



PENINGKATAN DAYA SAING UKM BUNGA ANGGREK MELALUI PELATIHAN SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PERHITUNGAN BEBAN PENYUSUTAN

Yunia Reza Herawati¹, Nurun Fauqo Nur², Pramida Cantika Mahalti³, Nur Hidayah Isnaini⁴, Faizul Abrori⁵, Moh. Ramadani⁶, Wasifatul Kamila⁷, Moh. Faisol⁸

¹⁻⁸Universitas Wiraraja, Sumenep

E-mail: yuniareza1103@gmail.com

Article History:

Received: 1 Maret 2025

Revised: 13 Maret 2025

Accepted: 17 Maret 2025

Keywords: *Social Media Marketing*, Penyusutan Aset, Daya Saing

Abstrak: *UMKM memiliki peran vital dalam mendukung pembangunan nasional dan kesejahteraan masyarakat sehingga peningkatan tata kelola dan pengembangannya menjadi penting. Pada pengabdian ini melakukan sosialisasi dan pelatihan pada UKM Bunga Anggrek dengan fokus utama berdasarkan hasil observasi awal adalah pemanfaatan social media marketing dan perhitungan beban penyusutan. Pengabdian ini akan memberikan dampak pada mengenalnya masyarakat luas pada produk-produk UKM Bunga Anggrek dan pemahaman perhitungan beban penyusutan aset tetap. Kegiatan ini dilakukan melalui lima tahapan yang terdiri dari observasi awal, membantu dan partisipasi kegiatan produksi, pelatihan, dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi atas kegiatan yang dilakukan, pelaku usaha memahami dan dapat melakukan perhitungan biaya penyusutan terhadap alat dan mesin yang mereka miliki, sehingga dapat mengantisipasi adanya kerusakan mesin yang digunakan. Selain itu pelaku UKM juga dapat dengan mudah mengoperasikan aplikasi instagram sebagai salah satu social media yang digunakan dalam pemasarannya, dan juga aplikasinya sebagai wadah pembuatan konten yang nantinya akan di upload dalam aplikasi instagram.*

Pendahuluan

Masyarakat memiliki peran vital dalam mendukung pembangunan nasional dan keberlangsungan hidupnya. Masyarakat memiliki potensi dan mampu mengidentifikasi lingkungannya dengan menemukan peluang usaha bahkan membuka peluang untuk masyarakat lainnya. Peluang tersebut dapat membantu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan mengenalkan potensi daerah kepada masyarakat luas melalui kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Permana et al., 2020; Rahmadani, 2021). UMKM memiliki peran besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Mulyono, 2021; Vinatra, 2023) dan mengurangi tingkat pengangguran (Ilmi, 2021). Berdasarkan data kemenkeu UMKM memberikan kontribusi dalam perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap kurang lebih 97% dari total tenaga kerja yang ada serta menghimpun samai 60.4% dari total investasi (Junaidi, 2023).



Tabel 1. Data UMKM Tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	1.52%

Sumber: KADIN Indonesia

Perkembangan UMKM tersebut merata mulai dari kota-kota besar hingga pedesaan di Indonesia (Sarfiah et al., 2019). Pertumbuhan UMKM yang cukup pesat dan menjadi salah satu penopang perekonomian nasional ternyata masih banyak kendala yang dihadapi antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia (Sentoso et al., 2023), kurangnya pemahaman terkait teknologi, pencatatan keuangan, kurangnya pembinaan, dan sulitnya memperoleh perizinan usaha serta keterbatasan mesin produksi (Setiyani et al., 2022). Oleh karena itu pemerintah terus berupaya menyusun strategi dalam mendorong dan memaksimalkan potensi UMKM di Indonesia dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Novitasari, 2022).

Salah satu UMKM yang berproses di kabupaten Sumenep adalah UKM Bunga Anggrek yang dimiliki oleh Bapak Andika. UKM Bunga Anggrek ini memproduksi berbagai macam varian produk seperti mie jagung, minuman herbal dan kue sagun. Hasil produk yang dihasilkan dipasarkan dengan sistem pesanan dititipkan yang bekerjasama dengan toko kecil serta apotek. Berkaitan dengan peran pemerintah, UMKM Anggrek juga memperoleh bantuan berupa mesin produksi, beberapa diantaranya yakni mesin penggiling adonan, mesin pengaduk serta mesin *packing*. Peralatan yang dimiliki belum dilakukan perhitungan biaya penyusutan sebagaimana prinsip akuntansi pada umumnya, memungkinkan diakhir masa manfaat pemilik akan kesulitan untuk memperoleh kembali peralatan tersebut.

