



# Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Berbasis Digital Kelompok Industri Kecil Menengah Pengrajin Perak di Desa Batubulan

I Made Aditya Pramatha<sup>1\*</sup>, I Putu Gde Chandra Artha Aryasa<sup>2</sup>, Anak Agung Istri Krisna Gangga Dewi<sup>3</sup> 

<sup>1,2,3</sup> Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received June 02, 2023

Revised June 05, 2023

Accepted August 10, 2023

Available online August 25, 2023

### Kata Kunci :

Pembukuan, Pemasaran, Digital, Pengrajin Perak, Batubulan.

### Keywords:

Bookkeeping, Marketing, Digital, Silversmiths, Batubulan.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha

## ABSTRAK

Pasca pandemi Covid-19, perkembangan industri kerajinan perak yang ada di Desa Batubulan mulai mengalami pertumbuhan. Namun masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para pengrajin perak khususnya pada bidang operasional dan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara salah satu kelompok pengrajin perak, mekanisme penerimaan pesanan dan pencatatan transaksi masih dilakukan secara konvensional serta proses pemasaran produk terbatas pada pemilik *artshop* di Kecamatan Sukawati. Tujuan kegiatan program kemitraan masyarakat ini adalah melakukan transfer pengetahuan terkait proses pembukuan dan pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan. Kegiatan terdiri dari tiga tahapan yakni implementasi dukungan teknologi dasar, optimalisasi pembukuan berbasis digital, dan optimalisasi pemasaran berbasis digital. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test* serta monitoring mingguan. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan dapat memberikan dampak berupa meningkatnya persepsi pemahaman mitra terhadap peranan teknologi digital, pembukuan berbasis digital, dan pemasaran berbasis digital. Proses transfer pengetahuan kepada mitra dalam kegiatan ini dilakukan dengan efektif melalui rangkaian tahap sistematis yakni sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan pendampingan perlu konsisten dilakukan untuk memastikan implementasi teknologi telah berjalan dengan baik.

## ABSTRACT

After the Covid-19 pandemic, the silver craft industry in Batubulan Village began to experience growth. However, there are still several obstacles faced by silversmiths, especially in the fields of operations and marketing. Based on the results of an interview with one group of silversmiths, the mechanism for receiving orders and recording transactions is still carried out conventionally and the product marketing process is limited to artshop owners in Sukawati District. The purpose of this community partnership program activity is to transfer knowledge related to digital-based bookkeeping and marketing processes. The method used is training and mentoring. The activity consists of three stages, namely the implementation of basic technology support, optimization of digital-based bookkeeping, and optimization of digital-based marketing. Evaluation of activities was carried out with *pre-test* and *post-test* as well as weekly monitoring. The results show that the activities can have an impact in the form of increasing the perception of partners' understanding of the role of digital technology, digital-based bookkeeping, and digital-based marketing. The process of transferring knowledge to partners in this activity is carried out effectively through a series of systematic stages, namely socialization, training, and mentoring. Mentoring activities need to be consistently carried out to ensure the implementation of technology has gone well.

## 1. PENDAHULUAN

Kerajinan perak merupakan salah satu seni rupa yang sudah lama berkembang di Bali. Sejak dulu, hasil kerajinan perak digunakan sebagai sarana dan perlengkapan upacara agama Hindu serta peralatan istana pada zaman kerajaan. Kerajinan perak pada masa lalu digunakan sebagai kebutuhan spiritual maupun sosial. Seiring dengan perkembangan zaman, kerajinan perak di Bali juga tidak lepas dari modernisasi yang ditransformasi melalui pariwisata. Pesatnya perkembangan pariwisata di Bali, juga

