

Meningkatkan Pencatatan Keuangan UMKM dan Pemasaran Warung Mie Ayam Bakso

Rizky Surya Andhayani Nasution¹, Sri Liniarti², Yunanda Eka Putra³, Putih Anna Sari Siregar⁴

^{1,2,4} Program Studi Akuntansi, Universitas Al Azhar, Indonesia

³ Program Studi Manajemen, Universitas Al Azhar, Indonesia

Received : 28 Juni 2026, Revised : 5 Juli 2026, Published : 14 Juli 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Rizky Surya Andhayani Nasution

E-mail: kikienasution@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal, namun sering menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pencatatan keuangan sederhana dan memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital pada UMKM Warung Mie Ayam Bakso Pak De, yang berlokasi di Jalan Pintu Air IV, Kwala Bekala, Kecamatan Medan Johor, Sumatera Utara. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, pendampingan langsung, serta pelatihan pembuatan sistem pembayaran digital (QRIS), pembuatan media promosi fisik dan digital, serta penyusunan buku kas. Kegiatan dilaksanakan selama lima minggu oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Akuntansi Universitas Al-Azhar Medan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil mengadopsi sistem pencatatan keuangan sederhana berupa buku kas harian, memanfaatkan akun media sosial sebagai sarana promosi aktif, serta menggunakan QRIS sebagai fasilitas pembayaran digital. Program ini memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan daya saing usaha mitra.

Kata kunci – UMKM, PKM, pencatatan keuangan, pemasaran digital

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector play a strategic role in the local economy, but often face challenges in financial management and marketing. This Community Service (PKM) activity aims to improve basic financial record-keeping skills and expand marketing reach through digital media for the MSME "Warung Mie Ayam Bakso Pak De," located on Jalan Pintu Air IV, Kwala Bekala, Medan Johor District, North Sumatra. The methods used included field observations, interviews with the business owner, direct mentoring, as well as training on setting up a digital payment system (QRIS), creating physical and digital promotional materials, and maintaining a cash book. The activities were carried out over five weeks by the Community Service Team of the Accounting Study Program at Al-Azhar University, Medan. The results of the activities showed that the partner successfully adopted a simple financial record-keeping system in the form of a daily cash book, utilized social media accounts as an active promotional tool, and used QRIS as a digital payment facility. This program had a positive impact on the partner's operational efficiency and business competitiveness.

Keywords – MSMEs, PKM, financial recording, digital marketing

How To Cite : Nasution, R. S. A., Liniarti, S., Putra, Y. E., & Siregar, P. A. S. (2026). Meningkatkan Pencatatan Keuangan UMKM dan Pemasaran Warung Mie Ayam Bakso . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 4(4), 5786 - 5792. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1526>

Copyright ©2026 Rizky Surya Andhayani Nasution, Sri Liniarti, Yunanda Eka Putra, Putih Anna Sari Siregar

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menyerap sekitar 97% angkatan kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Sektor kuliner menjadi salah satu subsektor UMKM yang paling banyak diminati masyarakat karena modal awal yang relatif terjangkau dan permintaan pasar yang stabil, namun keberlangsungannya sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan dan pemasaran secara profesional (Widagdo, 2024).

Permasalahan utama yang umum dihadapi UMKM kuliner skala mikro adalah minimnya literasi keuangan, sehingga sebagian besar pelaku usaha tidak memisahkan keuangan pribadi dan usaha serta tidak melakukan pencatatan transaksi secara sistematis (Nuraini & Iriyadi, 2021). Kondisi ini menyulitkan pemilik usaha dalam mengevaluasi kinerja bisnis, menyusun proyeksi keuntungan, maupun mengambil keputusan strategis seperti penentuan harga jual dan pengendalian biaya operasional. Di sisi lain, transformasi ekonomi digital yang berlangsung cepat menuntut UMKM untuk mengadopsi kanal pemasaran digital dan sistem pembayaran nontunai, sementara sebagian pelaku usaha, khususnya generasi pertama pengelola warung makan tradisional, belum memiliki keterampilan teknis maupun literasi digital yang memadai untuk melakukan transformasi tersebut secara mandiri (Sa'adah & Farahdiansari, 2025).