Peralatan sebagai aset tetap merupakan salah satu bagian penting dalam kegiatan operasional sehingga membutuhkan pengelolaan (keuangan) yang baik. Tanpa adanya aset tetap (mesin produksi) kegiatan operasional tidak akan terlaksana (Rusliyawati et al., 2021). Aset tetap seperti mesin produksi memiliki masa manfaat lebih dari satu tahun, dan akan mengalami penurunan nilai akibat pemakaian secara terus menerus sehingga diperlukan pengelolaan aset tetap dengan cara melakukan penyusutan. Penyusutan merupakan proses alokasi harga perolehan aset tetap menjadi biaya yang berlaku sebagai pengurangan dalam menghitung laba usaha (Rusliyawati et al., 2021). Selaras dengan apa yang disampaikan Novianti dan Epi (2023) bahwa saat ini UMKM hanya lebih berfokus kepada peningkatan sistem kinerjanya di bidang operasional sehingga menyebabkan kebanyakan dari UMKM tidak adanya pencatatan dan pelaporan keuangannya (Faisol et al., 2023). Perhitungan beban penyusutan yang banyak digunakan yakni metode garis lurus karena metode ini lebih mudah diterapkan dan nilai penyusutan yang dibebankan setiap tahunnya sama besar dimana rumus perhitungannya adalah

$$(Harga\ perolehan - Nilai\ residu) : Masa\ Manfaat$$

Permasalahan yang lain yaitu di bidang pemasaran yang banyak memanfaatkan rekanan, toko-toko yang sudah bekerjasama dan apotek sehingga butuh jangkauan pasar yang lebih luas lagi dari UKM Bunga Angrek. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi informasi metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Afrilia, 2018; Pramusinta, 2022). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital (Randika, 2018) seringkali disebut dengan digital *marketing* menjadi peluang bagi sekaligus media bagi UKM Bunga Angrek agar produknya dikenal secara merata oleh berbagai kalangan dan wilayah. Alhasil volume produksi yang dilakukan lebih optimal dan tingkat pendapatan yang diperoleh juga meningkat. Maka, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengimplementasikan perhitungan biaya penyusutan aset tetap yang dimiliki oleh UKM Bunga Angrek seperti mesin dan peralatan lainnya serta pemasaran produk melalui *content* pada *social media*.

Metode Pelaksanaan

Untuk memaksimalkan hasil dan meningkatkan pemahaman pelaku UKM Bunga Angrek maka kegiatan pengabdian ini dikemas dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan terkait perhitungan biaya penyusutan aset tetap dan pemasaran melalui *social media* dengan tahapan sebagaimana pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pertama, tim melakukan observasi pada tempat pengabdian dengan mendatangi tempat UMM Bunga Angrek di Desa Kebun Dadab Barat Kecamatan Saronggi. Kami mengamati proses produksi minuman herbal dan mie jagung serta bentuk kemasan yang ditawarkan. **Kedua, tim melakukan observasi awal** dengan melakukan wawancara, metode ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk mendapatkan data yang akurat tentang UKM Bunga Angrek serta kendala yang dihadapi dalam memproduksi produk hingga pemasaran. **Ketiga, tim membantu proses produksi** hingga pengemasan. Pada tahap ini kami dapat mengetahui secara langsung bagaimana proses produksi lebih detail sehingga mampu mengidentifikasi