\*Corresponding author

E-mail addresses: [adityapramartha@gmail.com](mailto:adityapramartha@gmail.com) (I Made Aditya Pramatha)

berdampak pada sektor penunjang lainnya seperti hasil kerajinan masyarakat yang dapat dijadikan buah tangan maupun dikembangkan sebagai bisnis oleh para wisatawan. Apabila kunjungan wisatawan menurun, misalkan seperti saat *low season*, juga akan memberikan dampak penurunan penjualan bagi para penjual kerajinan perak (Mandasari, 2022; Mandasari et al., 2021). Semakin berkembangnya pariwisata yang ada di Bali diharapkan dapat memaksimalkan sektor industri khususnya pengrajin perak sehingga dapat menghasilkan pendapatan bagi masyarakat lokal serta memberikan kontribusi yang potensial bagi perekonomian nasional. Perkembangan industri kerajinan perak yang ada di Bali khususnya Desa Batubulan menghadapi permasalahan yang sifatnya makro ketika terjadinya pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa industri pengrajin perak, secara umum terjadi kelesuan penjualan produk perhiasan perak saat terjadi pandemi Covid-19. Akibat pandemi Covid-19 tidak sedikit pengrajin perak yang terdampak, terutama industri perak yang masih berskala kecil serta penjualannya hanya mengandalkan sektor pariwisata. Namun ditengah kondisi pandemi Covid-19, masih terdapat beberapa industri kerajinan perak yang masih bertahan yakni UC Silver, UD. Romo, Cahya Silver, Gaja Silver, dan SSS Silver. Kelima pelaku usaha kerajinan perak tersebut mampu bertahan karena masih memiliki banyak pelanggan dan mampu mempertahankan jumlah ekspor produknya (Afsari & Rachmawati, 2019; Narendra & Ardani, 2020). Kondisi tersebut tentunya dapat menjadi alternatif solusi bagi industri pengrajin perak yang masih berskala kecil untuk dapat bangkit kembali dan meningkatkan penjualan produk kerajinan perak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu kelompok pengrajin perak (mitra), mayoritas produk hasil produksi merupakan pesanan oleh pemilik galeri atau artshop yang berada di Kecamatan Sukawati. Serta sangat jarang menjual produk kepada konsumen yang menjadi pengguna dari perhiasan tersebut. Mitra lebih terfokus pada kegiatan produksi untuk memenuhi pesanan dari pelanggan yang akan menjual kembali produk tersebut setelah dilakukan proses finishing. Sehingga mitra berperan sebagai produsen serta penyedia jasa casting bagi konsumen yang akan menjual kembali produk tersebut. Kegiatan bisnis tersebut dapat dikategorikan sebagai model *Business to Business* atau B2B, yakni penjualan produk atau jasa yang diberikan oleh satu bisnis dan diperuntukkan untuk bisnis lainnya dan bukan kepada konsumen tingkat akhir. Terkait proses operasional dalam hal ini pembukuan, mekanisme penerimaan pesanan dan pencatatan transaksi masih dilakukan secara konvensional. Pencatatan penerimaan pesanan dicatat pada sebuah buku tulis sesuai dengan kriteria pesanan serta digabungkan pencatatannya dengan catatan pendapatan dan pengeluaran. Menurut mitra, mekanisme pencatatan kegiatan operasional tersebut dirasa cukup dikarenakan keterbatasan teknologi yang dimiliki, minimnya pengetahuan mitra terkait proses pembukuan serta perkembangan teknologi pembukuan.

