

Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan, Digital Marketing Serta Sosialisasi Pengurusan Perizinan Sertifikasi Halal UMKM Keripik Usus Ibu Parmiasi

Novi Satria Jatmiko^{1*}, Retno Rufianti², Indri Dwi Sugiarti³, Azizah Nur Rahmah⁴,
Sartika Eka Sarailla⁵

^{1,2,4}Program Studi Manajemen,
^{3,5}Program Studi Akuntansi, STIE Madani, Indonesia
Corresponding Author: novi@stiemadani.ac.id

Abstrak

Pelaku usaha di Balikpapan menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan, pemasaran produk melalui aplikasi digital dan pengurusan perizinan sertifikasi halal. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pemahaman efektif tentang pencatatan keuangan, strategi pemasaran produk, dan sertifikasi halal kepada pelaku usaha untuk meningkatkan nilai jual produk. Program pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dimulai pada 24 Juli 2023 sampai dengan 24 Oktober 2023 ini dilakukan melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan. Peserta kegiatan melibatkan pelaku usaha di salah satu kelurahan di Balikpapan, yaitu UMKM Keripik Usus Ibu Parmiasi. Evaluasi kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam pencatatan keuangan, pemasaran digital dan sertifikasi halal. Hasil akhir yang didapatkan bahwa setelah dilakukan evaluasi adalah pemahaman pelaku UMKM sudah cukup baik. Hal ini diketahui dari sudah mampunya Ibu Parmiasi melakukan pencatatan keuangan dan pembuatan *Digital Marketing*, sedangkan pengurusan sertifikasi halalnya juga sudah berhasil dengan telah terbitnya Sertifikat Halal produk keripik ususnya.

Kata Kunci: Pencatatan Keuangan, Pemasaran, Sertifikasi Halal

Abstract

Business actors in Balikpapan face obstacles in financial records, product marketing through digital applications and obtaining halal certification permits. The purpose of this activity is to provide an effective understanding of financial records, product marketing strategies, and halal certification to business actors to increase product selling value. The Community Service Program (PKM), which starts from July 24, 2023, to October 24, 2023, is carried out through mentoring and training activities. The participants in the activity involved business actors in one of the urban villages in Balikpapan, namely MSMEs Intestinal Chips Mrs. Parmiyati. The evaluation of activities shows an increase in the understanding of business actors in financial records, digital marketing, and halal certification. The result obtained after the evaluation is carried out, the understanding of MSME actors is quite good. This is known from Mrs. Parmiyati's ability to carry out financial records and do Digital Marketing, while the management of halal certification has also been successful with the issuance of a Halal Certificate for her intestinal chip products.

Keywords: Financial Recordkeeping, Marketing, Halal Certification

Submitted: 2023-11-16

Revision: 2024-02-20

Accepted: 2024-03-18



LATAR BELAKANG

Dampak munculnya pandemi Covid-19 terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah merugikan perekonomian, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di banyak negara lain. UMKM perlu menggagas strategi yang efektif untuk memulihkan dan mengembangkan kembali bisnisnya. Salah satu pendekatannya adalah melalui *digital marketing*, yang memungkinkan pelaku UMKM memasarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas. Hasil menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital sangat efektif dan memberikan pengaruh positif terhadap penjualan dengan membantu UMKM mencapai pelanggan lebih efisien. Namun dalam penerapan pemasaran digital, terdapat kendala internal dan eksternal yang perlu diatasi. Beberapa kendala tersebut meliputi koneksi internet yang tidak stabil, tertunda, serta masalah internal karena terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) dan pemasok bahan baku (Hendrasari et al., 2023).

Salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, baik dalam produksi barang maupun jasa, adalah melalui penerapan Strategi Pemasaran. Perusahaan perlu memilih target konsumen yang akan dilayani, mengelompokkan pasar berdasarkan metode distribusi dan promosi. Di era perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat saat ini, diperlukan teknik pemasaran yang dapat terus mengikuti perkembangan zaman. Khususnya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membutuhkan strategi pemasaran yang efektif. UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terbukti mampu bertahan dalam kondisi krisis moneter dan pandemi. Meskipun demikian, menentukan strategi pemasaran yang optimal masih menjadi hambatan utama bagi mereka. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan seminar tentang strategi pemasaran di era digital untuk meningkatkan penjualan produk sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM (Jatmiko, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian nasional. Strategi pemasaran yang diterapkan cenderung masih konvensional, menyebabkan omset yang kurang optimal. Untuk mengatasi permasalahan pemasaran tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat, khususnya UMKM melalui adaptasi teknologi dengan fokus pada sosialisasi pemasaran digital. Pentingnya sosialisasi pemasaran digital sebagai langkah pemberdayaan masyarakat melalui siklus perencanaan, tindakan,

observasi, dan refleksi (Aldana et al., 2023).

Penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, seharusnya, hal ini dianggap sebagai peluang bagi pelaku UMKM. Namun, sayangnya masih banyak pelaku UMKM yang belum melibatkan strategi pemasaran digital dalam mempromosikan produk mereka. Terdapat beragam jenis pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, seperti konten pemasaran, pemasaran media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran mesin pencari (SEM), pembayaran per klik (PPC), pemasaran melalui email, dan pesan instan. Setiap jenis pemasaran digital memiliki sifat pengguna yang berbeda-beda, yang harus dipahami dengan baik oleh pelaku UMKM. Pemahaman yang mendalam ini akan membantu mereka memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan mereka (Bangun & Purnama, 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, memberikan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, dukungan dan pengembangan yang terus-menerus bagi UMKM sangat diperlukan. Salah satu strategi yang dapat diambil oleh pemilik UMKM adalah mengadopsi konsep kemasan ramah lingkungan dan terlibat dalam pengembangan pemasaran produk melalui pemasaran digital. Hasilnya adalah pemasaran digital berkontribusi pada pembentukan jaringan pasar yang lebih luas dan peningkatan kemampuan promosi serta pemahaman strategi pemasaran (Pasaribu et al., 2023).