kendala apa saja yang terjadi pada proses tersebut. **Keempat, tim melakukan melakukan pengabdian** kepada UKM Bunga Anggrek dengan cara sosialisasi dan pelatihan. Pada metode sosialisasi, tim menjelaskan pentingnya pemasaran melalui content pada sosial media instagram serta perhitungan penyusutan aset tetap. Selanjutnya, diberikan pelatihan bagaimana melakukan pemasaran melalui media sosial dengan berupa content serta cara menghitung biaya penyusutan untuk masing-masing aset tetap yang dimiliki oleh UKM Bunga Anggrek. **Kelima, tim melakukan evaluasi** atas pemahaman dalam mengimplementasikan pemasaran melalui *content* pada *social media* instagram serta perhitungan penyusutan aset tetap sebagai indikator atas keberhasilan kegiatan yang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UKM Bunga Anggrek melibatkan sebanyak delapan orang yang terdiri dari tujuh orang mahasiswa dan satu orang dosen pendamping. Sebelum pengabdian ini dilaksanakan, kami telah melakukan observasi, wawancara dan membantu proses produksi hingga pengemasan. Berikut hasil dan pembahasan pengabdian sesuai metode yang kami laksanakan.

Pertama, tim melakukan observasi. Pada tahap awal, tim mendatangi UKM Bunga Anggrek untuk mengamati kegiatan operasional yang dilakukan pada hari Sabtu, 27 April 2024 bertempat di rumah produksi. Pada kegiatan ini kami dipandu Bapak Andika sebagai pemilik usaha. Kami mengamati proses produksi mie jagung dan minuman herbal serta kemasan yang ditawarkan. Pada kegiatan tersebut kami mengetahui bahwa ternyata mereka memiliki mesin produksi yang cukup banyak untuk mendukung kegiatan operasional UKM Bunga Anggrek. Selain itu, kami juga berpendapat bahwa kemasan yang mereka tawarkan unik dan tidak pasaran. Pada kemasan tersebut, mereka juga menonjolkan keunggulan dan manfaat dari produknya sehingga perlu untuk dipasarkan lebih luas lagi. Gambar 2 di bawah ini merupakan dokumentasi kegiatan observasi.



Gambar 1. Tim melakukan observasi



Kedua, tim melakukan pra research. Setelah melakukan observasi, tim melakukan *pra research* pada hari Sabtu, 4 Mei 2024 dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan Bapak Andika dengan tujuan mengidentifikasi dan mendalami permasalahan. Kami melakukan tanya jawab mengenai beberapa hal mulai dari perolehan bahan baku, teknik pemasaran hingga kendala yang dialami selama memproduksi. Bapak Andika menyampaikan bahwa bahan baku produk yang mereka jual merupakan hasil panen sendiri dikarenakan harga pasar yang tidak menentu nantinya dapat mempengaruhi harga jual produk sehingga jika bahan baku berasal dari hasil panen sendiri cukup ekonomis bagi usaha mereka. Beberapa bahan baku yang mereka panen sendiri yakni kunyit dan temulawak. Lebih lanjut, kami juga mengetahui bahwa UKM Bunga Anggrek telah melakukan pemasaran melalui *social media* namun belum maksimal dikarenakan postingan yang diunggah hanya berupa foto produk dan tidak memberikan informasi terkait keunggulan dan khasiat dari produk yang ditawarkan. Sehingga kami memilih *social media marketing* sebagai salah satu topik pengabdian yang akan kami lakukan. Gambar 3 di bawah ini merupakan dokumentasi kegiatan *pra research*.



Gambar 3. Wawancara dengan pemilik UKM Bunga Anggrek

Ketiga, membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan produksi. Untuk mengidentifikasi lebih detail terkait kendala yang dialami UKM Bunga Anggrek selama memproduksi mie jagung dan minuman herbal, maka tim juga ikut membantu memproduksi mie jagung hingga pengemasan dengan tujuan mengetahui lebih mendalam dan praktis kegiatan yang dilakukan beserta permasalahan yang dihadapi. Proses produksi dan pengemasan mie jagung ternyata menggunakan banyak mesin produksi, beberapa diantaranya mesin mixer, penggiling dan siller. Mesin produksi tersebut berkontribusi dalam kegiatan operasional UKM Bunga Anggrek, namun belum pernah dihitung biaya penyusutan setiap mesin tersebut. Sehingga pada kegiatan ini kami juga memilih biaya penyusutan sebagai topik kedua dalam pengabdian yang akan kami lakukan selanjutnya. Kegiatan ini dilakukan pada hari Sabtu, 4 Mei 2024 di rumah produksi dengan dokumentasi kegiatan sebagaimana Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Membantu kegiatan produksi dan pengemasan mie jagung

