

BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri) untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

¹⁾Annisa Desty Puspatriani*, ²⁾Asep Saepul Milah, ³⁾Puji Zaqiah, ⁴⁾Muhammad Rasyid Ridho, ⁵⁾Fazhari Rizky Rhahmathun

^{1,2)}Manajemen Pemasaran, Politeknik LP3I, Kampus Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

³⁾Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I, Bandung, Indonesia

^{4,5)}Manajemen Informatika, Politeknik LP3I, Bandung, Indonesia

Email Corresponding: adpuspatriani@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: UMKM Pengembangan Usaha Kemandirian Usaha Strategi Pemasaran Literasi Digital	Program pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan bisnis di era digital. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kondisi sebagian besar UMKM yang belum berkembang dan mandiri, ditandai dengan keterbatasan dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dilakukan melalui kegiatan seminar dan <i>workshop</i> yang dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini berfokus pada pelatihan dan pendampingan inovasi produk, manajemen keuangan, penguatan strategi pemasaran digital, serta pengemasan dan <i>branding</i> untuk pelaku UMKM yang ada di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan meliputi seminar, <i>workshop</i> , dan konsultasi bisnis secara intensif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya dalam pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta perencanaan usaha yang lebih terstruktur. Program ini diharapkan mampu mendorong para pelaku UMKM Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya untuk berkembang secara mandiri, berdaya saing, serta berkontribusi lebih besar dalam pembangunan ekonomi lokal maupun nasional.
Keywords: MSMEs Business Development Business Independence Marketing Strategy Digital Literacy	The BERDIKARI (Developing and Independent to Improve Micro, Small, and Medium Enterprises) community service program aims to increase the capacity of MSMEs to face the challenges of business competition in the digital era. This initiative is motivated by the fact that most MSMEs have not yet developing and independent, characterized by limitations in financial management, marketing strategies, and the use of digital technology. The method of implementing community service BERDIKARI (Developing and Independent to Improve Micro, Small, and Medium Enterprises) is carried out through seminars and activities. <i>Workshop</i> designed to provide theoretical understanding and practical skills to MSMEs. This activity focuses on training and mentoring in product innovation, financial management, strengthening digital marketing strategies, and packaging and distribution. <i>branding</i> for MSMEs in Tanjungkarang Village, Cigalontang District, Tasikmalaya Regency. The methods used include seminars, workshops, and intensive business consultations so that participants not only gain theoretical knowledge but also practical skills that can be immediately applied. The results of the implementation show an increase in understanding of MSMEs in Tanjungkarang Village, Cigalontang District, Tasikmalaya Regency in simple financial recording, the use of social media for promotion, and more structured business planning. This program is expected to encourage MSMEs in Tanjungkarang Village, Cigalontang District, Tasikmalaya Regency to develop independently, be competitive, and contribute more to local and national economic development.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ekonomi lokal (Hidayat *et al.*, 2022). Namun sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam aspek manajemen keuangan, strategi pemasaran, serta adaptasi terhadap teknologi digital seperti halnya yang dialami oleh pelaku UMKM di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya, sehingga menyebabkan usaha mereka belum dapat berkembang secara optimal dan belum mandiri dalam mengelola bisnis (Riyanto *et al.*, 2022). Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha, khususnya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Hidayati *et al.*, 2020).

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui peningkatan literasi keuangan, pendampingan bisnis, dan adopsi teknologi digital. Penelitian oleh Santiara & Sinarwati (2023) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mempengaruhi pemilik usaha dalam mengelola keuangan usaha. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Natania & Dwijayanti (2024) menemukan bahwa platform digital mampu memperluas pangsa pasar. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih bersifat parsial, yakni hanya berfokus pada satu aspek, seperti keuangan atau pemasaran, tanpa mengintegrasikan konsep pengembangan usaha secara menyeluruh (Ismail *et al.*, 2023).

Berdasarkan kajian tersebut, kebaruan ilmiah dari artikel ini terletak pada penerapan program BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan UMKM) yang menggabungkan aspek literasi keuangan, strategi pemasaran, dan digitalisasi usaha dalam satu model pendampingan terpadu (Riyani *et al.*, 2019). Pendekatan ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis, tetapi juga mendorong keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya (Rosyalia *et al.*, 2023). Dengan demikian, program ini menawarkan model pemberdayaan yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian terdahulu.

Permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana meningkatkan kapasitas UMKM agar mampu berkembang dalam hal inovasi, perluasan pasar, serta mandiri dalam pengelolaan usahanya tanpa ketergantungan tinggi pada pihak luar (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018; Silajadja *et al.*, 2023). Hipotesis yang diajukan adalah bahwa pelatihan dan pendampingan terpadu melalui program BERDIKARI dapat meningkatkan kompetensi UMKM Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya dalam manajemen keuangan, pemasaran digital, dan kemandirian usaha. Tujuan dari kajian artikel ini adalah untuk mendeskripsikan pelaksanaan program BERDIKARI sebagai model pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penguatan kapasitas UMKM, serta untuk menganalisis dampaknya terhadap peningkatan kemandirian, perkembangan usaha, dan daya saing UMKM di tingkat lokal.

