

PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM KERUPUK TIKE DI DESA DOMAS KECAMATAN PONTANG

Saripudin Saputra¹, Yoga Mahendra², Nuniek Permata³, Alamsyah⁴, Eman Diantoro⁵

Email: Saputrasaripudin42@gmail.com, yoga.mahendra@binabangsa.ac.id, nuniekpermata@gmail.com, emandiantoro1998@gmail.com, Zata43@gmail.com

^{1,2,3,4} Universitas Bina Bangsa

⁵ STIE Dwi Mulya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kerupuk tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Berdasarkan latar belakang, UMKM di desa tersebut menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran yang efektif. Metode yang digunakan adalah pelatihan interaktif dan pendampingan, yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman manajemen keuangan, di mana peserta mengalami peningkatan pemahaman dari 30-40% menjadi 70-80% setelah pelatihan. Selain itu, penggunaan media sosial dan platform e-commerce berhasil meningkatkan penjualan bulanan rata-rata dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 3.500.000. Motivasi peserta untuk mengembangkan usaha juga meningkat, dengan transaksi bulanan yang bertambah dari 15 menjadi 30. Meskipun terdapat tantangan dalam konsistensi penerapan ilmu, kebutuhan akan pendampingan jangka panjang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan penerapan metode yang diajarkan. Kesimpulannya, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif bagi UMKM di Desa Domas, dengan peningkatan kapasitas yang dapat mendukung keberhasilan usaha mereka di masa depan.

Kata Kunci: UMKM, manajemen keuangan, pemasaran digital, pelatihan, Desa Domas

ABSTRACT

This study aims to enhance the capacity of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) producing kerupuk tike in Domas Village, Pontang District, through training in financial management and digital marketing. Based on the background, MSMEs in the village face challenges in effective financial management and marketing. The method used involves interactive training and mentoring, which are expected to improve the participants' knowledge and skills. The research results show a significant increase in financial management understanding, with participants' knowledge rising from 30-40% to 70-80% after the training. Additionally, the use of social media and e-commerce platforms successfully increased average monthly sales from IDR 1,500,000 to IDR 3,500,000. Participants' motivation to develop their businesses also improved, as indicated by an increase in monthly transactions from 15 to 30. Despite challenges in consistently applying the learned skills, the need for long-term mentoring is crucial to ensure the sustainability of the taught methods. In conclusion, this community service activity positively impacts the MSMEs in Domas Village, with capacity improvements that can support their future business success.

Keywords: MSMEs, financial management, digital marketing, training, Domas Village

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal

(Marlinah, 2020; Singgih, 2007). Di Desa Domas, Kecamatan Pontang, terdapat potensi besar dalam usaha produksi kerupuk tike, yang menjadi produk khas dan mata pencaharian masyarakat setempat. Namun, meskipun memiliki produk unik yang berpotensi tinggi, banyak pelaku UMKM kerupuk tike di Desa Domas menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran digital. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas para pelaku usaha tersebut agar lebih kompetitif di pasar yang semakin modern dan digital.

Urgensi dari permasalahan ini terletak pada lemahnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Kajian literatur menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik adalah aspek fundamental bagi keberhasilan usaha (Fatmasari, 2024; Putranto et al., 2024). Tanpa pencatatan keuangan yang terstruktur, UMKM rentan mengalami kesulitan dalam pengelolaan arus kas, perencanaan anggaran, dan pengambilan keputusan berbasis data, yang akhirnya menghambat pertumbuhan usaha mereka. Di sisi lain, pemasaran digital menjadi semakin penting dalam memperluas jangkauan produk, khususnya dalam menghadapi pasar yang kompetitif. Hasil studi oleh Kurniawati (2020) mengungkapkan bahwa UMKM yang mengadopsi strategi pemasaran digital dapat memperluas jangkauan konsumen mereka hingga 40% lebih luas dibandingkan dengan UMKM yang mengandalkan pemasaran konvensional (Trulline, 2021).