Usaha kecil yang memegang peran penting dan signifikan dalam perekonomian. Meskipun tidak mengalami kendala modal, perusahaan kecil dihadapkan pada tantangan dalam aspek pemasaran, tenaga kerja, teknologi, keterampilan masyarakat, dan jaringan. Hasil menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital pada usaha kecil belum mencapai optimalitas karena terbatasnya kapasitas sumber daya. Kondisi ini disebabkan oleh fokus pemilik usaha pada produksi tanpa memperhatikan peluang pasar dan kurangnya pengetahuan terkait pemasaran digital. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing, efisiensi biaya, serta membangun dan memperkuat kesadaran merek mereka. Dengan mengadopsi strategi penjualan di Facebook, UMKM memiliki peluang untuk mencapai pertumbuhan bisnis dan mengikuti arus perkembangan era digital yang terus berkembang (Nuraisyah et al., 2023)

Pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terus meningkat, menjadi salah satu penggerak perekonomian baik di tingkat nasional maupun daerah. Kendati demikian, pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala, seperti minimnya modal, sumber daya manusia yang terbatas dalam pengelolaan keuangan, dan kurangnya pemahaman literasi keuangan. Aspek manajemen keuangan menjadi penting dalam menjalankan UMKM untuk mengatur penerimaan dan pengeluaran biaya. Literasi keuangan diperlukan agar UMKM mampu mengelola keuangan secara sehat demi kelangsungan usaha. Peningkatan literasi keuangan membantu pelaku UMKM memahami arus kas operasional, besaran laba usaha, dan aspek lainnya. Hasil menunjukkan adanya peningkatan wawasan pelaku UMKM terkait perencanaan dan pengelolaan keuangan, tahapan perencanaan keuangan, pembayaran dan penggunaan transaksi online, cara memperoleh modal usaha, serta penyusunan laporan keuangan sederhana (Kewo et al., 2023).

Ukuran Usaha memiliki pengaruh positif terhadap pemahaman UMKM dalam menyusun laporan keuangan berbasis SAK EMKM, sedangkan Persepsi pemilik tidak memiliki pengaruh positif terhadap pemahaman UMKM dalam penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM, dan Lama Usaha memiliki pengaruh negatif terhadap pemahaman UMKM dalam penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM (Susanti et al., 2023). Laporan keuangan memiliki peran krusial dalam mengelola bisnis, baik itu skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) hingga skala besar. Fungsinya meliputi operasional bisnis, keuntungan, analisis kerugian, dan bahkan dapat digunakan untuk mengajukan permohonan modal. Dengan kemajuan teknologi, pembuatan laporan keuangan semakin mudah dengan adanya berbagai aplikasi yang dapat diakses melalui ponsel pintar. Salah satu aplikasinya adalah Si APIK, yang dapat membantu UMKM dalam pencatatan dan pembukuan transaksi keuangan. Hasilnya menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya pembuatan laporan keuangan, dan pelaku UMKM dapat menerapkan pembuatan laporan keuangan dengan Si APIK pada HP Android (Rahayu et al., 2022).

Penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM meliputi Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan, dan Catatan atas Laporan Keuangan. Meskipun SAK EMKM memberikan bantuan dan kemudahan dalam pengelolaan data untuk membuat laporan keuangan dan menilai kinerja usaha, penerapannya pada UMKM masih memerlukan

beberapa penyesuaian (Ramayanti, 2022). Sebagian besar UMKM di Indonesia belum memiliki pemahaman dan penerapan akuntansi ramah lingkungan dalam laporan keuangan mereka. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya sosialisasi mengenai praktik akuntansi berkelanjutan (Narsi et al., 2023).

UMKM yang memiliki andil besar dalam bisnis di Indonesia, menghadapi kendala perkembangan di beberapa wilayah di Indonesia. Kelambatan pertumbuhan bisnis ini sering kali dipicu oleh kurangnya perhatian pelaku bisnis terhadap manajemen keuangan. Peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pencatatan dan proses pembukuan dalam menjalankan bisnis perlu dilakukan. Hasilnya menunjukkan peningkatan kemampuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan dan pembukuan yang sederhana untuk mendukung aktivitas bisnis sehari-hari (Sanistasya et al., 2023).

Pemberian pemahaman mengenai pentingnya mendaftarkan suatu usaha dan manfaat mendapatkan sertifikat halal bagi produk UMKM. Perlu dilakukan pendampingan dan sosialisasi penerapan Sistem Jaminan Halal, serta pendampingan penyerahan dokumen sertifikasi halal ke LPPOM MUI. Hasilnya mencakup kesadaran unit usaha mitra dalam menerapkan sistem jaminan halal dalam aktivitas bisnisnya dan pendaftaran unit usaha mereka dalam proses sertifikasi halal ke LPPOM MUI (Nadya et al., 2023).

Kegiatan memberikan pemahaman dan bantuan dalam pengurusan sertifikasi jaminan halal bagi UMKM. Pendampingan dilakukan dengan penuh keberanian dan daya tarik. Dari segi pemahaman atau kognitif, sebagian besar UMKM menyadari pentingnya sertifikasi halal (58%), nilai penting dari segi afektif mencapai 41%, dan dari segi perilaku menunjukkan nilai baik sebanyak 39%. Artinya, pengetahuan yang baik tentang sertifikasi halal tidak cukup untuk meningkatkan minat UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal. Pendampingan dilakukan dalam dua tahap, yakni pelatihan kader penggerak halal dan pengurusan dokumen sertifikasi halal untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan penjualan produk UMKM (Moerad et al., 2023).

Produk pangan lokal menjadi identitas khas suatu daerah karena erat dengan budaya masyarakat setempat. Pertumbuhan usaha ini tidak hanya mendukung perekonomian tetapi juga berperan dalam memperkuat ketahanan pangan pelaku usahanya. Upaya meningkatkan

permintaan produk pangan lokal dilakukan dengan membangun kepercayaan konsumen melalui sertifikasi halal. Keberadaan sertifikat halal terbukti mampu meningkatkan penjualan produk, memberikan daya saing yang lebih baik, dan mendukung ketahanan pangan tingkat rumah tangga (Widiati & Azkia, 2023).

