

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA UMKM DUSUN KADI GUNUNG KABUPATEN MAGELANG

Anissa Hakim Purwantini¹⁾, Reza Dea Amalia²⁾, Adelia Kasmawati³⁾, Ajeng Sekar
Kinasih⁴⁾, Nurdian Novitasari⁵⁾, Rahma Sarita⁶⁾

^{1,2,3,4)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang

^{5,6)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang

Abstrak

UMKM menjadi aktor penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Pengabdian masyarakat ini berfokus untuk (1) menyelesaikan permasalahan UMKM Sentra Keripik Tahu di Dusun Kadi Gunung dalam manajemen usaha serta peningkatan laba, (2) meningkatkan omset usaha melalui digital marketing via media sosial, new look kemasan, dan diversifikasi produk, (3) memberikan tambahan pengetahuan kepada pemilik UMKM terkait pembukuan sederhana dan mengaplikasikan dalam bisnis, (4) membantu pemilik UMKM menentukan harga produk yang tepat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh pemilik UMKM keripik tahu yang berdomisili di Dusun Kadi Gunung, Desa Sidomulyo, Kecamatan Candimulyo, Kabupaten Magelang. Kegiatan terdiri dari pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing, packaging, inovasi produk dan pembukuan sederhana.

Keywords: UMKM, Akuntansi UMKM, Pemasaran Digital, PPMT

Abstract

MSMEs are important actors in increasing economic growth, especially in Indonesia. This community service focuses on (1) solving the problem of UKM Kripik Tofu Center in Kadi Gunung Hamlet in business management and increasing profits, (2) increasing business profit through digital marketing via social media, new look packaging, and product diversification, (3) providing additional knowledge for MSME owners regarding simple bookkeeping and applying it in business, (4) helping MSME owners determine the right product price. This community service activity was attended by the MSME owner of tofu chips who are domiciled in Kadi Gunung Hamlet, Sidomulyo Village, Candimulyo District, Magelang Regency. Activities consist of training and mentoring regarding digital marketing, packaging, product innovation and simple bookkeeping.

Keywords: MSME, Accounting for MSME, Digital Marketing, PPMT

Correspondence author: Anissa Hakim Purwantini, anissa.hakim@ummgl.ac.id, Magelang, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti memiliki peran krusial bagi perekonomian Indonesia. Terlebih lagi kondisi saat ini dampak dari Covid 19 yang melanda dunia sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian bangsa. Perusahaan kecil hingga besar pun ikut terdampak. Banyak perusahaan tutup karena tidak mampu membiayai pengeluaran setiap bulannya, dengan kondisi pemasukan

pendapatan yang bahkan tidak ada. Beberapa perusahaan memilih opsi lain yaitu mengurangi biaya operasional dengan pemutusan hubungan kerja (PHK) yang berdampak pada tingkat pengangguran semakin tinggi. Akan tetapi, banyak UMKM yang masih bertahan dalam kondisi ini, sehingga kontribusinya dalam penyedia lapangan kerja pun cukup diakui. Ketangguhan UMKM menghadapi kondisi krisis telah dibuktikan oleh hasil riset terdahulu, terbukti bahwa UMKM lebih tangguh dibandingkan dengan usaha berskala menengah ke atas dalam menghadapi krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia (Kristiyanti, 2012)

