dengan menggunakan aplikasi marketplace dan tiktok, peningkatan jumlah produk dengan melakukan inovasi.



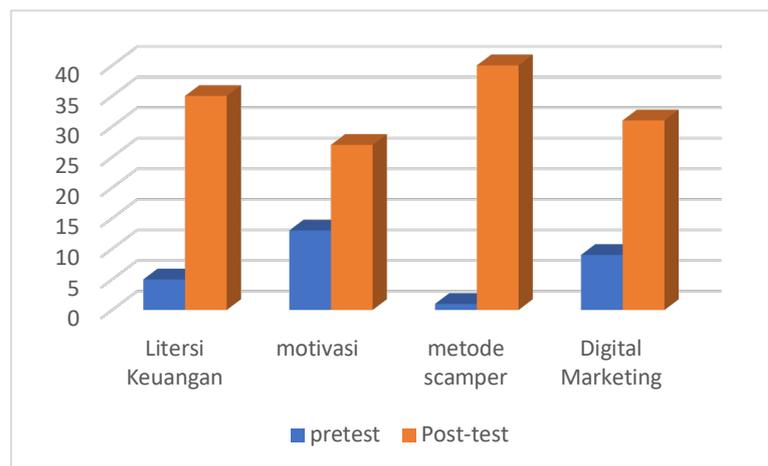
Gambar 3. (a) laporan keuangan (b) Rancangan inovasi produk

**Evaluasi**

Proses evaluasi untuk meningkatkan pengetahuan peserta dilakukan dengan membandingkan hasil *pretest* dan *post-test*.

sedangkan proses evaluasi meningkatkan ketrampilan dinilai hasil pembuatan laporan keuangan dan hasil rancangan inovasi produk dengan metode scamper serta keberhasilan pembuatan akun shopee, tiktok dan keberhasilan pembuatan vidio pendek.

Perbandingan pengetahuan tentang literasi keuangan, motivasi, metode scamper dan literasi digital marketing pada saat pretest dan post-test disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan nilai *pretest* dan *posttest* untuk pertanyaan dasar

*Pretest* dilakukan untuk mengetahui pemahaman pengetahuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan dan pelatihan. Menurut Romayulis, *pretest* merupakan alat evaluasi materi yang akan diajarkan pada peserta pelatihan pada saat itu (Adri, 2020). Dari grafik yang ada terlihat *pretest* dilakukan pada peserta pelatihan dengan jumlah 40 orang dan memperlihatkan pemahaman pengetahuan tentang literasi keuangan hanya dipahami oleh 5 peserta, yang memiliki motivasi hanya 13 peserta, peserta yang mengenal metode scamper hanya 1 peserta dan mengerti tentang digital marketing sebanyak 9

peserta. Secara keseluruhan jika dirata-ratakan maka rerata *pretest* sebesar 28 %.

Setelah penyuluhan dan pelatihan maka dilakukan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pemahaman pengetahuan peserta. Dari grafik yang ada memperlihatkan peningkatan untuk pemahaman pengetahuan literasi keuangan meningkat menjadi 35 peserta, peningkatan motivasi pada peserta menjadi 27 peserta dan pemahaman tentang metode scamper meningkat menjadi 40 orang sedangkan yang mengerti tentang digital marketing meningkat menjadi 31 peserta, sehingga rerata *post-test* meningkat menjadi 70%.

Peningkatan pemahaman pengetahuan tentang literasi keuangan, motivasi, metode scamper dan digital marketing terlihat signifikan dari 28% meningkat menjadi 70 %. peningkatan ini terjadi karena pelatihan dan penyuluhan memberi pengaruh yang efektif terhadap pengetahuan peserta kegiatan (Saleh dan Kunoli, 2019).

*Pretest* dan *post-test* pada kegiatan PKM dilakukan karena *pretest* dan *post-test* memiliki dampak positif terhadap persiapan peserta berpartisipasi dalam konsultasi dan pelatihan (Salim, 2018) .