II. MASALAH

Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi berbasis usaha mikro dan kecil, seperti usaha olahan makanan tradisional, pertanian, dan perdagangan skala rumah tangga. Namun berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan sejumlah permasalahan yang menghambat perkembangan dan kemandirian UMKM di wilayah tersebut.

Pertama, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki kemampuan manajemen keuangan yang memadai. Pencatatan keuangan usaha umumnya masih bercampur dengan keuangan rumah tangga sehingga menyulitkan dalam menilai keuntungan dan kerugian usaha. Kedua, strategi pemasaran masih dilakukan secara konvensional dengan mengandalkan penjualan langsung atau melalui jaringan pribadi. Hal ini menyebabkan produk UMKM Desa Tanjungkarang kurang dikenal secara luas dan memiliki keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar.

Ketiga, pemanfaatan teknologi digital masih sangat rendah. Mayoritas pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan media sosial atau platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Padahal digitalisasi merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan daya saing di era modern. Keempat, rendahnya pengetahuan dalam perencanaan usaha dan inovasi produk mengakibatkan perkembangan usaha menjadi terkendala, bahkan sebagian UMKM masih bergantung pada pola usaha tradisional yang monoton.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Desa Tanjungkarang masih berada pada tahap belum berkembang dan belum mandiri. Kondisi ini melatarbelakangi dilaksanakannya

program BERDIKARI yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pendampingan manajemen keuangan, strategi pemasaran, literasi digital, serta penguatan kemandirian usaha.



Gambar 1. Kantor Desa Tanjungkarang



Gambar 2. Foto Bersama Perangkat Desa Tanjungkarang

III. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dilakukan melalui kegiatan seminar dan *workshop* yang dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM (Puspatriani *et al.*, 2022). Seminar difokuskan pada penyampaian materi-materi strategis seperti manajemen usaha, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan, sedangkan *workshop* memberikan ruang bagi peserta untuk langsung mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh melalui simulasi, studi kasus, dan pendampingan teknis (Naimah *et al.*, 2020). Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong kemandirian dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dirancang melalui beberapa tahapan yang terstruktur, meliputi penentuan sasaran, penetapan lokasi, penyusunan materi kegiatan, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi keberhasilan program (Abidin *et al.*, 2022).

1. Sasaran Pengabdian

Sasaran utama program ini adalah para pelaku UMKM di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya, yang bergerak di bidang usaha mikro dan kecil seperti olahan makanan, hasil pertanian, dan perdagangan rumah tangga. Pemilihan sasaran didasarkan pada hasil survei awal yang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki keterampilan yang memadai dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital.

2. Lokasi Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Kamis, 7 Agustus 2025 bertempat di Aula Kantor Desa Tanjungkarang sebagai pusat pelatihan dan pendampingan. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan aksesibilitas, ketersediaan fasilitas yang memadai, serta dukungan dari pemerintah desa untuk menyukseskan program.

3. Materi Kegiatan

Materi yang disusun dalam program BERDIKARI mencakup beberapa aspek utama:

- Manajemen Keuangan UMKM: pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta perencanaan anggaran.
- Strategi Pemasaran: penguatan kemampuan promosi, teknik branding produk, serta pengenalan pemasaran digital.
- Literasi Digital: pelatihan penggunaan media sosial (WhatsApp Business, Instagram, Facebook, TikTok) untuk promosi dan penjualan, serta pengenalan platform e-commerce.
- Penguatan Kemandirian Usaha: pendampingan perencanaan usaha, inovasi produk, dan penyusunan rencana pengembangan jangka menengah.

4. Metode Pelaksanaan Kegiatan

- Pelatihan Kelas: penyampaian materi dilakukan oleh Annisa Desty Puspatriani, S.E., M.M. dibantu oleh Asep Saepul Milah dan Puji Zaqiah melalui presentasi, diskusi interaktif, dan simulasi praktik.
- Workshop dan Praktik Langsung: peserta dilibatkan dalam kegiatan pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha), pembuatan konten promosi digital, dan perencanaan usaha.