UMKM menempati posisi strategis dalam perekonomian nasional karena UMKM berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, daya saing dan daya tahan perekonomian Indonesia (Setyawati, 2009). Potensi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja seharusnya perlu didukung oleh pemerintah. Akan tetapi kondisi di lapangan banyak ditemui kendala yang dihadapi oleh UMKM. Sebagian besar pelaku UMKM masih terkendala dalam pemasaran produk, pemanfaatan teknologi dalam bisnis, manajemen keuangan usaha, kualitas sumber daya manusia, dan permodalan (Ediraras, 2010). Kondisi tersebut sejalan dengan hasil survey kami pada UMKM yang terdapat di Dusun Kadi Gunung, Desa Sidomulyo, Candimulyo, Kabupaten Magelang. Dusun Kadi Gunung merupakan salah satu dusun yang memiliki UMKM yang cukup banyak, salah satunya adalah UMKM Keripik Tahu. Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan pada UMKM, beberapa permasalahan yang dihadapi. **Pertama**, tidak adanya pencatatan yang dilakukan terhadap pengeluaran dan pemasukan uang maupun persediaan sehingga pemilik usaha tidak mengetahui secara pasti laba yang didapatkan dan tidak dapat memonitor perkembangan usahanya. Padahal, faktor kunci keberhasilan dan kesuksesan UMKM bergantung pada manajemen keuangan usaha (Savitri & Saifudin, 2018). **Kedua**, belum ada metode penentuan harga produk, sehingga harga produk ditentukan oleh pasar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari (ILHAM, 2013) bahwa penentuan HPP merupakan salah satu masalah yang penting pada UMKM, karena dengan penentuan HPP yang tepat UMKM bisa dapat mengoptimalkan labanya. **Ketiga**, permodalan UMKM sebagian besar menggunakan modal pribadi. Struktur modal yang sebagian masih dari uang pribadi tersebut dikarenakan dalam pengajuan pinjaman kepada pihak bank terkendala adanya persyaratan administrasi (Oktafia, 2017). **Keempat**, merk dagang atau *branding* yang belum dilakukan oleh beberapa UMKM. *Branding* dapat mendorong kegiatan pemasaran produk, *branding* yang baik akan memberikan daya tarik kepada konsumen sehingga dipercaya membuat konsumen mau membayar lebih serta menghasilkan *value creation* yang tinggi (Nofiana & Utami, 2019). **Kelima**, belum adanya diversifikasi produk. Padahal dengan adanya strategi diversifikasi produk sebuah usaha akan menghasilkan beberapa produk sehingga akan meningkatkan penjualan (Khamidi et al., 2008). **Keenam**, pemasaran produk yang belum memanfaatkan *social media*. Pemanfaatan *social media marketing* dapat mendorong pemasaran produk dan lebih menekan *marketing cost* (Handika & Darma, 2018).

Berdasarkan permasalahan pada UMKM di Dusun Kadi Gunung, kami bermaksud menawarkan solusi dengan melakukan Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) untuk mengimplementasikan strategi pemasaran dan penyusunan pembukuan akuntansi sederhana di UMKM Keripik Tahu. Program kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah edukasi melalui pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam pembuatan laporan keuangan secara sederhana, digital marketing, dan inovasi produk. Permasalahan yang timbul akibat tidak melakukan pembuatan laporan keuangan adalah

ketidaktahuan berapa pendapatan (kas) secara persis, besaran biaya operasional yang harus dikeluarkan dan seharusnya yang tersisa, perencanaan kegiatan yang tidak tersusun rapi sehingga kesulitan mengalokasikan dana yang akan menjadikan permasalahan tersebut semakin kompleks seiring perkembangan kegiatan usaha UMKM yang semakin besar (Mandey et al., 2018). Manfaat lain dengan pembuatan laporan keuangan. antara lain yaitu; 1) dapat menjadi dasar dalam pembelian bahan baku produksi dan alat alat produksi yang digunakan, 2) menjadi dasar penentuan harga produk, 3) memudahkan dalam pengajuan permohonan pembiayaan kepada bank, 4) dasar melakukan ekspansi usaha, dan 5) membantu dalam pengambilan keputusan terkait perekrutan dan pengembangan karyawan serta penambahan aktiva perusahaan. Selain itu dengan program ini dapat menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran melalui media online atau *social media* di era digital saat ini, sehingga pemasaran produk lebih optimal.