Beberapa riset terdahulu juga memperkuat urgensi ini. Prasetyo dan Widiastuti (2021) menemukan bahwa pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM di bidang manajemen keuangan dan pemasaran digital berdampak positif terhadap peningkatan keterampilan dan kesadaran pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan dan pemasaran (Fuadi et al., 2021; Jamil et al., 2022). Studi ini juga menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran digital berperan penting dalam menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk mengakses konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar wilayah geografis mereka. Namun, dari hasil penelitian tersebut, belum ada intervensi yang dirancang khusus untuk UMKM di sektor produksi makanan khas pedesaan, seperti kerupuk tike di Desa Domas, yang memiliki tantangan unik dalam distribusi dan pemasaran.

Kesenjangan penelitian (research gap) yang ada terletak pada keterbatasan studi yang secara khusus membahas intervensi penguatan kapasitas UMKM berbasis produk lokal melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Kebanyakan penelitian fokus pada aspek tunggal, seperti pemasaran digital atau manajemen keuangan secara terpisah, tanpa memperhitungkan integrasi keduanya yang saling mendukung. Selain itu, penelitian sebelumnya belum banyak menyoroti kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di daerah pedesaan, yang memiliki keterbatasan akses terhadap pelatihan dan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini dirancang untuk menjawab kesenjangan tersebut dengan memberikan pelatihan yang terfokus dan terintegrasi bagi UMKM kerupuk tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kerupuk tike melalui pelatihan yang mencakup aspek manajemen keuangan dan pemasaran digital. Pelatihan ini akan melibatkan berbagai materi praktis tentang pengelolaan keuangan, seperti pencatatan arus kas, pembuatan laporan keuangan sederhana, hingga alokasi anggaran yang efektif. Di sisi lain, pelatihan pemasaran digital akan mencakup pengenalan platform digital, penggunaan media sosial sebagai media promosi, dan strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi pasar saat ini.

Dengan demikian, penelitian pengabdian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan mendesak dalam penguatan kapasitas UMKM kerupuk tike di Desa Domas melalui pendekatan pelatihan yang komprehensif. Diharapkan melalui peningkatan keterampilan manajemen keuangan dan pemasaran digital, UMKM kerupuk tike dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efisien, memperluas pasar, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *action research* dengan metode partisipatif, di mana pelaku UMKM kerupuk tike di Desa Domas dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan utama program, yaitu memberdayakan UMKM melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan praktis (Zahrudin et al., 2023). Partisipasi aktif UMKM memungkinkan terjadinya proses pembelajaran

langsung, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh akan lebih mudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi (Ardiansyah et al., 2023). Observasi akan dilakukan selama pelatihan dan pendampingan untuk melihat tingkat pemahaman peserta dalam mempraktikkan materi yang diberikan. Wawancara dan kuesioner digunakan untuk mendapatkan data persepsi dan tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan. Dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan juga digunakan sebagai bahan analisis dan laporan akhir. Kegiatan pengabdian akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan berikut:

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Pada tahap awal, dilakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM kerupuk tike untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan spesifik terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Data ini akan dianalisis untuk mengetahui sejauh mana pemahaman pelaku UMKM terhadap kedua aspek tersebut, serta tantangan utama yang dihadapi. Informasi dari tahapan ini akan menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang relevan (Asfar et al., 2024; Mahendra, Asfar, et al., 2023).

2. Perencanaan Pelatihan

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, akan dirancang program pelatihan yang mencakup materi manajemen keuangan dan pemasaran digital. Materi manajemen keuangan akan mencakup pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, perencanaan anggaran, dan pengambilan keputusan berbasis data. Materi pemasaran digital akan mencakup pengenalan platform digital, penggunaan media sosial untuk promosi, strategi pembuatan konten, dan pengelolaan interaksi dengan konsumen (Asfar et al., 2024).