Kondisi tersebut terkadang menyulitkan mitra ketika melakukan perhitungan laba rugi operasional dan memerlukan waktu yang cukup lama karena harus melakukan perhitungan manual dari semua nilai pesanan yang diterima, pesanan yang sudah dibayar oleh konsumen, serta biaya operasional. Terlebih terdapat beberapa anggota mitra yang mengutarakan bahwa biaya kebutuhan hidup sehari-hari dianggap sebagai pengeluaran yang digabungkan dengan biaya operasional produksi. Banyak yang masih menganggap bahwa pelaporan keuangan itu rumit dan tidak perlu. Kebanyakan dari mereka lebih nyaman dengan sistem apabila pendapatan lebih besar dari modal maka dapat dikatakan untung. Dalam hal ini, mitra tidak dapat memaksimalkan biaya produksi atau operasionalnya karena tidak memiliki kontrol yang baik terhadap keuangan perusahaannya (Asyik et al., 2022; Sutrisno et al., 2023). Sehingga perlu adanya penyuluhan dan pendampingan mengenai standar keuangan yang berlaku bagi UMKM serta cara termudahnya dalam membantu pengelolaan keuangan baik secara manual maupun digital (Putri et al., 2022; Septiani et al., 2022). Salah satu kelompok pengrajin perak di Desa Batubulan yang masih aktif melangsungkan kegiatan produksi bernaung di Makmur Jaya Casting. Kelompok pengrajin perak tersebut (mitra) mayoritas memproduksi berbagai perhiasan seperti cincin, gelang, serta anting-anting yang berbahan baku logam perak, emas, tembaga, kuningan, dan perunggu. Ketika pandemi Covid-19, mitra mengungkapkan terjadi penurunan jumlah pesanan perhiasan yang sangat drastis yakni hingga 80 persen. Namun mitra dapat bertahan dan tetap melangsungkan kegiatan produksi dikarenakan adanya beberapa pesanan dari pelanggan yang akan melakukan ekspor produk ke luar negeri. Walaupun dengan jumlah produksi yang sangat sedikit, mitra mengaku masih dapat bertahan di tengah kondisi yang sangat berat karena pandemi Covid-19. Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok mitra yang menggeluti usaha kerajinan perak di Batubulan memiliki potensi yang menjanjikan apabila dikembangkan serta dikelola dengan maksimal. Industri Kecil Menengah (IKM) sering dihadapkan dengan beberapa kendala dalam mengembangkan usaha seperti keterbatasan modal, manajemen operasional, pemasaran produk, dan kendala lainnya. Banyak permasalahan yang menghambat pengembangan dari usaha, antara lain kelemahan dalam akses dan pemupukan modal, kelemahan perluasan pangsa pasar, kelemahan pada akses informasi dan teknologi, dan lemahnya dalam membentuk kerjasama (Teras, 2022; Wardiningsih, 2022). Sehingga dibutuhkan langkah kongkrit untuk mengoptimalkan IKM kerajinan perak agar dapat

bangkit kembali, bersaing, dan meningkatkan penjualan produk kerajinan perak. Saat ini, penggunaan teknologi informasi dapat memberikan dampak signifikan terhadap kondisi tersebut karena dapat membantu dalam kegiatan pemasaran dan memudahkan para pelaku usaha dalam menyampaikan informasi kepada konsumen (Islam & Wahed, 2023; Raharja & Natari, 2021). Pemasaran digital dapat menjangkau semua orang, di mana saja, tanpa hambatan geografis atau waktu (Candra et al., 2022; Wibawanto, 2021). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada kelompok IKM pengrajin perak di Desa Batubulan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra yakni sebagai berikut: (a) Mekanisme pencatatan pesanan serta pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana dan tergabung dengan keuangan pribadi. Sehingga mitra membutuhkan waktu lama serta kesulitan dalam memprediksi jumlah laba sesungguhnya yang diperoleh dari hasil usaha. Kondisi ini menunjukkan belum optimalnya proses pembukuan dan pencatatan transaksi yang dilakukan oleh kelompok mitra; (b) Mayoritas konsumen berasal dari art shop atau pemilik galeri di daerah Kecamatan Sukawati, sehingga ruang lingkup konsumen dan pangsa pasar dari poduk kelompok mitra terbatas. Hal ini berdampak pada jumlah nilai penjualan produk menjadi terbatas. Kondisi ini menunjukkan belum optimalnya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok mitra.