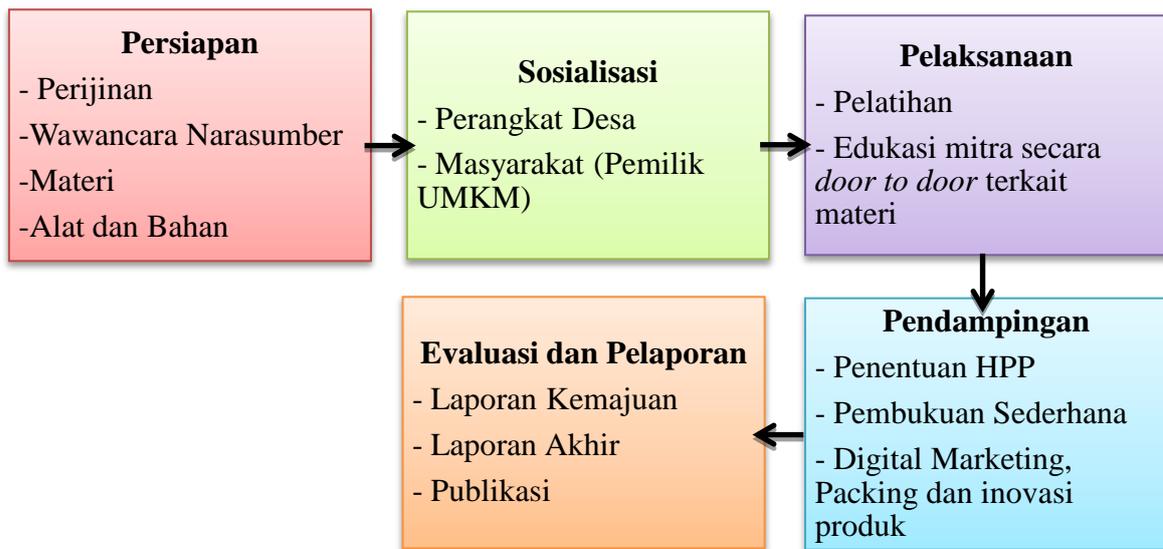
Adanya kegiatan masyarakat ini memberikan manfaat bagi masyarakat maupun instansi yang terkait. Bagi masyarakat kegiatan ini memberikan edukasi bagaimana pentingnya pembuatan laporan keuangan maupun strategi dalam melakukan pemasaran. Walaupun manfaat yang dirasakan itu bertahap melalui sebuah proses yang berkelanjutan, perlu adanya pendampingan dari pihak universitas sebagai instansi yang terkait. Bagi pihak universitas adanya kegiatan pengabdian sebagai pelaku pendampingan akan memperoleh inspirasi untuk membuat sebuah rancangan pengabdian masyarakat maupun penelitian, serta memperluas kerjasama antar pihak desa dengan universitas.

METODE PELAKSANAAN

Tim Pelaksana akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM pabrik tahu dan keripik tahu yang berada di wilayah Desa Sidomulyo, Kecamatan Candimulyo, Kabupaten Magelang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan baik secara teori maupun praktik. Secara teoritis melalui pelatihan seperti pemberian materi secara teknis, kiat-kiat, dan solusi atas permasalahan yang ada. Pelaksanaan secara praktik dengan pendampingan langsung oleh dosen dan mahasiswa yang melibatkan pemilik industri dan karyawan UMKM tahu berdasarkan pada program kerja sehingga pengembangan UMKM Desa Sidomulyo dapat lebih produktif.

Dosen pembimbing lapangan yang berperan sebagai ketua pelaksana bertugas mengkoordinasi serta mengarahkan mahasiswa dalam pelaksanaan setiap program kerja pengabdian masyarakat. Mahasiswa sebagai anggota tim melaksanakan tugas sesuai dengan pembagian masing-masing. Pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam 5 tahapan sebagai berikut: **(1) Persiapan**, meliputi pengurusan perijinan kepada kepala dusun dan kepala desa terkait, wawancara, menyiapkan materi pelatihan dan pendampingan serta kebutuhan sarana dan prasarana. **(2) Sosialisasi**, yaitu mengkomunikasikan program kerja kepada mitra UMKM agar maksud dan tujuan pengabdian masyarakat dapat tercapai sesuai target dan program kerja berjalan lancar dan sukses. **(3) Pelaksanaan**, yaitu kegiatan pelatihan dengan menyampaikan materi-materi guna memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra. Pemberian materi dilakukan dengan mendatangi mitra satu per satu dan menjelaskan materi yang dimaksud. Pemberian materi dengan cara *door to door* ini terkait dengan kebijakan pandemi Covid-19 yang sudah memasuki status *New Normal*. Dengan metode tersebut,

diharapkan lebih efektif karena setiap mitra akan lebih jelas dan terjalin interaksi yang lebih aktif dari mitra meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama dan energi yang lebih besar. (4) **Pendampingan**, yaitu kebersamai mitra dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dari kegiatan pelatihan untuk dapat diimplementasikan ke dalam bisnisnya. (5) **Evaluasi dan pelaporan**. Setelah program selesai dilaksanakan, perlu dilakukan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan, capaian dan proses kegiatan disusun dalam laporan akhir dan dipublikasikan ke jurnal ilmiah maupun media massa. Metode pelaksanaan pengabdian ini secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah UMKM tahu yang berlokasi di Dusun Kadi Gunung, Candimulyo, Kabupaten Magelang. Pertimbangan dalam menentukan mitra tersebut karena keberadaan pabrik tahu yang cukup banyak dibandingkan dusun lainnya yaitu mencapai 9 pabrik. Tingkat pendidikan masyarakat di Dusun Kadi Gunung sekitar 30% merupakan tamatan SD dan SLTP. Sehingga sebagian besar mata pencaharian masyarakatnya adalah wiraswasta. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat membantu mengembangkan UMKM sehingga dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran.

