Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | LPPM UNSERA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849

Optimalisasi Pemasaran dan Manajemen UMKM Emping Kelas Mikro melalui Program Pendampingan Mahasiswa (Studi Kasus di Kelurahan Taman Baru, Serang).

Usep Sholahudin[1,], Ria Noviana Agus[2], Faishal Rizki Nandasati[3]
[1,2]Pendidikan Matematika, FSIP, Universitas Serang Raya
[3]Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya

sholahudin.usep@unsera.ac.id

ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan kapasitas UMKM Emping milik Bu Anisah di Kelurahan Taman Baru Kota Serang, yang menghadapi permasalahan antara lain: jangkauan pemasaran terbatas dan manajemen keuangan yang belum memadai. Metode pendampingan dilaksanakan melalui tiga tahapan terstruktur, yaitu pra-kegiatan (survei dan identifikasi masalah), pelaksanaan (pelatihan digital marketing, revitalisasi kemasan, dan pembukuan sederhana), serta pasca-kegiatan (monitoring dan evaluasi). Hasil kegiatan menunjukkan dampak positif yang signifikan, dengan peningkatan omset penjualan mencapai 50-90% dibandingkan periode sebelumnya. Selain itu, mitra kini memiliki sistem pembukuan yang teratur, mampu mengelola akun media sosial untuk pemasaran, dan produknya memiliki kemasan yang lebih menarik serta berlabel. Keberhasilan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pendampingan yang menggabungkan aspek teknologi informasi dan penguatan manajemen usaha, sangat efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Rekomendasi dari PKM ini adalah keberlanjutan pendampingan dan perluasan penjualan secara digital untuk keberlanjutan usaha.
Kata kunci: *digital marketing*, emping, manajemen UMKM

ABSTRACT

This Community Service Program (PkM) aimed to optimize the capacity of a micro-scale emping MSME owned by Mrs. Anisah in Taman Baru Village, Serang City, which faced several challenges, including limited marketing reach and inadequate financial management practices. The assistance program was implemented through three structured stages: pre-implementation (needs assessment and problem identification), implementation (digital marketing training, packaging revitalization, and simple bookkeeping training), and post-implementation (monitoring and evaluation). The results demonstrated a significant positive impact, with sales revenue increasing by approximately 50–90% compared to the period before the program. Furthermore, the business partner has successfully established an organized bookkeeping system, developed the ability to manage social media accounts for marketing purposes, and improved product packaging with more attractive designs and proper labeling. These findings indicate that an assistance approach integrating information technology with business management strengthening is highly effective in enhancing the competitiveness of micro-scale MSME. Therefore, continuous mentoring and the expansion of digital marketing channels are recommended to ensure long-term business sustainability.

Keywords *digital marketing, emping, MSME management*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian Indonesia karena mampu berkontribusi secara signifikan terhadap produk domestik bruto serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (Suci Ramadani et al, 2025). Sektor ini juga terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi, sehingga eksistensinya tidak diragukan lagi (Anwar et al., 2026). Namun, di era ekonomi digital yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan keberlanjutan usahanya (Anjarwati et al., 2025). Digitalisasi pemasaran merupakan salah satu alternatif solusi untuk membantu memulihkan dan mengembangkan usaha, terutama bagi UMKM yang masih terkendala dalam adopsi teknologi digital ((Suci Ramadani et al, 2025).



Gambar 1 Survey RT Setempat

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal yang dilakukan oleh Kelompok KKM Universitas Serang Raya di Desa Taman Baru, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UMKM Emping Bu Anisah dapat diidentifikasi sebagai berikut: (1) keterbatasan jangkauan pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional dengan menitipkan produk ke pasar tanpa memanfaatkan platform digital, (2) belum memadainya pencatatan keuangan di mana seluruh transaksi masih dicatat secara perkiraan tanpa sistem pembukuan yang teratur, dan (3) kemasan produk yang masih sangat sederhana menggunakan plastik bening biasa tanpa label yang menarik.



Gambar 2 Observasi dan Wawancara

Permasalahan serupa juga banyak ditemukan pada UMKM di berbagai daerah. Penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran produk, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas (Sartika et al., 2023). Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM tidak melakukan pembukuan dan masih kurang memahami akuntansi serta urgensi penggunaannya, sehingga sulit untuk mengetahui perkembangan usaha secara akurat (Baiq Narti Widiastuti, 2025). Mayoritas pelaku UMKM cenderung menentukan keputusan berdasarkan pengalaman atau intuisi tanpa didukung data keuangan yang memadai (Suci Ramadani et al., 2025). Di sisi lain, kemasan merupakan kunci bagi produk untuk memiliki nilai tambah, sehingga UMKM perlu melakukan inovasi terutama pada desain, bahan, dan warna kemasan agar produk lebih menarik dan mampu

bersaing di pasar yang lebih luas (Ratnasari, Arnu, & Hannie, 2022).