Keterbatasan teknologi serta pengetahuan tentang pembukuan dan pemasaran yang dimiliki menjadi permasalahan dasar dari dua masalah utama yang dihadapi mitra. Pemasaran dengan menggunakan platform digital menjadi sebuah tantangan yang cukup berat karena ketidaktahuan dan minimnya pengetahuan pelaku IKM terhadap teknologi digital (Amiroh et al., 2022; Digidowiseiso & Ria, 2023). Program Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi keterbatasan teknologi yang dimiliki mitra sehingga dapat mengoptimalkan proses pembukuan dan pemasaran kelompok IKM pengrajin perak di Desa Batubulan. Melihat adanya berbagai potensi yang dimiliki oleh kelompok mitra IKM pengrajin perak, maka dipandang perlu mengadakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk mengoptimalkan operasional IKM pengrajin perak di Desa Batubulan. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Desa Batubulan menargetkan mitra yang tergabung dalam kelompok IKM pengrajin perak. Fokus kegiatan PKM yakni memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait manajemen operasional pembukuan transaksi dan strategi pemasaran yang mengadaptasi teknologi digital. Penggunaan teknologi akan menjadi solusi terbaik untuk membantu roda perekonomian pengrajin perak tetap berjalan. Pemasaran melalui media sosial dan automasi pembukuan akan memudahkan pengrajin perak untuk menyusun strategi yang tepat guna mempertahankan kelangsungan usaha saat ini dan ke depannya (Indriani et al., 2022; Khairiyah et al., 2022).

Program Kemitraan Masyarakat ini memfokuskan kegiatan pada dua sasaran utama yaitu optimalisasi manajemen operasional melalui penyediaan teknologi dasar dan implementasi pembukuan berbasis digital serta peningkatan produksi melalui implementasi pemasaran berbasis digital. Kegiatan optimalisasi manajemen operasional meliputi penyediaan teknologi dasar yang selanjutnya diadakan sosialisasi serta pelatihan pembuatan sistem pencatatan pesanan dan laporan keuangan dasar. Kegiatan peningkatan produksi meliputi sosialisasi serta pelatihan pembuatan dan pengelolaan media pemasaran digital. Pemasaran berbasis digital merupakan pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan melalui media internet (Arista et al., 2022; L. I. W. Dewi et al., 2022). Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan tren pemasaran beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi pemasaran digital lebih prospektif dibandingkan konvensional karena memungkinkan calon pelanggan lebih mudah untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan berinteraksi melalui internet (Budiwitjacksono et al., 2022; Pramita et al., 2023). Penggunaan media sosial dapat mempermudah proses promosi dan pembelian yang dilakukan oleh produsen dengan konsumennya serta dapat menekan biaya (Kurniawan et al., 2022; Rahmat et al., 2022). Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk menerapkan solusi yang telah diuji coba dalam penelitian terdahulu dan telah terbukti berhasil dalam meningkatkan efisiensi pembukuan dan pemasaran produk. Dalam kerangka ini, pengabdian masyarakat ini akan fokus pada pengembangan sistem pembukuan berbasis digital yang sesuai dengan kebutuhan para pengrajin perak di Desa Batubulan. Selanjutnya, pengrajin akan diberikan pelatihan dan pendampingan untuk memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret bagi masalah yang dihadapi oleh industri pengrajin perak di Desa Batubulan, dengan menggunakan pendekatan teknologi informasi. Selain itu, tujuan dari pengabdian ini juga adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pengrajin dalam mengelola bisnis mereka dan memasarkan produk secara efektif. Dengan demikian, diharapkan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat setempat serta mendukung perkembangan industri kerajinan perak di Desa Batubulan.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat optimalisasi pembukuan dan pemasaran berbasis digital kelompok industri kecil menengah pengrajin perak di Desa Batubulan terfokus pada kegiatan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan adalah suatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur-prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga peserta pelatihan belajar mengenai pengetahuan teknik dan keahlian untuk tujuan tertentu (Hasibuan, 2008). Pendampingan merupakan kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator, dan dinamisator. Observasi digunakan untuk melihat kondisi atau situasi lokasi meliputi suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2019). Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam kegiatan produksinya (Nulhakim, A. R. et al., 2022; Samiadnyani & Gama, 2023). Program PKM ini akan berfokus untuk mengatasi permasalahan bidang manajemen operasional pembukuan dan permasalahan bidang pemasaran. Kegiatan PKM dimulai dengan mengimplementasikan dukungan teknologi dasar dan pengetahuan melalui sosialisasi terkait pentingnya teknologi agar dapat mendukung pelaksanaan program solusi masalah.