Tingkat keberhasilan program pengabdian masyarakat ini diukur dengan adanya peningkatan pemahaman terhadap materi yang disampaikan oleh tim dan implementasinya dalam bisnis. Keterukuran pencapaian keberhasilan program yaitu pertama, mitra UMKM mampu menyusun laporan laba rugi dan arus kas sederhana untuk usahanya, sehingga mengetahui secara pasti laba yang didapatkan dan posisi kas secara real time. Kedua, kemasan produk keripik tahu yang baru serta inovasi produk olahan tahu sebagai hasil diversifikasi dan inovasi produk. Ketiga, peningkatan omset penjualan dan pangsa pasar lebih luas melalui digital marketing dengan pemanfaatan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa perubahan rencana terkait metode yang dilakukan dan waktu pelaksanaan. Perubahan ini disebabkan karena adanya pandemi Covid-19 di hampir seluruh wilayah Indonesia sehingga mengharuskan warga untuk tetap beraktivitas di dalam rumah demi keamanan bersama. Beberapa kegiatan harus ditunda sampai beberapa waktu. Ketika kondisi sudah new normal kegiatan kembali dilakukan dengan beberapa penyesuaian. Namun, tim berusaha untuk menyelesaikan program kerja dengan semaksimal mungkin dengan cara mendatangi UMKM satu per satu/ *door to door* ke setiap UMKM, hal ini dilakukan karena kegiatan ini masih dalam masa pandemic dan pemerintah juga menetapkan aturan untuk melakukan pembatasan kegiatan social. Cara ini dianggap sudah paling efektif dan sudah mendapatkan ijin dari perangkat desa maupun pemilik UMKM. Protokol kesehatan yang dilakukan yaitu dengan cara memakai masker, selalu mencuci tangan dan menghindari dari kerumunan. Adanya dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini memberikan kelancaran atas pelaksanaan program di mitra UMKM Dusun Kadi Gunung.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah penyerahan kelompok PPMT kepada perangkat desa sekaligus sosialisasi program kerja PPMT. Kegiatan tersebut dihadiri perwakilan dari pemilik dan karyawan dari UMKM kerupuk tahu serta perwakilan dari perangkat desa yaitu bapak Edi sebagai Kepala Desa, bapak Aji sebagai Sekertaris Desa, dan beberapa perangkat desa lainnya. Kegiatan ini dilaksanakan di aula Kantor Kepala Desa Sidomulyo. Mitra pengabdian masyarakat ini yaitu 2 UMKM Krupuk Tahu yaitu UMKM Krupuk Tahu Sidodadi milik bapak Edi dan UMKM Krupuk Tahu milik bapak Imam Bintoro

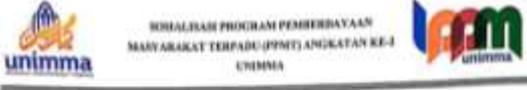


Gambar 1 Sosialisasi Kegiatan PPMT di Balai Desa

Pelaksanaan program kerja HPP dilakukan yang pertama kali karena dari penghitungan HPP akan menjadi dasar pembuatan Laporan Keuangan Laba Rugi maupun Laporan Posisi Keuangan. Metode yang dipilih dalam penghitungan HPP adalah metode *full costing*, karena dengan metode ini kami menganggap bahwa hasil perhitungannya lebih tepat. Sehingga penentuan harga jual pun mudah dilakukan dan perkiraan laba yang diperoleh lebih akurat. Hasil dari program kerja pertama ini adalah UMKM secara singkat mengetahui dan mengenal tentang metode perhitungan HPP

sebagai dasar penyusunan Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan dan arus kas sederhana. Hasilnya adalah mitra UMKM tahu mampu menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik untuk satu kali membuat krupuk tahu. Sehingga UMKM mengetahui bagaimana cara menentukan harga jual yang tepat sesuai tingkat laba yang diinginkan serta produk dapat bersaing di pasaran.