Optimalisasi aspek legal sertifikasi halal UMKM dapat menjadi solusi bagi pelaku UMKM yang menghadapi kendala seperti ketiadaan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal, yang timbul akibat kurangnya pemahaman dalam proses pengurusan dokumen tersebut. Hasil pencapaian menunjukkan bahwa pembuatan NIB UMKM mencapai 68,4%, sementara data yang berhasil dicatat dalam proses sertifikasi halal mencapai 26,4%. Rendahnya tingkat pencapaian dalam pengajuan sertifikasi halal disebabkan oleh seringnya terjadi kesalahan pada akun sihalal selama proses pengajuan sertifikasi halal berlangsung (Amal & Lestari, 2023)

Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) merupakan suatu kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) merupakan inisiatif gratis yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia melalui BPJPH. Program ini merupakan bagian dari strategi untuk meningkatkan jumlah UMKM yang mendapatkan sertifikasi halal di Indonesia. Pendampingan dilakukan untuk memberikan pelatihan dan bimbingan kepada pelaku UMKM dalam mengisi Manual SJPH, mengisi aplikasi SiHalal, menginput data produksi pada aplikasi SiHalal, serta melakukan verifikasi dan validasi terhadap produk yang didaftarkan dalam program SEHATI. Hasil dari kegiatan memberikan nilai tambah pada produk-produk yang dihasilkan dan memberikan jaminan terkait kehalalan produk, yang telah terverifikasi melalui program sertifikasi halal gratis (SEHATI) (Rachman et al., 2023).

Berdasarkan hal-hal yang telah disampaikan diatas dan survei yang telah kami lakukan maka kegiatan yang akan dilakukan berupa membuat laporan keuangan yang baik dan benar, membuat strategi pemasaran yang sesuai di era digital dan melakukan pengurusan perizinan sertifikasi halal. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjudul "Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan, *Digital Marketing* Serta Sosialisasi Pengurusan Perizinan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan penjualan UMKM Keripik Usus Ibu Parmiasi".

Luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM dapat membuat laporan keuangan sederhana, melakukan pemasaran secara digital dan memiliki sertifikasi halal untuk usahanya. Adapun tujuan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok pengembangan inovasi yaitu:

- a. Untuk memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap UMKM sehingga memahami cara mengerjakan laporan dan pembukuan secara sederhana.
- b. Untuk memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap UMKM sehingga bisa melakukan pemasaran secara digital.
- c. Untuk memberikan sosialisasi terhadap UMKM sehingga memahami tentang pembuatan sertifikasi halal dan membantu pengurusannya untuk meningkatkan penjualan serta kepercayaan konsumen.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

- a. Menghasilkan masyarakat yang lebih kreatif, mandiri dan inovatif parapelaku UMKM dalam menjalankan bisnis usahanya.
- b. Menambahkan kemampuan kreatifitas mahasiswa/I mengenai cara pengembangan kreatif mandiri dan inovatif alam berwirausaha.
- c. Dapat melatih kemampuan dalam kerjasama tim serta meningkatkan sosialisasi dengan masyarakat yang lebih luas.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa/i STIE Madani. Kegiatan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan, Digital Marketing serta Pengurusan Perizinan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kelurahan Graha Indah ini dilakukan oleh 1 (satu) orang Dosen Pembimbing dan 4 (empat) orang Mahasiswa.

Kegiatan Dosen dan Mahasiswa ini dilakukan bersama-sama, diawali dengan Pelatihan *Digital Marketing*, Pembuatan Laporan Keuangan Serta Pengurusan Perizinan Sertifikasi Halal yang dilakukan oleh Dosen dibantu mahasiswa di ruang rapat Kelurahan kepada beberapa UMKM, sedangkan untuk kegiatan inti, yaitu Pendampingan maka Pihak Kelurahan menunjuk salah satu UMKM, yaitu UMKM pembuatan Keripik Usus Ibu Parmiasi untuk dilakukan asistensi/pendampingan oleh mahasiswa dengan dimonitoring dosen dan kegiatan

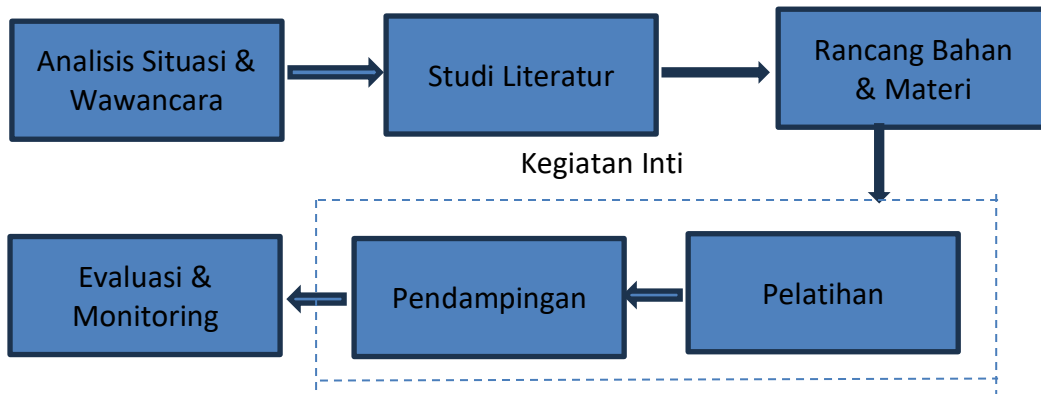
difokuskan kepada UMKM Keripik Usus Ibu Parmiasi ini saja.

Ibu Parmiasi merupakan pelaku UMKM di Kelurahan Graha Indah, Balikpapan yang baru merintis usaha sekitar November 2022. Beliau adalah seorang ibu rumah tangga yang ingin menambah penghasilan keluarga dengan berjualan keripik usus.

Adapun tahap pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Keterangan
1	Analisis Situasi Melakukan Survei terhadap situasi dan kondisi di lapangan dan Melakukan Wawancara	Hasil survei diketahui bahwa para pelaku UMKM melakukan penjualan dengan cara yang masih sangat sederhana, yaitu melakukan penjualan di depan rumah serta belum paham tentang keunggulan dan kelemahan produk/jasa. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa para pelaku UMKM masih memiliki pengetahuan dan kemampuan yang masih kurang dalam melakukan pemasaran terutama pemanfaatan teknologi yang ada saat ini, belum paham membuat laporan keuangan dan belum tersertifikasi halalnya produk. Tahap analisis situasi dan wawancara ini dilakukan selama 2 minggu, dari tanggal 24 Juli sampai dengan 7 Agustus 2023.
2	Studi Literatur	Mencari referensi-referensi terkait dengan permasalahan yang dihadapi serta mencari solusinya. Studi literatur ini dilakukan selama 1 minggu, dari tanggal 8 Agustus sampai dengan 15 Agustus 2023.
3	Merancang bahan/materi	Berdasarkan studi literatur kemudian disusunlah bahan/materi untuk disampaikan kepada para pelaku UMKM. Tahap ini dilakukan selama 1 minggu, dari 16 Agustus sampai dengan 23 Agustus 2023.
4	Kegiatan Inti	Pendampingan diawali dengan Pelatihan <i>Digital Marketing</i> , pembuatan laporan keuangan, dan pengurusan sertifikasi halal, yang dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2023, jam 13.30 sampai dengan 15.30 WITA di ruang rapat Kelurahan Graha Indah dengan diikuti peserta dari para pelaku UMKM di Kelurahan ini sekitar 12 orang. Pemateri adalah Bapak Novi Satria J., S.T., M.M. Kegiatan kemudian dilanjutkan ke kegiatan inti di hari berikutnya, yaitu asistensi/pendampingan ke salah satu UMKM pembuatan keripik usus Ibu Parmiasi yang dilaksanakan dari tanggal 25 Agustus 2023 sampai dengan 24 Oktober 2023. Pemilihan UMKM Keripik Usus Ibu Parmiasi untuk didampingi ini setelah mendapatkan rekomendasi dari pihak kelurahan.
5	Evaluasi dan Monitoring	Evaluasi dan Monitoring mulai 25 Agustus sampai dengan tanggal 24 Oktober 2023 dilakukan dengan mengecek media sosial UMKM tersebut, pemahaman pelaku UMKM melalui pencatatan keuangannya serta hasil pengurusan sertifikasi halal.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan, Digital Marketing dan Pengurusan Sertifikasi Halal