Urgensi kegiatan ini semakin terasa mengingat persaingan usaha kuliner di sekitar kawasan kampus dan permukiman padat penduduk seperti Kwala Bekala cenderung tinggi, dengan banyaknya pelaku usaha sejenis yang menawarkan produk serupa. Tanpa pencatatan keuangan yang akurat, UMKM berisiko mengalami kebocoran arus kas tanpa disadari, sementara tanpa strategi pemasaran digital yang memadai, jangkauan konsumen berpotensi stagnan pada segmen pelanggan lama saja (Duha et al., 2025). Apabila permasalahan ini dibiarkan, potensi pertumbuhan usaha akan tertahan dan daya saing UMKM terhadap kompetitor yang lebih adaptif terhadap teknologi akan semakin melemah. Oleh karena itu, intervensi berupa pendampingan langsung dari perguruan tinggi menjadi salah satu solusi strategis yang dapat menjembatani kesenjangan kapasitas tersebut (Nanda et al., 2026).

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini bersifat aplikatif dan berkelanjutan, yaitu melalui pendampingan intensif dalam tiga aspek sekaligus: penataan sistem pencatatan keuangan sederhana berbasis buku kas harian, penguatan strategi pemasaran melalui media sosial dan media promosi fisik, serta fasilitasi adopsi sistem pembayaran digital QRIS. Pendekatan ini dipilih karena telah terbukti efektif pada berbagai program pengabdian masyarakat serupa yang menasar UMKM kuliner di berbagai daerah, di mana pendampingan langsung dan partisipatif memberikan dampak yang lebih melekat dibandingkan pelatihan satu arah (Kamilah et al., 2025; Widarta et al., 2025). Penggunaan QRIS khususnya dipandang relevan karena sejalan dengan program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang didorong oleh Bank Indonesia serta terbukti meningkatkan efisiensi transaksi dan akuntabilitas pencatatan keuangan UMKM (Hidayati & Nafidah, 2023; Natsir et al., 2023).

Warung Mie Ayam Bakso Pak De merupakan salah satu UMKM kuliner yang berlokasi di Jalan Pintu Air IV, Kwala Bekala, Kecamatan Medan Johor, Sumatera Utara. Usaha yang dikelola oleh Bapak Loso ini menyajikan mie ayam dan bakso sebagai menu utama, dengan segmen pasar yang terdiri dari pelajar, Tim Pengabdian Masyarakat, dan masyarakat umum di sekitar kawasan Universitas Al-Azhar Medan. Meskipun omzet harian relatif stabil, usaha ini masih menghadapi tiga permasalahan utama: (1) persaingan yang ketat di lingkungan sekitar, (2) fluktuasi harga bahan baku, dan (3) sistem pencatatan keuangan yang belum terstruktur.

Kelemahan dalam pencatatan keuangan menyebabkan pemilik usaha tidak dapat memantau arus kas secara akurat, yang berdampak pada sulitnya pengambilan keputusan bisnis yang tepat. Di samping itu, strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan konsumen di era digital. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM (Hidayah, 2018; Indriyani & Astuti, 2024).

Dalam konteks inilah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Al-Azhar Medan tahun 2025 hadir sebagai bentuk pengabdian masyarakat berbasis akademis. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi menjalankan program pendampingan

intensif selama satu bulan (20 September – 20 Oktober 2025) untuk membantu mitra menyelesaikan permasalahan prioritas tersebut. Tujuan kegiatan ini adalah: (1) membantu mitra menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana yang aplikatif, (2) meningkatkan strategi pemasaran melalui media digital, dan (3) memfasilitasi adopsi sistem pembayaran digital berbasis QRIS, dengan sasaran akhir berupa peningkatan efisiensi operasional dan daya saing usaha mitra secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), di mana Tim Pengabdian Masyarakat sebanyak 7 orang tidak hanya berperan sebagai pengamat, melainkan sebagai fasilitator aktif yang turut terlibat langsung dalam proses identifikasi masalah dan implementasi solusi bersama mitra. Tahapan pelaksanaan kegiatan dijabarkan sebagai berikut:

Tahap 1 – Observasi dan Analisis Awal (Minggu Ke-1)

Tim Pengabdian Masyarakat melakukan kunjungan awal ke lokasi mitra untuk mengamati kondisi eksisting usaha, meliputi aspek operasional, keuangan, dan pemasaran. Pada tahap ini juga dilakukan diskusi mendalam dengan pemilik usaha guna mengidentifikasi permasalahan prioritas dan menetapkan baseline kegiatan. Sebagai program percontohan awal, Tim Pengabdian Masyarakat membantu pembuatan akun QRIS untuk memfasilitasi transaksi pembayaran digital.

Tahap 2 – Pembuatan Media Promosi Fisik (Minggu Ke-2)

Tim Pengabdian Masyarakat merancang dan mencetak spanduk usaha dan daftar menu yang menarik untuk dipasang di lokasi warung. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan visibilitas usaha secara fisik dan memberikan identitas visual yang lebih profesional kepada mitra.

Tahap 3 – Pengembangan Pemasaran Digital (Minggu Ke-3)

Tim Pengabdian Masyarakat mendampingi mitra dalam pembuatan akun media sosial resmi, termasuk penyusunan konten promosi berupa foto produk dan informasi usaha. Platform yang digunakan dipilih berdasarkan kebiasaan konsumen target, yakni segmen pelajar dan Tim Pengabdian Masyarakat yang aktif di media sosial.

Tahap 4 – Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Evaluasi (Minggu Ke-4 dan Ke-5)

Tim Pengabdian Masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan langsung kepada pemilik usaha dalam menyusun buku kas harian sederhana yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan saldo akhir harian. Pada akhir program, dilakukan evaluasi menyeluruh dan serah terima buku kas kepada mitra sebagai luaran nyata dari kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan selama lima minggu menghasilkan sejumlah luaran konkret yang berdampak positif terhadap operasional dan daya saing UMKM Warung Mie Ayam Bakso Pak De. Adapun hasil kegiatan diuraikan berdasarkan tahapan pelaksanaan sebagai berikut :

1. Implementasi Sistem Pembayaran Digital (QRIS)

Pada tahap perencanaan, Tim Pengabdian Masyarakat terlebih dahulu melakukan asesmen terhadap kesiapan mitra dalam mengadopsi sistem pembayaran nontunai, termasuk ketersediaan perangkat telepon pintar dan pemahaman dasar mitra terhadap transaksi digital. Hasil asesmen menunjukkan bahwa mitra memiliki perangkat yang memadai namun belum pernah menggunakan aplikasi pembayaran digital sama sekali, sehingga pendampingan pendaftaran perlu dilakukan secara bertahap dan sabar.

Pada tahap pelaksanaan, Tim Pengabdian Masyarakat berhasil mendaftarkan dan mengaktifkan akun QRIS untuk mitra pada minggu pertama. Sebelumnya, seluruh transaksi dilakukan secara tunai, sehingga terdapat risiko kehilangan pendapatan dan ketidakakuratan pencatatan. Dengan adanya QRIS, mitra kini dapat menerima pembayaran dari berbagai platform dompet digital, yang memperluas kemudahan transaksi bagi konsumen dari kalangan pelajar dan Tim Pengabdian Masyarakat yang cenderung menggunakan metode pembayaran nontunai. Hal ini sejalan dengan tren digitalisasi UMKM yang didorong oleh Bank Indonesia melalui program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), dan konsisten dengan temuan bahwa adopsi QRIS mampu meningkatkan produktivitas serta efisiensi transaksi UMKM (Natsir et al., 2023).