Kedua pembuatan Laporan Keuangan secara sederhana, dalam kegiatan ini ditemukan bahwa setiap aktivitas terkait pembelian bahan baku, pemakaian bahan baku, maupun penjualan produk sebelumnya tidak ada pencatatan rutin yang dilakukan. Bahkan dari salah satu UMKM tidak melakukan pencatatan terhadap piutang usahanya walaupun nilainya cukup signifikan. Penilaian perkembangan usaha UMKM yang selama ini dilakukan tidak ada dasar yang pasti, mereka melakukannya berdasarkan aset yang bisa mereka beli dalam periode tertentu. Hal ini merupakan sesuatu yang cukup membahayakan bagi UMKM, terlebih lagi kondisi saat ini di masa pandemi penjualan produk mereka menurun drastis. Untuk keuntungan yang di dapat juga masih bercampur dengan uang pribadi sehingga tidak diketahui pasti keuntungan dari sekali produksi. Hasil dari program kerja pelatihan dan pendampingan akuntansi sederhana yaitu dalam kunjungan *door to door* tim pelaksana telah memberikan contoh laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, arus kas dan buku pembantu piutang. Pada dasarnya mitra UMKM sangat antusias dalam pelaksanaan proker ini, bahkan terdapat salah satu UMKM yang meminta untuk diajari membuat perhitungan HPP dan pembuatan laporan keuangan dengan menggunakan *Microsoft Excel*. Keberlanjutan untuk pembuatan laporan keuangan UMKM ada peluang besar dalam pembuatan laporan laba rugi. Mitra UMKM merasa mudah dalam pembuatannya dan mulai menyadari pentingnya mengetahui laba atau rugi dalam kegiatan usahanya. Pelaku UMKM dalam kegiatan pengabdian melakukan pembuatan laporan laba rugi setiap produksi. Hasilnya dengan produksi satu hari atau 30 kali masak UMKM mendapatkan keuntungan bersih sekitar Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 dari penjualan produk utama krupuk tahu maupun produk sampingan seperti ampas tahu dan rolade.



Ejaya Pengembangan Model Pemenuhan Dan Pelaporan Keuangan Usaha Di Perdes Kuli Gunung, Desa Halimayda, Kecamatan Condongreja, Kabupaten Magelang

1. Membuat Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi UMKM Periode		
Produksi	4.800.000	
HPP	2.177.180	
Laba Kotor		2.622.820
Produksi Lain-lain (Ampas + Rolade)	318.000	
Debit Lain-lain:		
Depresiasi	50.000	
Gaji	2.000	
Yacht	1.000	
Total Debit Lain-lain	53.000	
Laba Bersih		2.569.820
		1.417.640

2. Membuat Laporan Neraca

NERACA UMKM Periode			
AKTIVA		PASIVA	
Aktiva Lancar		LIABILITAS	
Kas	13.720.000	Utang Usaha	
Piutang Usaha	-	Utang Bank	
Perediaan	10.867.000		
Perengkapan	200.000		
Total Aktiva Lancar	24.787.000	Total Liabilitas	
Aset Tetap		Ekuitas	
Gedung	80.000.000	Modal Pemilik	10.000.000
Kendaraan			
Mesin	30.000.000	Total Ekuitas	
Total Aktiva Tetap	110.000.000		
TOTAL Aktiva	134.787.000	TOTAL Pasiva	110.000.000

Gambar 2. Contoh Laporan Keuangan Sederhana mitra UMKM

Hasil selanjutnya adalah *devirsifikasi* produk, dimana sebagaian UMKM di Dusun Kadi Gunung memiliki karakteristik yang sejenis. Seperti bentuk dari kerupuk tahu yang sebagian besar sama, ukuran kemasan, serta varian rasa yang masih original. Dengan adanya *diversifikasi* produk ini dapat menjadikan pembeda dari setiap produk UMKM, sehingga dengan adanya perbedaan tersebut bisa menjadikan nilai tambah tersendiri dari konsumen. Pada kesempatan ini tim pelaksana mencoba memberikan warna baru dari varian rasa krupuk tahu, dimana rasa yang kami pilih disesuaikan dengan *tren* yang ada saat ini. Terdapat beberapa varian rasa yang coba kami kenalkan pada UMKM yaitu rasa BBQ, rumput laut, keju, dan coklat. UMKM. Setelah beberapa kali praktik dan melakukan *testing* rasa ke konsumen, konsumen maupun UMKM lebih tertarik untuk melakukan pemberian rasa coklat pada kerupuk tahu. Rasa manis dari coklat batang dan rasa gurih dari kerupuk tahu ternyata merupakan perpaduan rasa yang dapat diterima oleh konsumen dan merupakan hal yang unik.