Keempat, tim melakukan sosialisasi dan pelatihan. Setelah melakukan observasi dan wawancara, tim dapat mengetahui kendala dan permasalahan pada UKM Bunga Anggrek yakni kurang maksimalnya pemasaran melalui sosial media serta belum dihitungnya biaya penyusutan pada mesin produksi dan pengemasan. Selanjutnya tim merancang materi terkait *social media marketing* serta perhitungan biaya penyusutan yang akan disampaikan saat sosialisasi dan pelatihan kepada UKM Bunga Anggrek pada hari Sabtu, 18 Mei 2024. Uraian masing-masing kegiatan adalah sebagai berikut.

a. Social media marketing

Social media marketing adalah bentuk pemasaran digital yang memanfaatkan kekuatan jejaring media sosial seperti intagram, dan lainnya untuk melakukan pemasaran dan branding produk UKM Bunga Anggrek. Akan tetapi ini bukan hanya tentang membuat akun bisnis lalu mengunggah foto seadanya, namun *social media marketing* ini membutuhkan strategi yang berkembang dengan tujuan yang terukur. Pelaku UMKM perlu memahami bagaimana kinerja dari strategi *social media marketing* agar keseluruhan program pemasaran yang direncanakan dapat terealisasi dengan baik. Gambar 5 di bawah ini merupakan dokumentasi kegiatan sosialisasi dan pelatihan *social media marketing*.



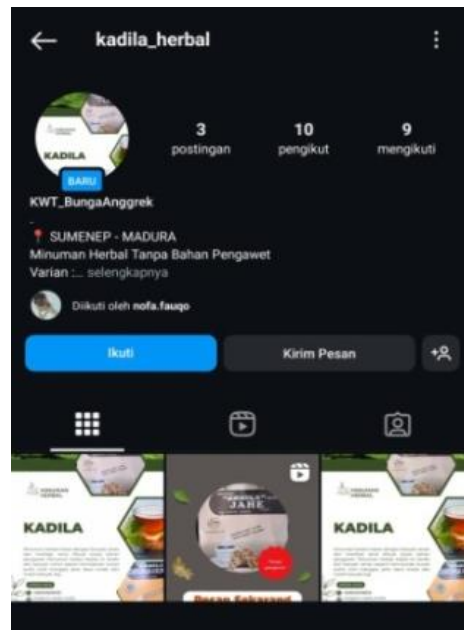
Gambar 5. Sosialisasi dan pelatihan social media marketing



Proses sosial media *marketing* pada produk minuman herbal “**Kadila_Herbal**” diawali dengan kegiatan sosialisasi kepada pelaku UMKM yaitu Bapak Andika terkait dengan social media marketing yang akan dilaksanakan. Kami menjelaskan pentingnya pemasaran produk melalui *social* media dengan berbagai konten yang menarik sehingga nantinya dapat meningkatkan pelanggan. Selanjutnya, proses pembuatan akun *social* media instagram, dimana pelaku UMKM dibuatkan akun media sosial dan diberikan pemahaman terkait tatacara penggunaan *social* media instagram serta cara promosi melalui *social* media instagram. Setelah proses pembuatan akun instagram dan pengenalan berbagai fitur akun instagram, peneliti melanjutkan untuk memberikan pemahaman bagaimana cara promosi melalui *social* media instagram.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan *social media marketing*: (1) *Pengetahuan tentang audiens*, platform apa yang mereka gunakan, kapan mereka menggunakannya dan mengapa, konten apa yang mereka sukai, siapa lagi yang mereka ikuti, dan banyak lagi; (2) *Identitas merek*, Apa pesan yang ingin disampaikan kepada audiens? Apa harapan dari reaksi audiens ketika melihat konten yang dibuat?; (3) *Strategi konten*: Meskipun ada tingkat spontanitas di sosial, tetapi perlu strategi konten yang terstruktur agar dapat memiliki suara yang konsisten dan menghasilkan konten berkualitas secara teratur. Konten yang dibuat untuk UKM Bunga Anggrek dikemas secara sederhana dan informatif untuk mempermudah pemahaman audiens; (4) *Analytics*, informasi tentang strategi yang dilaksanakan, termasuk siapa audiens yang dijangkau, konten mana yang tepat untuk dibagikan, kapan waktu terbaik untuk memposting; (5) *Aktivitas rutin*: *social* media adalah platform *real-time*. Jika ingin menggunakannya untuk mengembangkan bisnis, maka perlu mengunggah konten secara teratur yang mempertahankan ciri khas bisnis. Hal ini dilakukan dengan membuat *content planning* atau rencana konten yang akan diunggah agar proses *upload* lebih terstruktur; dan (6) *Inbound Approach*, tidak perlu berfokus pada promosi bisnis, pengguna hanya perlu fokus pada penambahan nilai melalui konten yang bermanfaat dan menarik, serta membangun. Hal ini, secara tidak langsung akan mempromosikan bisnis dan orang lain juga akan mempromosikannya.