Pada tahap evaluasi, Tim Pengabdian Masyarakat memantau frekuensi penggunaan QRIS oleh mitra selama empat minggu berikutnya. Hasil pemantauan menunjukkan peningkatan proporsi transaksi nontunai dari yang semula tidak ada menjadi sekitar 15–20% dari total transaksi harian pada akhir program. Kendala yang ditemui selama tahap ini antara lain keterbatasan jaringan internet pada jam-jam tertentu dan kebiasaan lama konsumen yang masih dominan membayar tunai, sehingga edukasi kepada konsumen juga perlu dilakukan mitra secara bertahap. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan QRIS dapat meningkatkan akuntabilitas pencatatan keuangan UMKM apabila diiringi dengan konsistensi penggunaan (Hidayati & Nafidah, 2023)

2. Pembuatan Spanduk dan Daftar Menu

Perencanaan tahap ini diawali dengan diskusi bersama mitra mengenai desain, warna, dan informasi yang perlu ditonjolkan pada spanduk, termasuk nama usaha, daftar menu, serta nomor kontak pemesanan. Tim Pengabdian Masyarakat turut mempertimbangkan lokasi pemasangan spanduk agar terlihat jelas oleh calon pelanggan yang melintas.

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan minggu kedua menghasilkan spanduk usaha berdesain profesional beserta daftar menu yang ditampilkan secara menarik. Sebelum kegiatan, mitra tidak memiliki identitas visual yang memadai, sehingga usaha sulit dikenali oleh calon pelanggan baru. Spanduk dan menu baru berhasil meningkatkan ketertarikan konsumen dan memperkuat citra usaha di lingkungan sekitar. Ini merupakan bentuk penerapan strategi branding sederhana yang direkomendasikan untuk UMKM sektor kuliner (Hidayah, 2018).

Pada tahap evaluasi, Tim Pengabdian Masyarakat melakukan pengamatan terhadap respons pelanggan pasca-pemasangan spanduk selama dua minggu. Beberapa pelanggan baru mengaku mengetahui variasi menu yang sebelumnya tidak mereka ketahui hanya dari informasi lisan. Kendala yang dihadapi pada tahap ini adalah keterbatasan anggaran untuk mencetak spanduk berukuran besar, sehingga tim dan mitra bersepakat menggunakan ukuran standar yang tetap representatif namun efisien dari segi biaya

3. Pengembangan Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Tahap perencanaan diawali dengan pemetaan platform media sosial yang paling relevan dengan segmen konsumen mitra, yakni pelajar dan mahasiswa di sekitar kawasan kampus, yang cenderung aktif menggunakan media sosial berbasis visual. Tim Pengabdian Masyarakat juga menyusun rencana konten awal berupa foto produk, informasi lokasi, dan daftar harga.

Pada tahap pelaksanaan, Tim Pengabdian Masyarakat membantu mitra membuat akun media sosial resmi yang dilengkapi dengan konten promosi awal. Akun tersebut memuat informasi lokasi, menu, dan harga produk. Pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan usaha kuliner UMKM, khususnya kepada segmen konsumen muda yang aktif secara daring (Family, 2022; Sa'adah & Farahdiansari, 2025). Mitra juga didampingi dalam memahami cara mengelola akun secara mandiri pasca kegiatan PKM berakhir.

Pada tahap evaluasi, Tim Pengabdian Masyarakat memeriksa konsistensi mitra dalam mengunggah konten promosi setiap minggu serta interaksi yang diperoleh dari pengikut akun. Hasilnya, mitra mampu mengunggah konten secara mandiri meskipun frekuensinya belum sepadat akun bisnis yang dikelola secara profesional. Kendala yang muncul adalah keterbatasan waktu mitra untuk memproduksi konten baru di sela-sela kesibukan operasional warung, sehingga Tim Pengabdian Masyarakat menyarankan penjadwalan konten sederhana yang dapat dilakukan mitra secara berkala.

4. Penyusunan Buku Kas dan Sistem Pencatatan Keuangan Sederhana

Tahap perencanaan diawali dengan penyusunan format buku kas yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat literasi mitra, mencakup kolom tanggal, keterangan, pemasukan, pengeluaran, dan saldo akhir, dirancang sesederhana mungkin agar mudah diisi setiap hari tanpa memerlukan latar belakang akuntansi.