Selanjutnya dilakukan dua program solusi masalah yakni sebagai berikut: (a) Optimalisasi pembukuan berbasis digital yang diawali dengan mengadakan sosialisasi. Selanjutnya dilakukan pelatihan sistem pencatatan pesanan dan pembukuan yang berbasis digital. Pencatatan akuntansi dan laporan keuangan merupakan tolok ukur untuk melihat kinerja usaha dan mengetahui kondisi usaha dari waktu ke waktu (Manurung, 2021; Yanto et al., 2023). Pelatihan pencatatan laporan keuangan secara digital ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam peningkatan keterampilan anggota mitra dalam menyusun laporan keuangan dengan mudah dan cepat serta lebih terperinci sehingga dapat memaksimalkan potensi usaha mereka (Prameswari et al., 2023; Rapini et al., 2021); (b) Optimalisasi pemasaran berbasis digital yang diawali dengan mengadakan sosialisasi. Selanjutnya dilakukan pelatihan pengelolaan media pemasaran yang berbasis digital. Pengenalan pemasaran digital sebagai salah satu media pemasaran sudah banyak diminati oleh pelaku usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka (Boedirochminarni et al., 2022; Sari & Putri, 2021). Proses evaluasi akan dilakukan dengan pengambilan data menggunakan metode kuesioner selama masa pelatihan dan pendampingan. Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala likert untuk menilai masing-masing indikator target capaian program solusi masalah. Apabila target capaian dari kedua program solusi masalah tidak tercapai, maka akan dilakukan analisis penyebab tidak tercapainya target capaian. Hasil analisis tersebut akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk pengulangan pelaksanaan pelatihan. Selanjutnya akan dilakukan pelatihan kembali terkait program solusi masalah agar dapat mencapai target capaian yang telah ditentukan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil



**Gambar 1.** Kegiatan Implementasi Dukungan Teknologi Dasar



Kegiatan program kemitraan masyarakat dibagi menjadi tiga tahap yang meliputi: implemetasi dukungan teknologi dasar, optimalisasi pembukuan berbasis digital, dan optimalisasi pemasaran berbasis digital. Peserta program kemitraan masyarakat ini diikuti oleh 11 orang mitra pengrajin perak yang seluruhnya berasal dari Desa Batubulan. Kegiatan berlangsung di Makmur Jaya Casting, Jl. SMKI, Gang Mawar, No. 18A, Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Implementasi program kemitraan masyarakat dilaksanakan pada bulan April-Juni 2023. Kegiatan implementasi dukungan teknologi dasar dimulai dengan mengukur tingkat pemahaman awal mitra melalui kuesioner menggunakan empat komponen pengukuran yakni pengetahuan produk digital, ketertarikan menggunakan teknologi digital, kemampuan menggunakan teknologi digital, dan persepsi kemudahan. Kegiatan dilanjutkan dengan penyerahan bantuan seperti yang disajikan pada [Gambar 1](#) untuk mendukung penerapan teknologi digital dalam kegiatan mitra. Kemudian dilakukan sosialisasi mengenai dasar-dasar teknologi digital dan pegenalan aplikasi digital yang dapat membantu proses pembukuan dan pemasaran. Kegiatan sosialisasi terkait dasar-dasar teknologi digital dan pengenalan aplikasi digital khususnya dalam proses pembukuan dan pemasaran bertujuan untuk membuka wawasan mitra agar mengetahui bahwa teknologi digital dapat membantu dalam menjalankan kegiatan usaha. Materi sosialisasi yang disampaikan berisi penjelasan singkat, peran, jenis-jenis, penggunaan dasar terkait teknologi digital.