- c. Pendampingan dan Konsultasi: dilakukan secara intensif untuk menjawab permasalahan spesifik yang dihadapi setiap UMKM.
 - d. Monitoring Berkala: pemantauan perkembangan UMKM pasca kegiatan melalui kunjungan lapangan dan komunikasi daring (Puspatriani *et al.*, 2023).
5. Evaluasi Kegiatan
- Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program dengan beberapa instrumen, antara lain:
- a. Diskusi interaktif dengan masing-masing pelaku UMKM untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai manajemen keuangan, pemasaran, dan literasi digital.
 - b. Kuesioner kepuasan peserta untuk menilai relevansi materi, kualitas narasumber, serta manfaat kegiatan.
 - c. Observasi langsung terhadap penerapan hasil pelatihan pada usaha peserta.
 - d. Analisis dampak berupa peningkatan keterampilan, perubahan perilaku usaha, serta kesiapan UMKM untuk berkembang dan mandiri.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan UMKM) di Desa Tanjungkarang dilakukan melalui pelatihan, *workshop*, dan pendampingan intensif. Fokus kegiatan adalah meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, literasi digital, serta penguatan kemandirian usaha.

1. Proses Kegiatan untuk Mencapai Tujuan

Kegiatan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dengan pemetaan masalah, sosialisasi program, kemudian pelatihan dan *workshop*, serta diakhiri dengan pendampingan dan evaluasi.

- a. Pada aspek manajemen keuangan, pelaku UMKM dilatih membuat pencatatan sederhana serta memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga.
- b. Pada aspek pemasaran, peserta diperkenalkan pada strategi branding produk, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta cara promosi melalui media sosial.
- c. Pada aspek digitalisasi, peserta diajarkan membuat akun usaha di platform media sosial seperti WhatsApp Business.
- d. Pada aspek kemandirian usaha, peserta didampingi untuk menyusun rencana pengembangan usaha sesuai potensi masing-masing, salah satunya didampingi untuk membuat NIB (Nomor Induk Berusaha).

2. Indikator dan Tolak Ukur Keberhasilan

Keberhasilan program tidak diukur melalui tes tertulis, tetapi melalui interaksi langsung berupa diskusi, wawancara, dan observasi terhadap peserta selama dan setelah kegiatan. Indikator keberhasilan ditentukan sebagai berikut:

- a. Kemampuan praktik langsung: peserta mampu menunjukkan keterampilan membuat pencatatan keuangan sederhana, dengan tolok ukur minimal separuh dari peserta dapat menerapkan pencatatan harian setelah pelatihan.
- b. Kesiapan promosi produk: keberhasilan ditunjukkan dengan adanya perubahan pada desain kemasan dan peserta mampu membuat postingan promosi produk di media sosial.
- c. Pemanfaatan digital: ditandai dengan peserta yang berhasil membuat akun usaha atau menggunakan WhatsApp Business untuk promosi dan transaksi.
- d. Kemandirian usaha: tolok ukur berupa adanya kesadaran peserta dalam menyusun rencana usaha atau target penjualan dalam periode tertentu.

Hasil observasi menunjukkan mayoritas peserta telah mampu menerapkan sebagian besar keterampilan yang diperoleh, meskipun masih ada keterbatasan pada aspek digital karena kendala jaringan dan kurangnya kebiasaan menggunakan teknologi.

3. Keunggulan dan Kelemahan Luaran

a. Keunggulan:

- 1) Pendampingan dilakukan secara aplikatif dan berorientasi pada praktik sehingga peserta lebih mudah memahami.

- 2) Hasil kegiatan berupa pengetahuan tentang catatan keuangan, desain kemasan, dan akun promosi digital dapat langsung digunakan dalam usaha serta NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk beberapa peserta.
- 3) Metode interaksi langsung membuat proses evaluasi lebih dekat dengan kondisi nyata pelaku UMKM.
- b. Kelemahan:
 - 1) Tidak semua peserta memiliki kemampuan yang sama, terutama pada penggunaan teknologi digital.
 - 2) Akses internet terbatas di wilayah Desa Tanjungkarang sehingga membatasi optimalisasi pemasaran online.
 - 3) Masih ada pelaku UMKM yang membutuhkan pendampingan berkelanjutan agar konsisten dalam penerapan keterampilan baru.

4. Tingkat Kesulitan dan Peluang Pengembangan

Kesulitan utama dalam pelaksanaan kegiatan adalah adaptasi peserta pada teknologi digital dan konsistensi dalam pencatatan keuangan dan promosi digital (Puspatriani *et al.*, 2024). Namun adanya semangat belajar yang tinggi menjadi peluang untuk pengembangan program lebih lanjut. Pemerintah desa juga mendukung keberlanjutan kegiatan melalui rencana pembentukan kelompok UMKM binaan dan memberikan pelatihan lanjutan dengan mengundang narasumber-narasumber yang kompeten sesuai dengan kebutuhan. Selanjutnya, peluang kerja sama dengan dinas terkait, perguruan tinggi, maupun lembaga permodalan dapat memperkuat daya saing UMKM di Desa Tanjungkarang.



Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Annisa Desty Puspatriani, S.E., M.M.