Berbagai program pengabdian masyarakat telah menunjukkan efektivitas pendampingan terintegrasi dalam mengatasi permasalahan UMKM. Pelatihan digital marketing terbukti mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran secara lebih strategis, yang berdampak pada visibilitas usaha dan pertumbuhan bisnis (Putri et al., 2025). Pendampingan inovasi kemasan dan pemasaran digital juga berhasil memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing secara global (Anwar et al., 2026). Edukasi pembukuan sederhana bagi UMKM terbukti mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan melalui pencatatan pendapatan dan pengeluaran secara teratur, sehingga dapat merancang keberlanjutan usaha dengan lebih baik (Suci Ramadani et al., 2023).

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan mitra tersebut, solusi yang ditawarkan dalam program KKM ini adalah pendampingan terintegrasi yang mencakup: (1) pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran (Putri et al., 2025), (2) revitalisasi desain kemasan dan label produk untuk meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk (Ratnasari et al., 2022), serta (3) pelatihan pembukuan sederhana untuk meningkatkan literasi keuangan dan pengelolaan usaha (Nadia Dwi Irmadiani et al., 2023). Pendekatan ini mengadopsi model pendampingan partisipatif yang terbukti efektif dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM secara berkelanjutan (Saraswati et al., 2025).

Tujuan dari program pengabdian ini adalah mengoptimalkan kapasitas UMKM Emping Bu Anisah melalui peningkatan keterampilan teknologi pemasaran digital dan penguatan manajemen keuangan. Manfaat yang diharapkan adalah meningkatnya omset penjualan, meluasnya jangkauan pasar, tertatanya sistem pembukuan, serta meningkatnya motivasi dan wawasan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan program (Saraswati et al., 2025). Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap pra-kegiatan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap pasca-kegiatan, yang dirancang secara sistematis agar proses pelatihan dan pendampingan berjalan efektif dan berkelanjutan (Anwar et al., 2026).

A. Tahap Pra-Kegiatan

Tahap pra-kegiatan merupakan tahap persiapan awal yang sangat penting untuk memastikan program pendampingan tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mitra (Sartika et al., 2023). Kegiatan pada tahap ini meliputi:

1. **Survei Lokasi dan Mitra**: Tim mahasiswa melakukan penelusuran wilayah Desa Taman Baru, khususnya di lingkungan Kemanggen, untuk mengidentifikasi potensi UMKM. Survei dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan ketua RT dan pelaku UMKM untuk menggali informasi tentang jenis usaha, durasi berusaha, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan pengembangan usaha (Sartika et al., 2023).
2. **Identifikasi Data UMKM dan Permasalahan**: Seluruh data UMKM yang diperoleh dikumpulkan dan melalui proses identifikasi dengan kriteria seleksi, yaitu UMKM yang masih dalam tahap berkembang, belum memanfaatkan teknologi secara maksimal, belum memiliki sistem pencatatan keuangan, dan memiliki potensi untuk dikembangkan (Nadia Dwi Irmadiani et al., 2023).
3. **Pemilihan UMKM Mitra Terpilih**: Berdasarkan hasil identifikasi, tim menetapkan UMKM Emping Bu Anisah sebagai mitra utama dengan pertimbangan usaha yang masih

merintis, lokasi pemasaran terbatas, belum ada pemanfaatan teknologi digital dan pencatatan keuangan, serta antusiasme mitra untuk mengembangkan usaha (Putri et al., 2025).

4. **Koordinasi dan Perizinan**: Tim melakukan koordinasi dengan Kepala Desa dan perangkat Desa Taman Baru, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), serta mitra untuk menyepakati jadwal dan bentuk pendampingan (Anwar et al., 2026).



Gambar 3 Proses Pembuatan Emping

B. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan merupakan inti dari program pengabdian di mana seluruh solusi yang telah direncanakan diimplementasikan secara bertahap melalui pendekatan pelatihan langsung dan pendampingan berkelanjutan (Haq et al., 2025).

1. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing dilaksanakan secara bertahap dengan materi yang mencakup (Putri et al., 2025; Anjarwati et al., 2025):

- Pengenalan platform digital marketing (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) dan manfaatnya bagi UMKM
- Praktik pembuatan konten, fotografi produk dengan teknik sederhana, dan pembuatan caption yang menarik
- Manajemen akun media sosial, strategi interaksi dengan pelanggan, dan optimalisasi fitur promosi

Setiap sesi pelatihan dilakukan secara langsung (tatap muka) di lokasi UMKM dengan pendekatan interaktif dan berbasis praktik agar mitra dapat langsung mengaplikasikan materi yang diberikan (Haq et al., 2025). Pendampingan berkelanjutan juga dilakukan melalui komunikasi aktif via WhatsApp untuk memberikan ruang konsultasi dan bimbingan apabila mitra menghadapi kendala dalam penerapan strategi digital marketing (Anjarwati et al., 2025).

C. Tahap Pasca-Kegiatan

Tahap pasca-kegiatan merupakan fase lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program dan mengukur dampak dari pendampingan yang telah dilakukan (Saraswati et al., 2025):

- **Monitoring Perkembangan UMKM Mitra**: Dilakukan secara berkala untuk memastikan mitra terus mengelola media sosial untuk pemasaran, memeriksa kelengkapan pencatatan pembukuan, mengidentifikasi kendala pasca-pendampingan, serta memberikan motivasi dan dukungan berkelanjutan (Anwar et al., 2026).
- **Evaluasi Dampak Kegiatan**: Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan akhir mitra berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, meliputi perubahan omset penjualan, keterampilan mengoperasikan media sosial, kualitas pencatatan keuangan, dan kualitas kemasan produk (Sartika et al., 2023; Putri et al., 2025).
- **Pelaporan dan Rekomendasi Lanjutan**: Hasil monitoring dan evaluasi disusun dalam bentuk laporan kegiatan yang komprehensif, termasuk rekomendasi untuk pengembangan usaha berkelanjutan seperti ekspansi pasar, pengembangan produk, dan

akses permodalan (Saraswati et al., 2025).

2. Revitalisasi Kemasan dan Label Produk

Kegiatan revitalisasi kemasan dan label dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut (Ratnasari et al., 2022):

- **Perancangan Desain Kemasan**: Tim bersama mitra mendiskusikan konsep kemasan yang menarik dan sesuai dengan identitas produk, dengan memperhatikan aspek estetika, fungsionalitas, dan biaya produksi.
- **Seleksi Material Kemasan**: Tim membantu mitra memilih jenis kemasan yang tepat dan ekonomis, yaitu Plastik Klip yang lebih higienis dan memberikan tampilan produk lebih profesional (Sartika et al., 2023).
- **Pencetakan Label dan Penerapan**: Label produk dicetak dengan desain yang telah disepakati dan diterapkan pada kemasan, serta melatih mitra melakukan penempelan label secara konsisten.

Kemasan merupakan kunci bagi produk untuk memiliki nilai tambah, sehingga inovasi kemasan diperlukan agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing secara global (Anwar et al., 2026).

3. Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Keuangan Sederhana

Pelatihan pembukuan dilaksanakan dengan pendekatan praktis dan sederhana agar mudah dipahami oleh mitra (Suci Ramadani et al., 2023; Nadia Dwi Irmadiani et al., 2023):

- **Edukasi Pentingnya Pembukuan**: Memberikan pemahaman tentang manfaat pembukuan bagi usaha, termasuk untuk mengetahui keuntungan riil, mengontrol pengeluaran, dan merencanakan pengembangan usaha (Suci Ramadani et al., 2023).
- **Praktik Pencatatan Transaksi**: Mitra diajarkan cara mencatat seluruh transaksi penjualan dan pengeluaran secara sistematis menggunakan format buku kas harian yang sederhana (Nadia Dwi Irmadiani et al., 2023).
- **Simulasi Laporan Keuangan**: Setelah terbiasa dengan pencatatan harian, mitra diberikan pelatihan untuk membuat laporan keuangan sederhana berupa ringkasan pendapatan dan pengeluaran dalam periode tertentu (Suci Ramadani et al., 2023).

Pembukuan sederhana sangat diperlukan oleh UMKM karena merupakan bagian dari praktik akuntansi yang mencatat proses penerimaan pendapatan dan pengeluaran berupa pembelian serta biaya operasional (Nadia Dwi Irmadiani et al., 2023).

D. Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan program pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator yang telah ditetapkan secara kuantitatif dan kualitatif, antara lain: (1) mitra memiliki akun media sosial aktif untuk pemasaran, (2) mitra mampu mengoperasikan media sosial secara mandiri, (3) mitra memiliki catatan pembukuan yang teratur, (4) produk memiliki kemasan berlabel yang menarik, dan (5) terjadi peningkatan omset penjualan minimal 50% dibandingkan periode sebelumnya (Anjarwati et al., 2025; Putri et al., 2025).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pendampingan UMKM Emping Bu Anisah selama periode KKM telah menghasilkan berbagai luaran yang signifikan dalam mengatasi permasalahan mitra. Bagian ini menyajikan hasil dari setiap tahapan implementasi solusi yang telah direncanakan, dilengkapi dengan dokumentasi kegiatan dan analisis perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan.