**Gambar 2.** Kegiatan Optimalisasi Pembukuan Berbasis Digital

Kegiatan optimalisasi pembukuan berbasis digital dilakukan seperti yang disajikan pada [Gambar 2](#) yang diawali dengan mengukur tingkat pemahaman awal mitra melalui kuesioner menggunakan empat komponen pengukuran yakni pengetahuan akun pendapatan dan biaya, aktiva liabilitas dan ekuitas, proses pembukuan, dan proses pembuatan laporan. Kegiatan dilanjutkan dengan melakukan sosialisasi terkait pembukuan berbasis digital. Materi sosialisasi meliputi pengetahuan terkait akuntansi dasar, proses pembukuan, dan pelaporan keuangan dasar. Selanjutnya dilakukan pelatihan menggunakan aplikasi digital dalam proses pembukuan. Aplikasi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Microsoft Excel. Kegiatan pelatihan mengajarkan mitra untuk membuat daftar catatan pesanan, buku kas umum, dan laporan laba rugi. Proses pelatihan dilakukan sebanyak 3 kali pertemuan dengan durasi 2 jam setiap pertemuan.



**Gambar 3.** Kegiatan Optimalisasi Pemasaran Berbasis Digital

Kegiatan optimalisasi pemasaran berbasis digital dilaksanakan seperti yang disajikan pada [Gambar 3](#) yang dimulai dengan mengukur pemahaman mitra terkait pemasaran berbasis digital melalui kuesioner menggunakan empat komponen pengukuran yakni penggunaan aplikasi *Facebook*, *Online Marketplace*, *Whatsapp* dan *Instagram*, serta *Google Business* dan *Google Sites*. Kegiatan dilanjutkan dengan melakukan sosialisasi terkait pemasaran berbasis digital. Materi sosialisasi meliputi pengetahuan dan keuntungan pemasaran berbasis digital, dan langkah-langkah pemasaran menggunakan aplikasi digital. Selanjutnya dilakukan pelatihan menggunakan aplikasi digital dalam proses pemasaran. Kegiatan pelatihan mengajarkan mitra untuk dapat membuat dan mengelola akun *Facebook Fan Page*, *Instagram*, *Shopee*, *Google Business*, dan *Google Sites*. Proses pelatihan dilakukan sebanyak 3 kali pertemuan dengan durasi 2 jam setiap pertemuan. Untuk memastikan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah dilaksanakan dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan monitoring secara rutin. Kegiatan monitoring dalam program kemitraan masyarakat ini dilakukan dengan pendampingan kepada mitra selama empat minggu yang dimulai setelah terlaksananya tiga tahap kegiatan utama. Hasil pengukuran awal pada kegiatan implementasi dukungan teknologi dasar menunjukkan bahwa persepsi penilaian mitra terhadap kesesuaian pernyataan kuesioner termasuk dalam kategori “sesuai” terkait pengetahuan produk digital, ketertarikan menggunakan teknologi digital, dan persepsi kemudahan. Namun untuk kemampuan menggunakan teknologi digital, persepsi mitra termasuk dalam kategori “cukup sesuai”. Setelah kegiatan sosialisasi, melalui [Tabel 2](#) dapat diketahui bahwa mitra memiliki ketertarikan yang meningkat untuk menggunakan teknologi. Kegiatan sosialisasi secara umum dapat meningkatkan ketertarikan mitra mencoba dan menggunakan teknologi digital untuk membantu mereka dalam proses pembukuan dan pemasaran. Adapun kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan ini yakni pada proses diskusi. Mitra mayoritas masih awam dengan istilah-istilah yang berkaitan dengan teknologi digital. Mayoritas mitra juga mengaku bahwa tidak bisa menggunakan aplikasi digital. Berdasarkan kendala tersebut, perlu dilakukan kegiatan pelatihan pada program selanjutnya.