Selanjutnya, pendampingan untuk membuat kemasan produk yang baru. Sebagian besar UMKM mengemas krupuk tahu dengan ukuran besar atau bal dengan berat 2kg, biasanya UMKM menjual produk tersebut rata rata Rp 60.000/kg. Agar penjualan produk tersebut bisa menyentuh seluruh lapisan masyarakat kami berinisiatif untuk melakukan pengemasan yang lebih kecil sehingga harga per produknya pun terjangkau. Kami menentukan penjualan krupuk tahu dengan berta bersih 1 ons untuk varian rasa bumbu tabur dengan harga Rp 6.000 dan untuk varians rasa coklat dengan harga Rp 8.000. Adanya pembaharuan kemasan ini lebih memberikan keuntungan bagi UMKM dimana setiap satu kemasan UMKM akan memperoleh keuntungan Rp 1.000 – Rp 2.000. Selain itu agar lebih menarik konsumen kami juga memberikan *brand* untuk produk krupuk tahu tersebut. Kami memberikan bebrapa nama sebagai masukan untuk *brand* mereka yaitu Chitof (*Chips Tofu*) dan Taring Mertua. Proker ini cukup disambut baik oleh pelaku UMKM, karena pada akhirnya salah satu UMKM memakai usulan *brand* yang kami buat untuk produknya



Gambar 3 Kegiatan Diversifikasi yang Dilakukan oleh Salah Satu UMKM

Proker terakhir dari kegiatan pengabdian adalah *digital marketing* melalui pemanfaatan media sosial. Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri lagi,

menuntut adaptasi jika bisnis ingin bertahan dan maju. Oleh karena itu untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada kami mencoba mengenalkan beberapa media sosial yang dapat dijadikan sarana untuk pemasaran produk. Pada proker ini kami memanfaatkan *facebook* dan *instagram* sebagai media promosi. Manfaat pemasaran dengan menggunakan media sosial adalah menghemat biaya pemasaran sekaligus memperluas pangsa pasar.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat secara umum berjalan lancar walaupun sedang terkendala pandemi Covid-19. Dengan adanya program tersebut para pemilik UMKM dapat mempermudah untuk melakukan pembukuan dan pencatatan sederhana sehingga dapat mengetahui kondisi keuangan bisnis yang dijalankan dan mengambil keputusan bisnis yang tepat untuk keberlangsungan usahanya. Pelaksanaan program dengan pelatihan dan pendampingan tentang metode perhitungan HPP, dimana ini yang akan menjadi dasar pembuatan laporan keuangan. Melakukan praktek manajemen pemasaran dimana tentang inovasi produk yang dapat menjadikan pembeda dari setiap produk UMKM sehingga dengan adanya perbedaan tersebut bisa menjadikan nilai tambah tersendiri dari konsumen. Dengan adanya program tersebut meningkatkan penjualan dari proses pemasaran online melalui media sosial. Diharapkan setelah adanya program pengabdian ini dapat membekali mitra UMKM untuk menjalankan usahanya agar lebih berkembang dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Ediraras, D. (2010). Akuntansi Dan Kinerja Ukm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(2), 5936. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- ILHAM. (2013). PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PERCETAKAN SABLON “OTAK KAKAN production” di Yogyakarta. *Skripsi*.
- Khamidi, S., DH., A. F., & Suyadi, I. (2008). *PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PENJUALAN Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “ Faiza Bordir ” Bangil – Pasuruan*. 3–5.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Informatika*, 3(I Januari), 63–89.
- Mandey, M. J., Saerang, D. P. E., & Pusung, R. J. (2018). Studi Kualitatif Tentang Manfaat Dan Kerugian Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada Ud Mitra Pelita. *Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02), 589–598. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19918.2018>
- Nofiana, M., & Utami, R. F. (2019). Pengaruh Strategi Branding Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Siomay Di Desa Karangcegak-Kecamatan Sumbang. *Seminar Nasional*, 437–444.

- Oktafia, R. (2017). Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), h. 85-92.
- Savitri, R. V., & Saifudin. (2018). PENCATATAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA UMKM MR . PELANGI SEMARANG) Keywords: accounting records , UMKM Kata Kunci: Pencatatan Akuntansi , UMKM Corresponding author: *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 117–125. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/20808/20499>
- Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Dalam Perekonomian Nasional. *Majalah Ilmiah Widya*, 26(288), 24–28. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7qkj6>