Pada tahap pelaksanaan, luaran utama kegiatan ini adalah tersusunnya buku kas harian yang diserahkan kepada mitra pada minggu keempat. Sebelum kegiatan, pencatatan keuangan dilakukan secara informal dan tidak konsisten, sehingga pemilik tidak dapat memantau kondisi keuangan usaha secara akurat. Pasca pendampingan, pemilik mitra mampu mengisi buku kas secara mandiri setiap hari. Sistem pencatatan sederhana ini konsisten dengan

prinsip akuntansi UMKM yang direkomendasikan oleh SAK EMKM (Indonesia, 2018) dan sejalan dengan praktik baik pendampingan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM kuliner lainnya (Nuraini & Iriyadi, 2021; Oktriawan et al., 2022).

Pada tahap evaluasi, Tim Pengabdian Masyarakat melakukan pengecekan mingguan terhadap kelengkapan pengisian buku kas selama minggu keempat dan kelima. Ditemukan bahwa mitra pada awalnya kerap lupa mencatat transaksi kecil di sela-sela jam sibuk, namun dengan pengingat rutin dari tim, konsistensi pencatatan meningkat hingga mencapai hampir seratus persen pada akhir program. Kendala utama yang dihadapi adalah kebiasaan lama mitra yang mengandalkan ingatan tanpa pencatatan tertulis, sehingga diperlukan pendampingan berulang untuk membentuk kebiasaan baru

Tabel 1. Jadwal dan Realisasi Kegiatan PKM

Minggu	Kegiatan	Hasil yang Dicapai
1	Observasi, analisis kondisi mitra, dan pembuatan akun QRIS	Identifikasi permasalahan dan aktivasi QRIS untuk pembayaran digital
2	Pembuatan spanduk dan daftar menu	Spanduk terpasang dan daftar menu baru tersedia di lokasi usaha
3	Pembuatan akun media sosial dan konten promosi	Akun media sosial aktif dengan konten promosi produk
4	Pelatihan pencatatan keuangan dan penyusunan buku kas	Buku kas harian tersusun dan diserahkan kepada mitra
5	Evaluasi dan penyusunan laporan akhir	Laporan akhir dan dokumentasi kegiatan selesai

Secara keseluruhan, keempat program yang dilaksanakan saling melengkapi dan membentuk ekosistem pengelolaan UMKM yang lebih modern. Adopsi QRIS mendukung kelancaran transaksi, media sosial memperluas jangkauan pemasaran, spanduk dan menu memperkuat identitas visual, sementara buku kas menjadi fondasi pengendalian keuangan. Pendampingan yang bersifat partisipatif ini terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan pelatihan satu arah, karena pemilik usaha dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan sehingga pemahaman dan kemandirian mitra dapat terbentuk secara berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua metode, yaitu observasi langsung terhadap konsistensi pengisian buku kas dan pengelolaan akun media sosial oleh mitra pasca-pendampingan, serta wawancara reflektif dengan mitra pada akhir minggu kelima untuk menilai perubahan pemahaman dan perilaku pengelolaan usaha. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra mampu mengisi buku kas secara mandiri setiap hari, mengunggah konten promosi secara berkala, dan menggunakan QRIS tanpa kendala berarti, meskipun pada minggu-minggu awal masih diperlukan pendampingan intensif untuk membiasakan mitra dengan rutinitas pencatatan



Gambar 1. Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Mie ayam Bakso Pak De

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan pada UMKM Warung Mie Ayam Bakso Pak De berhasil menjawab tiga permasalahan prioritas mitra, yaitu ketidaktersediaan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur, keterbatasan strategi pemasaran, serta rendahnya adopsi teknologi digital. Melalui program pendampingan selama lima minggu, mitra telah berhasil mengadopsi buku kas harian, memanfaatkan media sosial sebagai kanal pemasaran aktif, serta mengaktifkan QRIS sebagai fasilitas pembayaran nontunai. Keseluruhan luaran ini berkontribusi nyata terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat di kawasan Medan Johor.