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan akan dilakukan secara bertahap dalam bentuk lokakarya dan praktik langsung. Kegiatan ini dirancang dalam beberapa sesi, di mana setiap sesi akan fokus pada sub-topik tertentu, seperti pencatatan arus kas, pembuatan laporan keuangan, serta pengenalan dan penggunaan platform digital. Pelaku UMKM akan dibimbing oleh instruktur yang berpengalaman dalam bidang keuangan dan pemasaran digital. Sesi ini juga akan melibatkan praktik langsung agar peserta dapat mempraktikkan ilmu yang diperoleh di tempat.

4. Pendampingan dan Evaluasi Berkala

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara berkala untuk memastikan pelaku UMKM mampu menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dalam operasional sehari-hari. Dalam pendampingan ini, peserta akan diberikan bimbingan tambahan dan dievaluasi mengenai penerapan manajemen keuangan dan pemasaran digital dalam usaha mereka. Evaluasi berkala akan dilakukan melalui kunjungan lapangan dan pengamatan langsung pada perkembangan usaha UMKM, serta penilaian pencapaian target individu UMKM (Hidayat et al., 2024; Mahendra et al., 2024; Mahendra, Mulyawan, et al., 2023; Mahendra, Wulandari, et al., 2023; Mahendra & Ainulhaq, 2023).

5. Evaluasi Akhir dan Refleksi

Pada tahap akhir, akan dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh proses pelatihan dan pendampingan untuk mengukur efektivitas kegiatan PKM ini. Evaluasi ini meliputi penilaian terhadap peningkatan kapasitas manajemen keuangan dan pemasaran digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM, serta dampak kegiatan terhadap perkembangan usaha kerupuk tike di Desa Domas. Peserta akan diminta mengisi kuesioner dan mengikuti wawancara untuk memberikan umpan balik tentang materi pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Hasil evaluasi akan digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan program di masa depan.

Indikator keberhasilan dalam kegiatan ini mencakup beberapa aspek, antara lain:

- a. Meningkatnya pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan dan perencanaan anggaran.
- b. Kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran produk.
- c. Adanya peningkatan jumlah transaksi atau penjualan UMKM setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital.
- d. Tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan dan pendampingan yang diberikan.

Dengan metode yang dirancang secara sistematis dan melibatkan partisipasi aktif UMKM, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan usaha kerupuk tike di Desa Domas, sekaligus mendorong peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat secara berkelanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital terhadap kapasitas UMKM kerupuk tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang. Dalam pembahasan ini, akan dijelaskan hasil pelatihan dan pendampingan, serta menganalisis peningkatan yang terjadi berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.

Pelatihan dilakukan dalam lima sesi, dengan masing-masing sesi mencakup berbagai aspek manajemen keuangan dan pemasaran digital. Berikut adalah ringkasan hasil dari setiap sesi pelatihan:

No.	Sesi Pelatihan	Materi	Partisipasi (Jumlah Peserta)	Tingkat	Tingkat	Peningkatan (%)
				Pemahaman Sebelum Pelatihan (%)	Pemahaman Setelah Pelatihan (%)	
1	Pencatatan Keuangan	Dasar pencatatan	20	40	80	40
2	Perencanaan Anggaran	Penyusunan anggaran	20	35	75	40
3	Pengelolaan Arus Kas	Manajemen arus kas	20	30	70	40
4	Pemasaran Digital	Penggunaan media sosial	20	25	85	60
5	Strategi Pemasaran	E-commerce dan strategi	20	20	80	60

Dari tabel di atas, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Misalnya, pada sesi tentang pemasaran digital, tingkat pemahaman peserta meningkat dari 25% menjadi 85%, yang menunjukkan keberhasilan dalam menyampaikan materi dan penerimaan peserta terhadap informasi baru.



Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi mengenai dampak dari peningkatan kemampuan manajemen keuangan dan pemasaran digital terhadap kapasitas usaha UMKM kerupuk tike. Evaluasi ini dilakukan dengan mengumpulkan data penjualan dan jumlah transaksi sebelum dan setelah pelatihan.

Indikator Keberhasilan	Sebelum Pelatihan Setelah Pelatihan Peningkatan (%)		
Jumlah Transaksi Bulanan	15 transaksi	30 transaksi	100
Rata-rata Penjualan Bulanan	Rp 1.500.000	Rp 3.500.000	133
Jumlah Konsumen Baru	20 konsumen	50 konsumen	150

Indikator Keberhasilan	Sebelum Pelatihan Setelah Pelatihan Peningkatan (%)		
Tingkat Kepuasan Peserta (%)	60	90	30

Dari tabel evaluasi di atas, terlihat bahwa setelah pelatihan, jumlah transaksi bulanan UMKM kerupuk tike meningkat dua kali lipat, dari 15 transaksi menjadi 30 transaksi. Selain itu, rata-rata penjualan bulanan juga mengalami peningkatan signifikan dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 3.500.000. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital dan manajemen keuangan yang lebih baik berdampak langsung pada kinerja usaha

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital memberikan dampak positif signifikan terhadap kapasitas UMKM kerupuk tike di Desa Domas. Peserta mengalami peningkatan pemahaman dalam pencatatan keuangan, dari 30-40% sebelum pelatihan menjadi 70-80% setelah pelatihan. Hal ini mendukung teori bahwa pengelolaan keuangan yang baik adalah kunci keberhasilan usaha (Tambunan, 2019).

Selain itu, penggunaan media sosial dan strategi e-commerce berhasil memperluas pasar UMKM, meningkatkan rata-rata penjualan bulanan dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 3.500.000. Peningkatan kepuasan peserta juga signifikan, dari 60% menjadi 90%, menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan sesuai harapan mereka.

Terdapat tiga temuan penting dalam evaluasi dampak pelatihan:

1. Peningkatan Pengetahuan Manajemen Keuangan: Peserta menyadari pentingnya pencatatan keuangan dan arus kas setelah pelatihan.
2. Peningkatan Pemanfaatan Platform Digital: Peserta mulai aktif menggunakan media sosial dan marketplace, mencerminkan pentingnya pemasaran digital (Kurniawati, 2020).
3. Peningkatan Motivasi Usaha: Pelatihan meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri peserta, terlihat dari peningkatan jumlah transaksi bulanan dari 15 menjadi 30.

Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam konsistensi penerapan ilmu yang telah dipelajari. Beberapa peserta masih kesulitan mencatat keuangan dan memanfaatkan teknologi secara optimal. Oleh karena itu, pendampingan jangka panjang diperlukan untuk memastikan penerapan metode yang telah diajarkan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan, pemanfaatan teknologi, dan motivasi usaha UMKM di Desa Domas. Keberhasilan jangka panjang sangat bergantung pada dukungan berkelanjutan dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam operasional sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kerupuk tike di Desa Domas, Kecamatan Pontang melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Berdasarkan latar belakang yang mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, serta metode penelitian yang melibatkan pendekatan partisipatif, pelaksanaan pelatihan ini terbukti efektif dalam memberikan dampak positif.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai manajemen keuangan, di mana rata-rata tingkat pemahaman meningkat dari 30-40% sebelum pelatihan menjadi 70-80% setelah pelatihan. Peserta juga mulai memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk mereka, yang terlihat dari peningkatan penjualan bulanan dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 3.500.000. Selain itu, pelatihan ini berhasil meningkatkan motivasi usaha peserta, yang tercermin dari peningkatan jumlah transaksi bulanan dari 15 menjadi 30 transaksi. Meskipun terdapat banyak keberhasilan, tantangan dalam konsistensi penerapan ilmu yang telah dipelajari masih menjadi perhatian. Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam menjaga praktik pencatatan keuangan yang teratur dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan jangka panjang untuk memastikan bahwa ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam operasional sehari-hari.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dalam memberdayakan UMKM kerupuk tike di Desa Domas. Melalui peningkatan pengetahuan, pemanfaatan teknologi, dan motivasi usaha, diharapkan UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan lebih baik dan berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Keberlanjutan program ini