**Tabel 2.** Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Pengukuran Pemahaman Mitra

No.	Indikator Pengukuran Pemahaman	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>	Selisih	%
<b>1</b>	<b>Peran Teknologi Digital</b>	<b>4.07</b>	<b>4.50</b>	<b>0.43</b>	<b>10.85%</b>
1.1	Pengetahuan Produk	4.36	4.73	0.36	8.33%
1.2	Ketertarikan Penggunaan	4.27	4.82	0.55	12.77%
1.3	Kemampuan Menggunakan	3.45	4.00	0.55	15.79%
1.4	Persepsi Kemudahan	4.18	4.45	0.27	6.52%
<b>2</b>	<b>Pembukuan Berbasis Digital</b>	<b>3.86</b>	<b>4.30</b>	<b>0.43</b>	<b>11.23%</b>
2.1	Akun Pendapatan dan Biaya	4.00	4.27	0.27	6.82%
2.2	Akun Aktiva, Liabilitas, dan Ekuitas	3.82	4.18	0.36	9.52%
2.3	Proses Pembukuan	3.91	4.45	0.55	13.95%
2.4	Pembuatan Laporan	3.73	4.27	0.55	14.63%
<b>3</b>	<b>Pemasaran Berbasis Digital</b>	<b>4.32</b>	<b>4.66</b>	<b>0.34</b>	<b>7.95%</b>
3.1	<i>Facebook Fan Page</i>	4.45	4.73	0.27	6.12%
3.2	<i>Online Marketplace</i>	4.09	4.55	0.45	11.11%
3.3	<i>Whatsapp</i> dan <i>Instagram</i>	4.36	4.64	0.27	6.25%
3.4	<i>Google Business &amp; Google Sites</i>	4.36	4.73	0.36	8.33%

Untuk mengukur tingkat keberhasilan program, dilakukan *pre-test* sebelum kegiatan dilaksanakan dan *post-test* pada saat kegiatan telah dilaksanakan. Skala likert yang digunakan yakni : Sangat Sesuai (5), Sesuai (4), Cukup Sesuai (3), Kurang Sesuai (2), dan Tidak Sesuai (1). Hasil dari *pre-test* dan *post-test* disajikan pada [Tabel 2](#). Berdasarkan [Tabel 2](#), dapat diketahui bahwa setelah dilakukannya Program Kemitraan Masyarakat optimalisasi pembukuan dan pemasaran berbasis digital kelompok industri kecil menengah pengrajin perak di Desa Batubulan, mayoritas mitra kegiatan mengalami peningkatan persepsi pemahaman yang meliputi pemahaman peran teknologi digital, pemahaman pembukuan berbasis digital, dan pemahaman pemasaran berbasis digital.

### Pembahasan

Hasil kuesioner menunjukkan penilaian persepsi pemahaman tertinggi yang dimiliki mitra terdapat pada indikator pernyataan ketertarikan penggunaan teknologi digital dengan skor 4.82. Tingginya persepsi mitra terhadap ketertarikan penggunaan teknologi diharapkan kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang telah dilaksanakan dapat bermanfaat untuk mendukung peningkatan proses operasional dan pemasaran usaha kerajinan perak yang dimiliki oleh mitra. Penilaian persepsi pemahaman mitra terendah terdapat pada indikator kemampuan menggunakan teknologi digital dengan