Setelah melaksanakan beberapa tahapan di atas, maka diperlukan implementasi nyata yaitu mengunggah hasil foto produk di akun instagram beserta caption yang menarik. Analisis dengan teknik analisis sederhana memberikan hasil bahwa dari promosi *social* media instagram dari UKM Bunga Anggrek mendapatkan respon baik dari masyarakat dan menjadikan produk semakin dikenal oleh masyarakat. Terlihat dari adanya peningkatan pengikut di media sosial instagram yang semakin bertambah sebagaimana gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Akun Instagram UKM Bunga Anggrek

b. Perhitungan Biaya Penyusutan Aset Tetap-Mesin Produksi

Setiap aset tetap yang dimiliki suatu UMKM sangat berkontribusi pada kegiatan operasional. Sehingga jika digunakan terus menerus setiap produksi maka nilai aset tetap berupa mesin produksi akan menyusut. Maka dari itu perlu untuk dihitung biaya penyusutan mesin. Pada kegiatan sosialisasi ini, kami menjelaskan pentingnya menghitung biaya penyusutan setiap aset tetap yang dimiliki. Kami juga menjelaskan bahwa perhitungan biaya penyusutan juga dapat meminimalisir kerugian pada UKM Bunga Anggrek karena jika penyusutan mesin sudah dihitung sebelumnya maka dimasa yang akan datang mereka dapat melakukan biaya perawatan mesin dengan biaya yang ditetapkan sehingga biaya yang akan dikeluarkan suatu saat juga sudah dihitung dan disiapkan. Gambar 7 di bawah ini merupakan dokumentasi kegiatan sosialisasi dan pelatihan perhitungan beban penyusutan.



Gambar 7. Sosialisasi dan Pelatihan Menghitung Beban Penyusutan



Selain itu, kami juga memberi pengetahuan terkait bagaimana cara menghitung biaya penyusutan mesin. Pada pelatihan ini kami menyarankan menggunakan biaya penyusutan metode garis lurus karena pada umumnya dapat mudah dimengerti. Tabel 2 di bawah ini merupakan hasil dari perhitungan beban penyusutan pada UKM Bunga Anggrek

Tabel 2. Hasil Perhitungan Beban Penyusutan

Nama Aset Tetap	Harga Perolehan (Rp)	Nilai Residu (Rp)	Taksiran Masa Manfaat (Thn)	Nilai Penyusutan (Rp)
Mixer	Rp 14,000,000	Rp 2,800,000	30	Rp 373,333
Pemadat	Rp 16,000,000	Rp 3,200,000	30	Rp 426,667

*)data hanya sebagian sebagai contoh perhitungan saja

Berdasarkan hasil perhitungan penyusutan aset tetap pada UKM Bunga Anggrek, kesimpulannya bahwa beban penyusutan untuk metode garis lurus setiap bulannya tetap sama. Artinya aset tetap yang ada di UKM Bunga Anggrek memberikan kontribusi yang merata di sepanjang masa penggunaannya, sehingga aset tetap mengalami tingkat penurunan fungsi yang sama dari periode ke periode hingga aset ditarik dari penggunaannya.

Kelima, tim melakukan evaluasi. Setelah melaksanakan pengabdian, selanjutnya tim mengevaluasi pemahaman dalam mengimplementasikan pemasaran melalui content pada sosial media instagram serta perhitungan penyusutan aset tetap sebagai indikator atas keberhasilan kegiatan yang dilakukan. Pemilik UKM Bunga Anggrek kini telah memahami bagaimana menyampaikan informasi dan keunggulan produk mereka melalui content yang diunggah pada akun instagram serta perhitungan biaya penyusutan mesin produksi. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan followers pada akun @kadila_herbal dan konten yang diunggah sesuai dengan desain mereka (Gambar 6 di atas). Selain itu, pemilik UKM Bunga Anggrek juga mengetahui rumus untuk menghitung biaya penyusutan dengan formula sederhana (Harga Perolehan – Nilai Sisa : Masa Manfaat Aset).