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIE Madani tahun 2023 ini melakukan kegiatan pendampingan pembuatan laporan keuangan, *digital marketing* dan pengurusan sertifikasi halal kepada UMKM yang ada di lingkungan Kelurahan Graha Indah, khususnya UMKM Keripik Usus Ibu Parmati mulai tanggal 24 Juli sampai dengan 24 Oktober 2023.

Kegiatan dibagi menjadi dua tahap, tahap pertama, yaitu pelatihan pembuatan laporan keuangan, *digital marketing* dan pengurusan sertifikasi halal kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Graha Indah dan tahap kedua adalah tahap pendampingan kepada salah satu UMKM, yaitu UMKM Keripik Usus Ibu Parmati.

Langkah pertama kegiatan ini adalah melakukan pelatihan terlebih dulu ke beberapa UMKM pada hari Kamis, tanggal 24 Agustus 2023 dari jam 13.30 sampai dengan 15.30 WITA.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengertian dan pemahaman dasar kepada pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan penjualan mereka. Tujuan pelatihan ini sejalan dengan pelatihan yang dilakukan UMKM (Jatmiko, 2022), dimana menurutnya bahwa kegiatan seminar tentang strategi pemasaran di era digital untuk meningkatkan penjualan produk sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM.

Kendala pada pelatihan ini adalah para peserta umumnya terdiri dari para pelaku UMKM yang memiliki tingkat pendidikan hanya lulusan SD dan SMP sehingga mereka belum paham dengan laporan keuangan dan tidak mungkin mengajarkan pembuatan laporan keuangan secara lengkap hanya dalam beberapa jam saja, apalagi jika mereka belum memahami dasar-dasar akuntansi sehingga tidak akan mungkin mereka bisa membuat jurnal umum, buku besar hingga neraca. Disamping itu, kemampuan mereka dalam mengoperasikan *handphone* maupun laptop juga masih terbatas. Padahal ada beberapa aplikasi seperti Accurate, Zahir, Si Apik, dan lain-lain untuk pembuatan laporan keuangan yang bisa dioperasikan melalui *handphone* atau laptop dan tentu ini sangat membantu dalam membantu UMKM. Menurut Rahayu, dkk (2022) adanya peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya pembuatan laporan keuangan pelaku UMKM dapat menerapkan pembuatan laporan keuangan dengan Si APIK pada HP Android.



Gambar 3. Materi Pembukuan Sederhana Bagi UMKM

Namun sekali lagi, tentu pengguna harus memiliki pemahaman akuntansi dalam menggunakannya, sedangkan kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya sosialisasi mengenai praktik akuntansi berkelanjutan (Narsi et al., 2023). Oleh karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan itu, maka pelatihan kali ini untuk membahas masalah-masalah dasar seperti melakukan pengumpulan nota-nota dan

pencatatannya di buku menurut ketentuan akuntansi yang berlaku agar mudah dimengerti oleh para peserta. Para pelaku UMKM diminta selalu mencatat segala pengeluaran dan pendapatannya, serta menyimpan nota-nota, kwitansi maupun bukti-bukti transaksi lainnya yang dapat berguna untuk pembuatan laporan keuangan.

Selain cara mekukan pencatatan akuntansi, materi lainnya dalam pelatihan adalah pelatihan *Digital Marketing*. Digital Marketing sendiri sebenarnya sangat luas, ada banyak platform media sosial yang bisa digunakan seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Tik Tok, dan lain-lain. Dengan mengadopsi strategi penjualan di Facebook, UMKM memiliki peluang untuk mencapai pertumbuhan bisnis dan mengikuti arus perkembangan era digital yang terus berkembang (Nuraisyah et al., 2023).

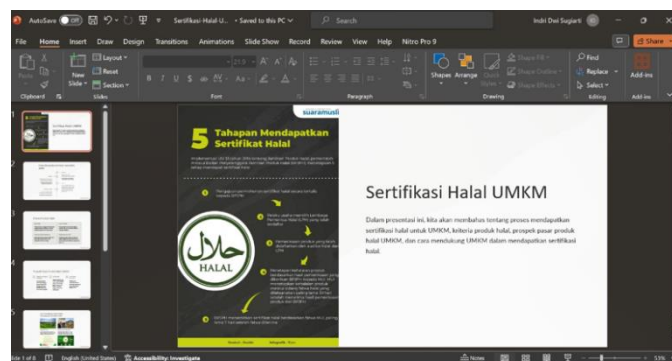


Gambar 4. Materi *Digital Marketing*

Secara umum pelatihan ini menyampaikan kelebihan dan kekurangan pemasaran menggunakan masing-masing platform media sosial sehingga para peserta dapat memilih platform yang mereka pahami dan cocok dengan *style* pemasaran mereka. Selain itu, diberikan pula beberapa tips membuat postingan-postingan yang menarik sehingga diharapkan dapat menarik dan menambah calon pelanggan mereka. Waktu atau jam-jam melakukan posting pun perlu diperhatikan adanya “waktu-waktu emas” (*Golden Times*) sehingga postingan yang dilakukan dapat dilihat oleh banyak orang. Namun demikian, dalam penerapan *digital marketing* ini pun lagi-lagi terkendala dengan masalah pengetahuan dan kemampuan peserta yang kurang, jenis *handphone* yang dimiliki serta koneksi internet yang juga kadang tidak stabil. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Hendrasari, dkk (2023) dimana pemasaran digital, terdapat kendala internal dan eksternal yang perlu diatasi. Beberapa kendala tersebut meliputi koneksi internet yang tidak stabil, tertunda, serta masalah internal karena

terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) dan pemasok bahan baku. Oleh karena itu, Solusi yang diberikan dalam hal *handphone* (HP), tidak harus memakai HP yang mahal, yang penting bisa terkoneksi internet dan memiliki salah satu aplikasi media sosial. Untuk kendala pengetahuan dan kemampuan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial yang sudah mereka punya dan terbiasa untuk saat ini. Untuk sementara mereka fokus dulu ke salah satu platform agar tidak bingung dan mulai membiasakan diri melakukan promosi di media sosial.