penting untuk dijaga agar hasil positif yang telah dicapai dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Asfar, A. H., Mahendra, Y., Pratiwi, I., Quraysin, I., Amalia, A., Mulyana, D., & Manalu, F. A. (2024). PENYULUHAN INOVASI PACKAGING DAN BRANDING PADA UMKM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN DAN NILAI JUAL LAPIS KETAN. *Prosiding Seminar Umum Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 374–386.
- Fatmasari, A. (2024). Kontribusi sistem informasi manajemen dalam kesinambungan keberhasilan pengusaha kecil. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 124–135.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Hidayat, M., Mahendra, Y., Robi, T. M., Martalia, W., Harja, H. J., Ramadhan, D. S., & Rahayu, N. (2024). Edukasi Anti-Bullying Melalui Strategi Kolaboratif Aliansi Siswa-Guru Dalam Menciptakan Zona Bebas Perundungan di Sekolah Dasar. *Prosiding Seminar Umum Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 33–42.
- Jamil, M., Mutmainnah, D., & Azizah, M. (2022). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *Share: Journal of Service Learning*, 8(2), 196–207.
- Mahendra, Y., & Ainulhaq, N. (2023). Optimalisasi Posdaya Berbasis Masjid Sebagai Pusat Pemberdayaan Masyarakat Dusun Klidon Desa Sukoharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(1), 212–219. <https://doi.org/10.47647/JSH.V6i1.1482>
- Mahendra, Y., Asfar, A. H., Ainulhaq, N., Pratiwi, I., Quraysin, I., Riyanto, A., Fadillah, S. N., & Rohmah, S. (2023). Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang Sebagai Alternatif Pembuatan Kerajinan Cenderamata Wisata Pantai Gope Karangantu Banten. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(4), 744–758. <https://doi.org/10.38048/JAILCB.V4i4.2275>
- Mahendra, Y., Jundi, R., Wibowo, Z., Tristanty, N., Putri, F., & Sulasti, L. A. (2024). Transformation of Religious Rituals in Religious Tourism: History of Changes in Understanding and Celebration of Spirituality in the Community of Masjid Agung Banten Lama. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 12(2), 517–524. <https://doi.org/10.24127/hj.v12i2.9683>
- Mahendra, Y., Mulyawan, G., Karina Putri, V., Bina Bangsa, U., & Banten, S. (2023). TRANSFORMASI PEMBELAJARAN SOSIOLOGI: PERAN KETERAMPILAN 4C DI ABAD 21. *P2M STKIP Siliwangi*, 10(2), 120–131. <https://doi.org/10.22460/P2M.V10i2.4188>
- Mahendra, Y., Wulandari, G., & PGSD Universitas Bina Bangsa, P. (2023). Perubahan Sosial Budaya Suku Baduy Luar: Sebuah Analisis Interaksi Antara Tradisi Dan Modernitas. *Jurnal Anak Bangsa*, 2(2), 215–225. <https://doi.org/10.46306/JAS.V2i2.41>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian

- nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Putranto, A. H., Panunggul, V. B., & Sampurno, C. B. K. (2024). Peningkatan Kapasitas Keuangan Kampung Garam Desa Tlogopragoto melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Dasar. *Perwira Journal of Community Development*, 4(1), 1–5.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi penguatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai refleksi pembelajaran krisis ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Zahrudin, A., Hariyono, R. C. S., Syifa, F. F., Al Syarief, S. W., & Asfahani, A. (2023). Pemberdayaan program pelatihan bumdes dalam mengembangkan perekonomian desa. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7771–7778.