Gambar 4. Workshop Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) oleh Asep Saepul Milah dan Puji Zaqiah

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI menghasilkan beberapa temuan ilmiah yang mencerminkan efektivitas dalam meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertama, berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap konsep dasar manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan strategi pemasaran digital, hal ini menunjukkan bahwa metode seminar yang disampaikan secara interaktif mampu mentransfer pengetahuan secara efektif.

Kedua, dari hasil observasi selama *workshop*, ditemukan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan kemampuan praktis, khususnya dalam membuat NIB dan membuat konten promosi digital menggunakan media sosial. Ketiga, temuan menarik lainnya adalah perubahan pola pikir (*mindset*) peserta terhadap pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi. Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi, banyak

pelaku UMKM yang sebelumnya enggan menggunakan platform digital, kini mulai terbuka dan bahkan antusias mencoba *marketplace* dan sistem pembayaran digital. Keempat, dari segi keberlanjutan, peserta menunjukkan adanya inisiatif untuk melakukan diskusi tindak lanjut pasca kegiatan, yang difasilitasi oleh mahasiswa/i KKN Politeknik LP3I. Hal ini menunjukkan terbentuknya jejaring sosial produktif yang berpotensi mendorong kolaborasi usaha dan pertukaran pengetahuan di antara pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, program BERDIKARI terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi manajerial dan digital UMKM, serta mendorong tumbuhnya kemandirian dan sikap proaktif dalam pengembangan usaha. Temuan-temuan ini mendukung literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis partisipatif dan aplikatif memiliki pengaruh besar dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

V. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Melalui pelatihan, *workshop*, dan pendampingan, para pelaku usaha memperoleh keterampilan dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, literasi digital, serta penguatan kemandirian usaha.

Indikator keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari interaksi langsung dengan peserta, yang menunjukkan adanya peningkatan kemampuan praktik pencatatan keuangan sederhana, penggunaan kemasan yang lebih menarik, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta munculnya kesadaran untuk menyusun rencana usaha secara mandiri.

Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan akses internet dan perbedaan kemampuan peserta dalam menguasai teknologi digital, program ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis praktik dan pendampingan intensif mampu memperkuat daya saing UMKM. Ke depan, keberlanjutan program dapat diarahkan melalui pembentukan kelompok UMKM binaan serta kerja sama dengan pemerintah daerah dan lembaga terkait, sehingga UMKM di Desa Tanjungkarang dapat benar-benar berkembang dan mandiri sesuai dengan semangat BERDIKARI.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Tanjungkarang, Kecamatan Cigalontang, Kabupaten Tasikmalaya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada para pelaku UMKM Desa Tanjungkarang yang telah berpartisipasi aktif dan antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, sehingga program BERDIKARI (Berkembang dan Mandiri untuk Meningkatkan UMKM) dapat terlaksana dengan baik.

Selain itu, penghargaan yang tinggi diberikan kepada mahasiswa dan mahasiswi KKN Kelompok 3 Desa Tanjungkarang serta kepada UPPM (Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) Politeknik LP3I yang telah mendukung penuh kegiatan ini, baik dari segi tenaga pengajar, pendamping, maupun sarana pembelajaran. Dukungan semua pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini dan diharapkan dapat terus berlanjut demi pengembangan UMKM yang lebih mandiri dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Digital Marketing UUMKM di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119–124. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai strategi

- Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital sebagai Sarana Pemasaran bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Puspatriani, A. D., Budiman, A., & Rahman, L. K. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk UMK-Digital Marketing Tahun 2022 Kelurahan Cipedes, Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya. *Darma Abdi Karya*, 1(1), 56–62. <https://doi.org/10.38204/darmaabdikarya.v1i1.1170>
- Puspatriani, A. D., Ernawati, E., & Budiman, A. (2023). Workshop Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi bagi Pebisnis Muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4883–4889. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2178>
- Puspatriani, A. D., Nurfadila, D., Wildan, M., Melia, I., & Maulidan, T. (2024). Social Media Marketing bagi UMKM. *Bakti Tunas Husada Conference Series*, 2, 262–267. <https://ejurnal.universitas-bth.ac.id/index.php/conference/article/view/1592>
- Riyani, Y., Mardiah, K., & Rezano, T. (2019). Mewujudkan Kemandirian dan Kewirausahaan Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan UMKM. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 93–104. <https://journal.pnm.ac.id/index.php/dikemas/article/view/124>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://www.academia.edu/download/89510020/pdf.pdf>
- Rosyalia, V., Setyasari, U. E., & Kurniadi, Y. (2023). Meningkatkan Daya Saing dan Efisiensi Operasional UMKM Melalui Teknologi dan Inovasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4877–4882. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2176>
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 156–164. <https://doi.org/10.36555/almana.v2i3.162>
- Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 349–355. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.14514>
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001>