Materi yang terakhir dalam pelatihan adalah pengurusan sertifikasi halal. Pengurusan sertifikat halal sebelumnya yang dilakukan oleh MUI memang berbayar, namun saat ini pemerintah sedang menggalakkan program sertifikasi halal kepada seluruh Masyarakat Indonesia, melalui berbagai program sertifikasi halal secara gratis di bawah ‘naungan’ Kementerian Agama sampai dengan bulan Oktober 2024. Oleh karena itu, program ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh Masyarakat, khususnya para pelaku UMKM yang saat ini produknya belum memiliki sertifikat halal. Hal serupa juga pernah dilakukan oleh (Nadya, dkk (2023) yang menyatakan hasil sosialisasi mencakup kesadaran unit usaha mitra dalam menerapkan sistem jaminan halal dalam aktivitas bisnisnya dan pendaftaran unit usaha mereka dalam proses sertifikasi halal ke LPPOM MUI.



Gambar 5. Materi Sosialisasi Sertifikasi Halal

Dengan memiliki sertifikasi halal tentunya dapat menaikkan branding produk pelaku UMKM, juga dapat meningkatkan kepercayaan dari calon pembeli sehingga diharapkan dapat meningkatkan hasilpenjualan produk. Dengan demikian, dari pelatihan ini diharapkan dapat membangkitkan kesadaran para pelaku UMKM, khususnya terkait produk makanan dan minuman untuk mendapatkan sertifikasi halal, Dimana masih banyak mereka yang belum memahami hal tersebut. Pelatihan ini barulah langkah awal, dimana para peserta

mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pembuatan laporan keuangan, *digital marketing*, dan sertifikat halal. Selanjutnya, dilakukan pendampingan secara lebih intensif kepada salah satu pelaku UMKM yang bersedia dan tentu saja setelah mendapatkan penunjukan dari pihak Kelurahan. Akhirnya, UMKM yang ditunjuk untuk mendapatkan pendampingan adalah UMKM keripik usus Ibu Parmiasi. Keberadaan sertifikat halal terbukti mampu meningkatkan penjualan produk, memberikan daya saing yang lebih baik, dan mendukung ketahanan pangan tingkat rumah tangga (Widiati & Azkia, 2023).

Berdasarkan hasil pretest didapatkan bahwa terkait pengetahuan laporan keuangan ada 50% (6 orang) yang belum tahu, 42% (5 orang) yang sedikit tahu, 8% (1 orang) yang tahu tapi belum bisa membuat, dan 0% (0 orang) yang tahu dan bisa membuat. Hasil pretest terkait pengetahuan laporan keuangan ada 33% (4 orang) yang belum tahu, 42% (5 orang) yang sedikit tahu, 25% (3 orang) yang tahu tapi belum bisa membuat, dan 0% (0 orang) yang tahu dan bisa membuat. Hasil pretest terkait pengetahuan sertifikasi halal ada 50% (6 orang) yang belum tahu, 17% (2 orang) yang sedikit tahu, 33% (4 orang) yang tahu tapi belum bisa membuat, dan 0% (0 orang) yang tahu dan bisa membuat.

Tabel 2. Hasil Pre Test

Keterangan	Pengetahuan Laporan Keuangan		Pengetahuan Digital Marketing		Pengetahuan Sertifikasi Halal	
	Persentasi	Σ	Persentasi	Σ	Persentasi	Σ
Belum Tahu	50%	6	33%	4	50%	6
Sedikit Tahu	42%	5	42%	5	17%	2
Tahu Tapi Belum Bisa Membuat	8%	1	25%	3	33%	4
Tahu Dan Bisa Membuat	0%	0	0%	0	0%	0
Total	100%	12	100%	12	100%	12

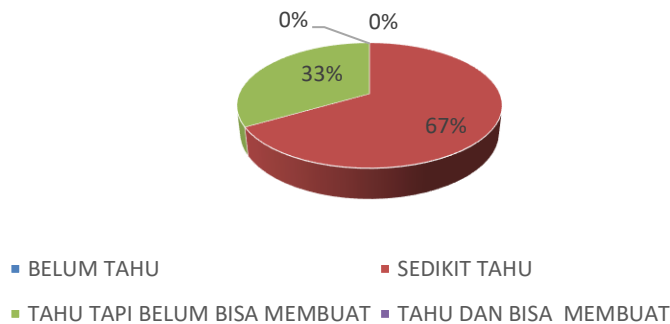
Berdasarkan hasil post test didapatkan bahwa terkait pengetahuan laporan keuangan ada 0% (0 orang) yang belum tahu, 67% (8 orang) yang sedikit tahu, 33% (4 orang) yang tahu tapi belum bisa membuat, dan 0% (0 orang) yang tahu dan bisa membuat. Hasil post test terkait pengetahuan laporan keuangan ada 0% (0 orang) yang belum tahu, 17% (2 orang) yang sedikit tahu, 50% (6 orang) yang tahu tapi belum bisa membuat, dan 33% (4 orang) yang tahu dan bisa membuat. Hasil posttest terkait pengetahuan sertifikasi halal ada 0% (0 orang) yang belum tahu, 0% (0 orang) yang sedikit tahu, 58% (7 orang) yang tahu tapi belum bisa

membuat, dan 42% (5 orang) yang tahu dan bisa membuat.