Kegiatan ini direkomendasikan untuk ditindaklanjuti dengan program pendampingan lanjutan yang mencakup pelatihan analisis laporan keuangan sederhana, diversifikasi produk, dan pengembangan platform e-commerce untuk memperluas pangsa pasar. Perguruan tinggi diharapkan dapat menjadikan model PKM berbasis pendampingan UMKM ini sebagai program berkelanjutan yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat sekitar kampus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Al-Azhar Medan yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan PKM ini. Penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada Bapak Loso selaku pemilik UMKM Warung Mie Ayam Bakso Pak De atas kesediaan dan kerjasamanya selama program berlangsung, serta kepada dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan dan bimbingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Hrp, G. R., Hutagalung, R. A., Putri, H. D., & Wulansari, I. (2022). Pengenalan Aplikasi Buku Kas kepada Pelaku UMKM Sekitaran Medan Pancing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(4).
- Duha, T., Waruwu, C. J., Halawa, S. S., Zebua, A., Zebua, Y., Gea, J., & Halawa, F. F. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Akses Pasar Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 856–862. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.260>
- Hidayah, A. N. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Bakso dan Mie Ayam dalam Meningkatkan Daya Saing. Skripsi, Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
- Hidayati, L. W., & Nafidah, L. N. (2023). Dampak Sistem Pembayaran QRIS Terhadap Peningkatan Akuntabilitas Dimediasi Pencatatan Laporan Keuangan. *Behavioral Accounting Journal*, 6(2), 79–93.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). *Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia*.
- Indriyani, V. I., & Astuti, T. D. (2024). Optimalisasi Pencatatan Keuangan Sederhana dan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Laundry. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 243–250. <https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v2i2.309>
- Kamilah, N., Nugraha, T., Nurfadilah, Y. I., & Jannah, A. N. (2025). Pembinaan Pemasaran Digital Berbasis Kearifan Lokal bagi UMKM Desa Babakan Purwakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 884–892. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.536>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2022–2023. *Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM*.
- Mahesa, A. R., Styawati, W. N., Abida, N. A., & Febrianti, D. (2026). Optimalisasi Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital, dan Sumber Daya Manusia pada UMKM Wingko Babat Cici 99. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(3), 3964–3971. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i3.1012>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 127–138.
- Nanda, A. K., Abi Thoriq, I., Rohmah, E., Fatimah, S., Damayanti, Y. A., Ningrum, Y. S., Khoiriyah, A., Fatmarini, A., & Istiariani, I. (2026). Sosialisasi Tentang UMKM Go Digital: UMKM Semakin Maju Dengan Digital Marketing di Desa Kembangarum. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(3), 3180–3185.

- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- NMJ Family. (2022). Analisis Usaha Mikro Mie Ayam Bakso Mas Jangkung. *Jurnal Usaha Mikro*, 3(2).
- Nuraini, A., & Iriyadi, I. (2021). Pencatatan Dan Pengaturan Keuangan Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 137–146. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.782>
- Oktriawan, W., Uswatunhasanah, H., Putri, S. N., & Abdul Malik, R. (2022). Pencatatan Keuangan Sederhana pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Purwakarta. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 1(4), 105–110. <https://doi.org/10.63297/abdimas.v1i4.40>
- Prasetyo, A., & Wahyudi, H. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 45–58.
- Putra, R. A., & Rahmawati, D. (2022). Penerapan Sistem Pembayaran Digital QRIS pada UMKM: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 12–25.
- Sa'adah, M. A., & Farahdiansari, A. P. (2025). Strategi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Desa Klino. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 343–352. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.446>
- Sholikha, N., Nurdiansyah, R., Alhafidh, M. N., Hamas, R. W., Alfarisyi, R. S., & Toyyibah, C. S. R. (2025). Empowering MSMEs through Visual and Digital Transformation: Strengthening Branding and Technology-Based Market Access. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1554–1565. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.651>
- Siyoto, S., et al. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sukirno, S. (2020). Manajemen Keuangan UMKM: Teori dan Praktik. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Widagdo. (2024). Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Gendongan Kota Salatiga Melalui Pemasaran Digital. *EduJPM*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.6>
- Widarta, W., Susanto, D., & Iswara, D. (2025). Peningkatan Exposure dan Pengembangan Pemasaran UMKM Pengrajin Bambu Cebongan Tirtoadi Mlati Sleman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 2070–2076. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.753>
- Yuliani, N., & Sunardi, D. (2023). Strategi Pemasaran Digital UMKM Kuliner Melalui Platform Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 33–42.
- Zulkarnain, A. (2021). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital Marketing dan Literasi Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(3), 78–91.