Peningkatan keterampilan dalam pembuatan laporan keuangan dan perancangan inovasi produk dan pembuatan akun shopee, tiktok dan vidio pendek pada tiktok sebesar 100%, hal ini karena semua peserta berhasil dalam pembuatan kegiatan tersebut hanya saja yang membedakan waktu selesai pembuatannya.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan untuk memotivasi pelaku usaha dan pelatihan pembuatan laporan keuangan, pelatihan manajemen pengembangan produk metode scamper serta pelatihan pembuatan akun shopee sebagai penjual dan pembuatan vidio pendek melalui aplikasi tik-tok menggunakan akun penjual dan afiliasi telah dilaksanakan dengan baik untuk anggota UMKM Kuliner Jawara Depok, yang berada di wilayah Kecamatan Limo dan Cinere. Hasil dari penyuluhan, pelatihan dan pendampingan memperlihatkan peningkatan literasi keuangan, motivasi, manajemen pengembangan produk dengan metode scamer dan literasi digital marketing memperlihatkan peningkatan sebesar 70 % dari awal hanya 28 % dan peningkatan keterampilannya dari pembuatan laporan keuangan, rancangan inovasi produk dengan metode scamper dan pembuatan akun shopee, tiktok serta pembuatan vidio pendek untuk tiktok sebesar 100 %.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adri, R.F., 2020. Pengaruh Pre-Test Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Pada Mata Kuliah Ilmu Alamiah Dasar. *MENARA Ilmu Jurnal Kajian dan Penelitian Ilmiah*. 14(1), 81-85.
- Ambarwati, A., Yuliana, D.P., Sari, M.P., Yolanda, S., Putra, R.B., 2022. Penerapan Literasi Keuangan dan 12 Prinsip Dasar Pada Umkm Emping Kedelai Marem. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1), 38-42. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3184> .
- Anugrah, D., Basori, H., Putra, M.R., 2022. Pelatihan Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Kelurahan Baros, Kecamatan Baros, Sukabumi, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Dharma Masyarakat*. 2(2), 212-216. <http://dx.doi.org/10.32493/jpdm.v2i2.19638>.
- Basry, A., Malays Sari, E., 2018. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi

- (Tik) Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ikhrat Informatika*. 2(3), 53-60.
- Emarawati, J.A., Sari, Y., Sari Sakti, E.M., Suhandono, E., 2023. Berbisnis Cerdas di Era Digital Untuk Siswa-Siswi SMK Global Prima Islamic School Bekasi. *IKRA-ITH ABDIMAS*. 6(2), 135–139. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2418>.
- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., Quinn, F., 2022. Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 2(2), 181-186. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494>.
- Hilmiyah, N., Erwin Permana, Iha Haryani Hatta, Murti Widyaningsih, 2022. Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19. *JRB- Jurnal Riset Bisnis*. 5(2), 226-245. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i2.3391>.
- Nasution, D.P., Faried, A.I., Farhan, A., 2022. Analisis Pengaruh Usaha Kuliner Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm di Kecamatan Medan Selayang. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*. 7(1), 116–121.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., Novalia, N., 2022. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(1), 65-74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>.
- Rahmawati, H.T., Rubiyanto, R., Sutadi, T., Adinata, P. V., 2020. Peningkatan Motivasi dan Kreativitas Berwirausaha Masyarakat Pedukuhan Pace A Kabupaten Gunung Kidul. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP 2020*.
- Sakti, E.M.S., Shafenti, S., Pramestari, D., 2022. Pengembangan UMKM Pengrajin Tahu Rumahan Melalui Diversifikasi Ampas Tahu Dengan Penjualan Melalui Marketplace di Kecamatan Cimanggis, Depok. *Jurnal IKRA-ITH ABDIMAS*. 5(3), 90-96. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2199>.
- Saleh, A., Kunoli, F.J., 2019. Pengaruh Penyuluhan dan Pelatihan Melalui Media Leaflet Terhadap Pengetahuan Kader Phbs di Kecamatan Ratolindo Kabupaten Tojo Una-Una. *Jurnal Kesehatan Masyarakat* 8(2), 159-164.
- Salim, M.B., 2018. Pengaruh Pemberian *pretest* dan *posttest* terhadap Kesiapan dan Hasil Belajar IPA Siswa Kelas VII di SMP Negeri 7 Metro Tahun Pelajaran 2015/2016. *Kappa Journal*. 2(1), 1-8.
- Situmorang, B.A., Silalahi, K.L., 2019. Pengaruh Focus Group Discussion Tentang Pelaksanaan Uji Kompetensi Terhadap Tingkat Kecemasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan*. 4(2), 220-227. <http://dx.doi.org/10.30829/jumantik.v4i2.5612>.
- Tahir, T., Ihsan Said Ahmad, M., Rijal, S., Hasan, M., 2021. Perilaku Berwirausaha UMKM Sektor Kuliner dalam Perspektif Literasi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*. 1(1), 144-154.
- Widjaja, Y.R., Fajar, C.M., Bernardin, D.E.Y., Mulyanti, D., Nurdin, S., 2018. Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Industri Konveksi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(1), 163-179.