Tabel 2. Hasil Post Test

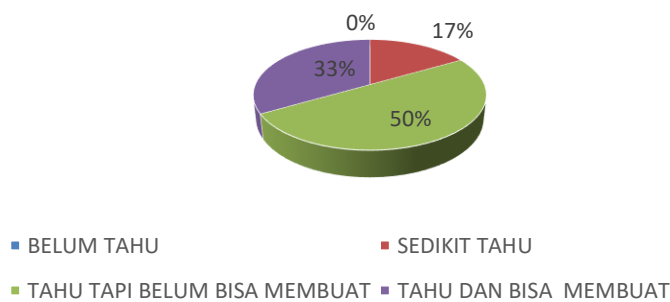
Keterangan	Pengetahuan Laporan Keuangan		Pengetahuan Digital Marketing		Pengetahuan Sertifikasi Halal	
	Persentasi	Σ	Persentasi	Σ	Persentasi	Σ
Belum Tahu	0%	0	0%	0	0%	0
Sedikit Tahu	67%	8	17%	2	0%	0
Tahu Tapi Belum Bisa Membuat	33%	4	50%	6	58%	7
Tahu Dan Bisa Membuat	0%	0	33%	4	42%	5
Total	100%	12	100%	12	100%	12

POST TEST
PENGETAHUAN LAPORAN KEUANGAN



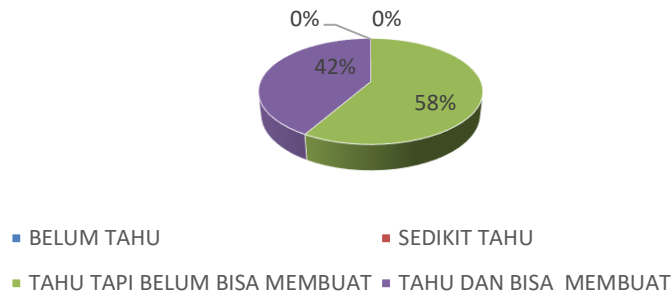
Gambar 6. Post Test Pengetahuan Laporan Keuangan

POST TEST
PENGETAHUAN DIGITAL MARKETING



Gambar 7. Post Test Pengetahuan Digital Marketing

POST TEST PENGETAHUAN SERTIFIKASI HALAL



Gambar 8. Post Test Pengetahuan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil pre test dan post test dapat diketahui bahwa pengetahuan para peserta pelatihan mengalami penambahan sehingga yang tadinya belum tahu menjadi sedikit tahu atau tahu tapi belum bisa membuat, sedangkan yang sedikit tahu dapat memiliki tambahan pengetahuan menjadi tahu tapi belum bisa membuat. atau bahkan tahu dan bisa membuat.

Adanya peningkatan hasil post test tentang Pengetahuan Laporan Keuangan ini sesuai dengan referensi-referensi sebelumnya. Kegiatan Pelatihan Mengenai Penyusunan Laporan Keuangan Untuk UMKM Dengan Memanfaatkan Smartphone membuat UMKM dapat membuat laporan keuangan dengan lebih efisien, cepat, dan akurat, sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi perkembangan usaha mereka (Yunia et al., 2020). Hal ini juga sejalan dengan Kegiatan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM di Kabupaten Kampar, menjadikan UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep akuntansi dan keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang mematuhi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) Indonesia (Azlina et al., 2020). Melalui pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan UMKM Desa Wates Jaya, masyarakat terutama pelaku UMKM memiliki pengetahuan tentang teknik pencatatan yang efektif, seperti memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha sehingga akan meningkatkan pemahaman mereka tentang proses pencatatan laporan keuangan dan mengenali manfaat yang diperoleh dari pencatatan tersebut (Febriani & Aziz, 2023).

Peningkatan hasil post test tentang Pengetahuan Digital Marketing ini sesuai dengan

referensi-referensi terdahulu. Pelatihan pemasaran digital yang diadakan di Tajur Halang, Kabupaten Bogor, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan platform digital, sehingga mereka dapat memperluas cakupan pasar dan meningkatkan volume penjualan produk mereka (Muharam et al., 2023). Pelatihan tentang strategi pemasaran digital bagi UMKM di Desa Tanjung Beringin, Pangkalan Kuras, Pelalawan, Riau, memberikan manfaat kepada pelaku UMKM dengan memberikan pemahaman mendalam mengenai pemasaran digital (Pebriana, 2023). Pelatihan penerapan teknologi pemasaran digital untuk meningkatkan bisnis UMKM di Desa Pesawahan, Porong, Sidoarjo, disambut dengan antusiasme dan respon positif oleh para peserta pelaku UMKM, yang melihatnya sebagai peluang untuk meningkatkan pemasaran produk mereka (Listiyana et al., 2023)

Peningkatan hasil post test tentang Pengetahuan Sertifikasi Halal ini sesuai dengan beberapa sumber yang sudah ada. Sosialisasi dan pelatihan tentang penerbitan sertifikasi halal untuk produk UMKM di Purbalingga membantu pelaku usaha UMKM memahami secara mendalam proses legalitas halal yang diperlukan bagi produk UMKM mereka (Wulandari, 2023). Program Kemitraan Pelatihan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) bagi UMKM di Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam, membantu meningkatkan pemahaman akan pentingnya sertifikasi halal. Dengan demikian, program ini memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta pelatihan (Mesta et al., 2023). Pelatihan sertifikasi halal bagi usaha kecil dan mikro (UKM) meningkatkan pengetahuan peserta tentang prinsip halal dan haram, proses sertifikasi halal, serta memotivasi mereka untuk menerapkan sertifikasi halal dalam praktik bisnis mereka (Meta Sari et al., 2022).

Pendampingan UMKM

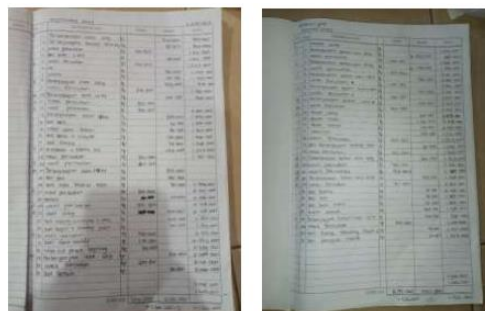
Pendampingan ini dilakukan pada UMKM Keripik Usus Ibu Parmiami yang ada di Kelurahan Graha Indah, kota Balikpapan. Pendampingan yang dilakukan terdiri dari pendampingan pembuatan laporan keuangan, *Digital Marketing*, pengurusan sertifikat halal.