Kesimpulan

Pada kegiatan pengabdian ini pelaku UKM anggrek dapat mengikuti dan memahami pelatihan social media marketing dan perhitungan beban penyusutan aset tetap dengan baik tanpa mengalami hambatan yang berarti sehingga dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan dan rencana yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil evaluasi, pelaku usaha memahami dan dapat melakukan perhitungan biaya penyusutan terhadap alat dan mesin yang mereka miliki, sehingga dapat mengantisipasi adanya kerusakan mesin yang digunakan dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya usaha. Selain itu pelaku UKM juga dapat dengan mudah mengoperasikan aplikasi Instagram sebagai salah satu *social media* yang digunakan dalam pemasarannya, dan juga aplikasinya sebagai wadah pembuatan content yang nantinya akan di *upload* dalam aplikasi Instagram. Implikasi dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan *brand awareness* kepada orang-orang mengenai produk yang dimiliki oleh UKM Bunga



Anggrek tersebut yang nantinya akan memicu peningkatan penjualan, keberlanjutan dan daya saing usaha UKM di pasar yang semakin kompetitif serta memperkuat kemandirian ekonomi pelaku usaha. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini juga dapat menjadi contoh bagi pelaksana kegiatan serupa di UKM lain sehingga dapat memberikan dampak positif yang lebih luas bagi pengembangan usaha kecil dan menengah di era digital.

Pengakuan/Acknowledgements

Pertama, penulis mengucapkan terima kasih kepada panitia Praktek Kerja Lapangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja yang telah menjembatani kami agar dapat mentransfer ilmu dengan turun langsung ke salah satu objek UMKM di Kabupaten Sumenep serta dapat menambah wawasan kami. Kedua, terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi saran terhadap terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Ketiga, kami juga mengucapkan terima kasih kepada UKM Bunga Anggrek yang telah menjadi mitra kami dalam pengabdian ini dan antusias pelaku UKM Bunga Anggrek menerima kedatangan kami serta membantu kami dalam menambah wawasan dalam memproduksi.

Daftar Referensi

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- Faisol, M., Arifin, M., & Yandari, A. D. (2023). Edukasi Pengelolaan Keuangan dan Pajak untuk Keberlanjutan UMKM Pengrajin Alat Dapur. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 7(2), 403–414.
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107.
- Junaidi, M. (2023). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Direktorat Jenderal Pembendaharaan Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Mulyono, S. (2021). Strategi UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi. *Dampak Pandemi Terhadap*, 159.
- Novianti, A., & Epi, Y. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM). *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(7), 454–463. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i7.4677>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.



- Permana, I. D., Kwartatmono, D. N., & Faisol, M. (2020). POTRET PRAKTIK AKUNTANSI UMKM MENGHADAPI VISIT SUMENEP 2018 (STUDI KASUS UMKM AL-IHSAN). *Journal of Accounting and Financial Issue (JAFIS)*, 1(1), 30-36.
- Pramusinta, B. D. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Coffee Marroan” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2(2).
- Rahmadani, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec. Selesai Kab. Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115-129.
- Randika, F. (2018). PKM Pengembangan Teknologi Produksi dan Pemasaran Berbasis Digital pada Kelompok Penghasil Produk Furniture di Kelurahan Dawuhan Situbondo. *Jurnal Integritas*, 2(1).
- Rusliyawati, R., Putri, T. M., & Darwis, D. (2021). Penerapan Metode Garis Lurus dalam Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap pada PO Puspa Jaya. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 1-13.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189.
- Sentoso, A., Lady, Lady, Christini, J., Sandra, N., Clarissa, F., Tina, T., & Vivianti, W. (2023). Pengaplikasian Alat Pemasaran Digital Terhadap UMKM Nuruto. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(1), 67-74.
- Setiyani, A., Yuliyanti, T., & Rahmadanik, D. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425-433.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1-8