Luaran Kegiatan dan Implementasi Solusi yaitu Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing. Pelatihan digital marketing telah berhasil mengubah cara pemasaran UMKM Emping Bu Anisah dari metode konvensional menjadi berbasis digital. Pelatihan ini meliputi pembuatan

Akun Media Sosial, mitra kini memiliki akun Instagram (@emping.buanisah) yang dikelola secara aktif untuk keperluan pemasaran. Akun ini menjadi etalase digital yang menampilkan berbagai produk Emping Bu Anisah beserta informasi harga dan cara pemesanan. Peningkatan Kapasitas Manajemen Konten, mitra telah mampu mengelola konten media sosial secara mandiri, termasuk mengunggah foto produk secara teratur, menulis caption yang informatif, membalas pesan dan komentar pelanggan, serta menggunakan fitur Instagram Story untuk berinteraksi dengan pengikut.

Revitalisasi Kemasan dan Label Produk telah menghasilkan perubahan signifikan pada tampilan produk Emping Bu Anisah yang sebelumnya sangat sederhana. Produk Emping Bu Anisah kini memiliki label yang menarik dan informatif. Revitalisasi kemasan yang dilakukan pada UMKM Emping Bu Anisah terbukti meningkatkan nilai jual produk. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sugiarti & Y. (2020) yang menyatakan bahwa kemasan produk yang menarik memiliki peranan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif.



Gambar 4 Label Produk

Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Keuangan Sederhana, telah mengubah kebiasaan mitra dalam mengelola keuangan usaha, dari perkiraan kasar menjadi pencatatan yang sistematis dan teratur. Mitra juga mulai mampu menyusun laporan keuangan sederhana berupa ringkasan pendapatan dan pengeluaran per minggu atau per bulan. Laporan ini membantu mitra untuk mengevaluasi kinerja usahanya dan merencanakan pengembangan ke depannya.

Keberhasilan pelatihan pembukuan pada UMKM Emping Bu Anisah sejalan dengan penelitian Machfuzoh (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan pembukuan sederhana sangat efektif untuk UMKM yang masih berada pada tahap awal pengembangan usaha. Kunci keberhasilan dalam program ini adalah penyederhanaan format pencatatan dan pendekatan yang bertahap sesuai dengan kapasitas mitra.

Program pendampingan KKM ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap UMKM Emping Bu Anisah, baik dari sisi kuantitatif maupun kualitatif. Berikut adalah analisis lebih mendalam terhadap beberapa dampak utama:

a. Dampak Ekonomi

Peningkatan omset penjualan sebesar 50-90% merupakan bukti paling nyata dari keberhasilan program ini. Peningkatan ini tidak terlepas dari perluasan jangkauan pemasaran melalui media sosial dan peningkatan daya tarik produk melalui kemasan yang lebih profesional. Dengan pendapatan yang meningkat, mitra memiliki ruang fiskal yang lebih besar untuk melakukan investasi usaha, baik dalam bentuk peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, maupun perbaikan kualitas.

b. Dampak Kapasitas Pelaku Usaha

Peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola media sosial, melakukan pencatatan keuangan, dan memahami prosedur perizinan merupakan modal penting bagi keberlanjutan usaha. Keterampilan ini tidak hanya bermanfaat dalam jangka pendek, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan usaha di masa

depan. Mitra yang memiliki literasi digital dan keuangan yang lebih baik akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada.

4. KESIMPULAN

Program pendampingan yang dilaksanakan oleh Kelompok KKM Universitas Serang Raya di Desa Taman Baru, Serang, telah berhasil mengoptimalkan kapasitas UMKM Emping Bu Anisah melalui pendekatan yang terintegrasi dan partisipatif. Kegiatan yang berlangsung dalam tiga tahapan, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan, dan pasca-kegiatan, berhasil mengatasi tiga permasalahan utama mitra, yakni keterbatasan jangkauan pemasaran, belum memadainya pencatatan keuangan, serta kemasan produk yang sederhana.