Gambar 9. Pendampingan Pencatatan Keuangan

Pendampingan awal, melakukan identifikasi kebutuhan individu dan bisnis UMKM, kemudian sebelum membuat laporan keuangan, diberikan penjelasan kembali tentang apa itu laporan keuangan, fungsi dan manfaatnya serta bagaimana cara membuatnya secara sederhana. Tempat pelaksanaan adalah di rumah pelaku UMKM tersebut. Hal-hal yang menjadi hambatan dalam pembuatan ini adalah pengetahuannya masih sangat terbatas dan belum belajar akuntansi, khususnya tentang laporan keuangan. Selain itu,, Ibu beliau masih jarang mengumpulkan nota-nota atau bukti pembelian ataupun penjualan dan belum pernah melakukan pencatatannya. Solusi yang ditawarkan atas hambatan atau permasalahan yang ada adalah pendampingan membuat laporan keuangan sederhana dan membiasakan para peserta untuk mulai mengumpulkan nota-nota transaksi atau melakukan pencatatan-pencatatan transaksi yang diperlukan untuk pembuatan laporan keuangan sederhana. Monitoring dan evaluasi dilakukan setiap minggunya untuk mengetahui apakah peserta sudah memahami dan mampu membuat laporan keuangan sederhana. Serangkaian pelatihan tentu saja sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM agar pengetahuan dan kemampuan mereka semakin bertambah seperti yang disampaikan oleh Sanistasya, dkk (2023).

Berdasarkan hasil evaluasi bahwa para peserta sudah mulai memahami pentingnya mengumpulkan nota-nota transaksi dan mulai mampu membuat laporan keuangan sederhana melalui pencatatan transaksi-transaksi keuangannya.



Gambar 10. Hasil Pembukuan Sederhana UMKM Keripik Usus

Pendampingan selanjutnya adalah *Digital Marketing*. Pendampingan ini memberikan lebih detail pengetahuan tentang promosi secara *online* dan praktek. (Aldana et al., 2023) menyampaikan pentingnya sosialisasi pemasaran digital sebagai langkah pemberdayaan masyarakat melalui siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. *Digital Marketing* dilakukan mulai dari melakukan perencanaan konten promosi, kapan harus posting media apa yang digunakan, dan lain-lain. Konten yang menarik ada berbagai macam, bisa berupa gambar, maupun video. Konten harus dibuat variatif sehingga tidak membosankan. Perencanaan terhadap konten diperlukan agar orang yang melihat tertarik. Isi konten bisa berupa *Soft Selling* dengan isi konten bisa berupa kegiatan produksi, kegiatan sehari-hari atau bisa juga hanya kumpulan cerita. Cara berikutnya juga bisa dilakukan dengan *Hard Selling* dengan melakukan penawaran produk secara langsung kepada Masyarakat.

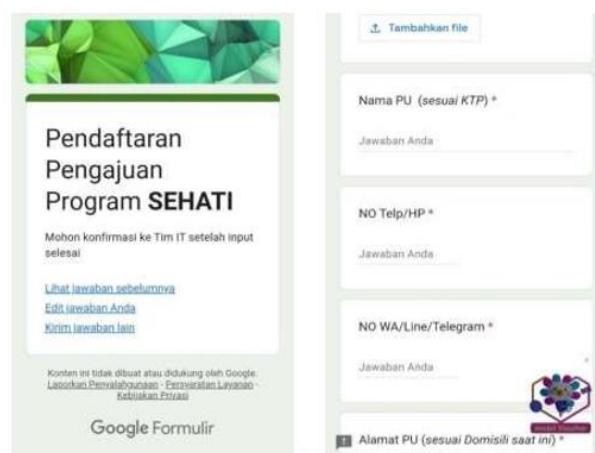


Gambar 11. Proses Pembelajaran Digital Marketing

Materi *Digital Marketing* lainnya adalah pengaturan waktu promosi. Harus diperhatikan kapan waktu-waktu terbaik (*Golden Times*) untuk melakukan posting promosi. Hal ini perlu diperhatikan agar postingan kita banyak yang melihat di waktu yang tepat. Namun demikian, juga ada beberapa hambatan dalam melakukan *Digital Marketing*, antara lain pengetahuan Ibu Parmiasi yang masih terbatas (*gaptek*) dalam menggunakan media sosial, Waktu beliau juga sangat terbatas karena produksi sampai dengan pemasaran masih dilakukan sendiri, sedangkan beliau juga sibuk dengan aktivitasnya sebagai ibu rumah tangga. Dengan demikian, Ibu Parmiasi harus mulai membiasakan menggunakan media sosial dan membagi waktu dengan baik untuk melakukan promosi-promosi untuk produk UMKM nya. Beliau juga bisa minta bantuan anak perempuannya yang sudah mulai SMP membantu produksi atau promosi. Untuk Langkah awal Ibu Parmiasi mulai fokus berpromosi di salah satu media sosial

terlebih dulu, yaitu Tik Tok sebagai media sosial yang sedang trending saat ini. Monitoring dan evaluasi dilakukan setiap minggunya untuk mengetahui apakah Ibu Parmiami sudah memahami dan mampu membuat konten-konten di tiktok secara kontinyu. Berdasarkan hasil evaluasi dapat diketahui bahwa beliau sudah mulai paham cara menggunakan media sosial, khususnya tiktok untuk beriklan atau membuat postingan jualan. Pemahaman yang mendalam ini akan membantu mereka memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan mereka (Bangun & Purnama, 2023).

Pendampingan terakhir adalah pengurusan sertifikasi halal. Hal yang menjadi hambatan dalam pembuatan sertifikasi halal adalah peserta masih gaptek (gagap teknologi), padahal pembuatan sertifikasi halal dilakukan secara *online* melalui pengisian formulir pada link pendaftaran yang disebarakan melalui media whatsapp. Ibu Parmiami sudah pernah mencoba beberapa kali mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal melalui program sertifikasi halal gratis dari pemerintah, namun beberapa kali juga saat itu produknya ditolak dengan berbagai alasan diantaranya produk keripik usus tidak bisa dimasukkan program sertifikasi halal gratis dari pemerintah (Kementerian Agama), tetapi harus melalui jalur regular (MUI) yang berbayar. Rendahnya tingkat pencapaian dalam pengajuan sertifikasi halal disebabkan oleh seringnya terjadi kesalahan pada akun sihalal selama proses pengajuan sertifikasi halal berlangsung (Amal & Lestari, 2023).



Gambar 12. Pengisian Formulir Sertifikasi Halal

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi Bu Parmiami maka perlu dicari informasi yang seluas-luasnya tentang permasalahan tersebut. Setelah dicari beberapa informasi dari

sumber-sumber terkait, maka dapat diketahui produk keripik usus ini sebenarnya bisa untuk didaftarkan sertifikat halal nya dengan program SEHATI yang gratis. Namun Bu Parmiami harus mendapatkan bahan bakunya dari pemotongan ayam yang sudah tersertifikasi halal juga. Setelah didapatkan pemotongan ayam yang memiliki sertifikasi halal maka produk keripik usus Ibu Parmiami pun mulai didaftarkan kembali dan akhirnya berhasil mendapatkan sertifikasi halal. Dengan adanya sertifikat halal maka diharapkan produk ini semakin dipercaya Masyarakat dan semakin laku di pasara tentunya. Sertifikat Halal memberikan nilai tambah pada produk-produk yang dihasilkan dan memberikan jaminan terkait kehalalan produk, yang telah terverifikasi melalui program sertifikasi halal gratis (SEHATI) (Rachman et al., 2023)



Gambar 13. Sertifikat Halal Keripik Usus Bu Parmiami

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil akhir yang didapatkan bahwa setelah dilakukan evaluasi adalah pemahaman Bu Parmiami selaku pemilik UMKM Keripik Usus sudah cukup baik. Hal ini diketahui melalui pencatatan keuangan yang sudah mulai dilakukan serta promosi-proosi media sosialnya yang semakin menarik. Pendaftaran sertifikasi halal pada keripik usus juga sudah berhasil dilakukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) STIE Madani Balikpapan, pihak kelurahan Graha Indah, UMKM keripik usus Ibu Parmati, UMKM-UMKM lainnya di kelurahan Graha Indah serta pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan ini sehingga terlaksananya kegiatan ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldana, S., Haq, A., & Muljanto, M. A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Adaptasi Digital Marketing Pada UMKM Kalirungkut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1958–1963. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1260>
- Amal, M. K., & Lestari, N. A. (2023). Optimasi aspek legal sertifikasi halal umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 5079–5086. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
- Azlina, N., Taufik, T., Putri, S. M., & Indrapraja, M. H. D. (2020). Pelatihan penyusunan laporan keuangan UMKM di Kabupaten Kampar. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 2, 66–71. <https://doi.org/10.31258/unricsce.2.66-71>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Febriani, I., & Aziz, I. A. (2023). Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan UMKM Desa Wates Jaya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 156–172. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i2.7160>
- Hendrasari, E., Isnata, F., Yulfajar, A., Studi Akuntansi, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, S. (2023). Penerapan Digital Marketing Terhadap Penjualan UMKM Filiya Galeri. *Februari*, 3(2), 188–193. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/208>
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. In *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* (pp. 253–266). scholar.archive.org. <https://scholar.archive.org/work/l55wzqcvojdz3bcpmtowksliy4/access/wayback/http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/plakat/article/download/8955/pdf>
- Kewo, C. L., Motoh, R., & Marunduh, A. P. (2023). Sosialisasi Peningkatan Literasi Keuangan Dan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Sagerat Kota Bitung. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 2785–2790. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6661>
- Listiyana, O., Alfin, R., Iriani, E., Aida, N., Tinggi, S., & Gempol, I. E. (2023). Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital Marketing Guna Pengembangan Usaha Umkm Di Desa Pesawahan Porong Sidoarjo. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(1), 345–350. <http://bajangjournal.com/index.php/JPM>
- Mesta, H. A., Fitra, H., Triani, M., Khair, M., & Irmu, V. (2023). Program Kemitraan Pelatihan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Untuk UMKM di Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Manaruko Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 93–100. <https://doi.org/10.24036/manaruko.v2i2.20>
- Meta Sari, A., Kusumaningati, W., & Anastasia Yudistirani, S. (2022). Pelatihan Sertifikasi Halal untuk Usaha Kecil dan Mikro (UKM). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–6.
- Muharam, H., Gursida, H., Hasyim, W., Daryono, & Ramdan, M. (2023). PELATIHAN DIGITAL

- MARKETING UNTUK MENINGKATKAN UMKM DI TAJUR HALANG KAB. BOGOR. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 3(5), 28–33. <https://jocosae.org/index.php/jocosae/article/view/185/101>
- Nadya, A. Q., Hafidz, A. ridho, Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i1.25>
- Narsi, I., Bessi, A., Yunarti Manehat, B., Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Katolik Widya Mandira Kupang, U. (2023). Penerapan Green Accounting Pada Laporan Keuangan Umkm (Studi Literatur Pada Umkm Di Indonesia). 8(1), 21–26.
- Nuraisyah, Haryono, D., & Lutfiani. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Sikemas Journal*, 2, 63–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.47353/sikemas.v2i2.1285>
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Pebriana, L. K. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk UMKM di Desa Tanjung Beringin Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Tasnim Journal for Community Service*, 4(1), 27–31. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm/article/view/21%0Ahttps://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm/article/download/21/24>
- Rachman, A., Sunardi, S., Simatupang, A. D. R., Tidjani, S., & Azwar, M. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal Dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Bagi Pelaku UMKM Kedu Emas Tangerang. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.33366/japi.v8i1.4558>
- Rahayu, M., Sari, B., Utami, N. E., & Emarawati, J. A. (2022). Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM. *Rahayu, Maryati Sari, Bida Utami, Nastiti Edi Emarawati, Jayanti Apri*, 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i1.2369>
- Ramayanti, F. H. T. N. R. (2022). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berbasis SAK EMKM (Studi Kasus Pada UMKM Madu Huwaida). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana, Vol 9, No 3 (2022): Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 1016–1022. <https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/JABK/article/view/780/pdf>
- Sanistasya, P. A., Aransyah, M. F., Jelita, G., & Wardana, E. D. (2023). Financial Literacy Training for MSMEs Actors In. *JURNAL PLAKAT*, 5(1), 118–132.
- Susanti, D. A., Mulyani, U. R., Fadhlana, A., & Yuwanda, T. (2023). Pengaruh Ukuran Usaha, Persepsi Pemilik Dan Lama Usaha Terhadap Pemahaman Umkm Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan Sak-Emkm (Studi Pada Umkm Di Kabupaten Demak). *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.15548/jebi.v7i1.386>
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 27. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>
- Wulandari, O. A. D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Pembuatan Sertifikasi Halal Bagi Produk UMKM Di Purbalingga. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(2), 116–121. <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.82>
- Yunia, D., Mulyasari, W., Nofianti, N., & Astuti, K. D. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan Smartphone. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 1(1), 58–64. <https://doi.org/10.55583/arsy.v1i1.37>