Hasil yang dicapai menunjukkan dampak positif yang signifikan, di mana mitra kini memiliki akun media sosial yang dikelola secara aktif untuk pemasaran digital, produk dikemas dengan Plastik Klip berlabel yang menarik, dan tersedia buku kas harian sebagai sistem pencatatan transaksi yang teratur. Peningkatan omset penjualan yang mencapai 50-90% dibandingkan periode sebelumnya menjadi bukti nyata efektivitas program ini, yang sekaligus mengindikasikan bahwa pendampingan holistik yang menggabungkan aspek teknologi informasi, penguatan manajemen usaha, dan perbaikan kualitas produk sangat efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM kelas mikro. Selain itu, mitra juga memperoleh wawasan baru tentang pentingnya perizinan produk makanan yang akan membuka peluang untuk memasuki pasar yang lebih luas di masa mendatang.

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari motivasi tinggi mitra, dukungan perangkat desa, serta pendekatan pendampingan yang kontekstual dan bertahap sesuai dengan kapasitas mitra. Berdasarkan capaian tersebut, program ini merekomendasikan perlunya keberlanjutan pendampingan melalui monitoring berkala, perluasan akses pasar digital dengan integrasi ke platform e-commerce yang lebih besar, serta fasilitasi dari pemerintah setempat untuk pengurusan izin PIRT dan akses permodalan guna memastikan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, program KKM ini telah membuktikan bahwa peran mahasiswa dalam pengabdian masyarakat memiliki kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan pelaku UMKM kelas mikro di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Serang Raya dan seluruh team Kuliah Kerja Mahasiswa di Kelurahan Taman Baru.

DAFTAR PUSTAKA

Anjarwati, C. P. T. M., Kirana, S. P. C., Fransiska, F., Pangestu, N., & Asiyah, B. N. (2025). UMKM naik kelas lewat digitalisasi: Optimalisasi pemasaran produk UMKM di Kediri Raya. J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), *13*(1). https://doi.org/10.29100/j-adimas.v13i1.8451

Anwar, A., Arianto, H., Nurrifqhi, A., Busrah, S. N., & Ismiyati, N. (2026). Pendampingan branding dan promosi produk UMKM berbasis aplikasi Shopee di Desa Bontomatene, Kabupaten Jeneponto. Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, *5*(2), 203-210. https://doi.org/10.35580/bzghvd32

Ariningrum, H., Akadiati, V. A. P., Kusnadi, K., Safitri, A., & Saputri, D. E. (2025). Edukasi Penerapan Digital Marketing Dalam Pembukuan Keuangan Akuntansi Sederhana Pada UMKM Produk Kue Semprong Di Desa Natar Kabupaten Lampung Selatan . *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 99–108. https://doi.org/10.32877/nr.v5i1.3252

Baiq Narti Widiastuti. (2025). Memahami Persepsi Pemilik UMKM di Lombok Timur Terhadap Penggunaan Metode Akuntansi Sederhana. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan*

Ekonomi, *11*(1), 88–93. https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss1.2025.2443

Ermalianti, E., Yansyah, Y., Istati, M., Fadilah, H., & Rahmi, N. (2024). Penguatan kemampuan menulis ilmiah mahasiswa dengan pelatihan menulis berbasis teks mentor. Jurnal Anugerah, *6*(2). https://doi.org/10.31629/anugerah.v6i2.7007

Nadia Dwi Irmadiani, Hermawan Budiyanto, Alya Takwarina Cahyani, Maliki Aji Prakoso, & Slamet Riyono. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan dan Pencatatan Akuntansi Sederhana bagi UMKM di Desa Pesisir untuk Mendorong Keberlanjutan Usaha Studi di Kelurahan Mangkang Wetan, Kecamatan Tugu, Kota Semarang: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *3*(4), 5531–5539. https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1148

Putri, S. R., Bansa, Y. A., Asrini, A., Rahayu, Y., & Sari, Y. (2025). Pendampingan UMKM kuliner pada wirausaha pangsit dan martabak telur. Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI, *9*(3), 634-644. https://doi.org/10.37859/jpumri.v9i3.10304

Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2022). Pelatihan desain kemasan dan pemasaran pada produk-produk UMKM di Kabupaten Karawang. Jurnal Abdimas Mandiri, *6*(1). https://doi.org/10.36982/jam.v6i1.2078

Saraswati, W., Hadiyatno, D., Yuliani, T., & Karlinda Sari, D. (2025). Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (JAMIE), *7*(2), 49-55. https://doi.org/10.36277/jamie.v7i2.557

Sartika, D., Adijaya, F., Nurfita, A., Ningtyas, N. C., & Ningrum, V. C. (2023). Pengembangan inovasi kemasan dan pembukuan sederhana dengan sistem digitalisasi pada pelaku UMKM Ery Noer Craft di Kelurahan Prapatan. JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia, *1*(4), 103-109. https://doi.org/10.59841/jai.v1i4.709

Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia . *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, *4*(1), 158–166. https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183