skor 4.00. Kondisi ini tentu dapat diatasi dengan mengadakan kegiatan pelatihan kembali serta pendampingan yang berkelanjutan khususnya dalam alur penggunaan teknologi digital dalam proses pembukuan dan pemasaran. Hasil pengukuran awal pada kegiatan optimalisasi pembukuan berbasis digital menunjukkan bahwa persepsi pemahaman mitra terhadap pernyataan terkait pengetahuan akun pendapatan dan biaya termasuk dalam kategori "sesuai". Namun untuk pengetahuan aktiva liabilitas dan ekuitas, proses pembukuan, dan proses pembuatan laporan, persepsi pemahaman mitra termasuk dalam kategori "cukup sesuai". Pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor utama yang dapat menyebabkan kemajuan atau kemunduran sebuah IKM (R. T. K. D. Dewi et al., 2022; Zakiyyah, 2021). Laporan keuangan sebagai output dari siklus akuntansi memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan antara data dan aktifitas keuangan pada suatu entitas kepada pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Eriandani et al., 2023; Rakhmawati & Cahyadi, 2023). Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembukuan berbasis digital secara umum dapat meningkatkan persepsi mitra dalam pemahaman proses pembukuan dan pembuatan laporan berbasis digital seperti yang disajikan pada Tabel 2. Adapun kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan ini yakni pada proses pelatihan. Mitra pada awal kegiatan mayoritas masih kesulitan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*. Berdasarkan kendala tersebut, perlu dilakukan kegiatan lanjutan berupa pendampingan kepada mitra. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa pendampingan untuk proses pemasaran produk sangat penting dalam mengoptimalkan jangkauan ruang lingkup pemasaran produk (Farastutie et al., 2023; Minggu et al., 2023).

Hasil pengukuran awal menunjukkan bahwa secara umum persepsi pemahaman mitra terhadap pernyataan pemasaran berbasis digital termasuk dalam kategori "sesuai". Namun persepsi pemahaman terendah terdapat pada penggunaan aplikasi marketplace. Pemasaran digital adalah segala usaha yang dilakukan untuk pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan internet dan media sosial. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi dan pengiriman ke konsumen secara lebih cepat (Mansir & Fatimah, 2021; Wahid et al., 2022). Digitalisasi pemasaran merupakan langkah yang tepat untuk mengoptimalkan proses promosi (Muhardono & Satrio, 2021; Prayogi & Kirom, 2022). Strategi pemasaran berbasis digital saat ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan (Hendriadi & Padilah, 2019; Melati et al., 2020). Pengoptimalisasian smartphone dan media sosial ini dilakukan berdasarkan fenomena bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat, mencapai rata-rata 15% per tahun (Mastuti et al., 2023; Wihartanti & Wibawa, 2022). Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran berbasis digital secara umum dapat meningkatkan persepsi pemahaman mitra dalam proses penggunaan *Facebook* dan *Google Business*. Adapun kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan ini yakni pada proses pelatihan. Mitra memiliki keterbatasan dalam memahami proses penggunaan beberapa aplikasi digital. Berdasarkan kendala tersebut, perlu dilakukan kegiatan pendampingan kepada mitra yang berfokus pada langkah-langkah penggunaan aplikasi digital. Pendampingan dilakukan dengan mengunjungi mitra sebanyak sekali dalam seminggu. Pada saat kunjungan pendampingan dilakukan proses diskusi terkait kendala yang dihadapi oleh mitra. Pada pendampingan minggu pertama dan kedua, mitra masih memerlukan bantuan penjelasan terkait alur proses pembuatan laporan laba rugi, pengelolaan akun *marketplace*, dan verifikasi akun *Google Business*. Sehingga dilakukan penjelasan kembali terkait kendala tersebut dan meminta mitra untuk mencatat langkah-langkah agar mudah untuk mengingat. Pada pendampingan minggu ketiga dan keempat mayoritas mitra sudah dapat membuat laporan keuangan sederhana berbasis digital dan sudah dapat mengelola aplikasi pemasaran berbasis digital.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Program Kemitraan Masyarakat yang dilaksanakan memberikan dampak berupa meningkatnya persepsi pemahaman mitra terhadap peranan teknologi digital, pembukuan berbasis digital, dan pemasaran berbasis digital. Proses transfer pengetahuan kepada mitra dalam kegiatan ini dilakukan dengan efektif melalui rangkaian tahap sistematis yakni sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung. Berdasarkan kegiatan PKM ini dapat disarankan bahwa dibutuhkan pendampingan yang konsisten jika akan melakukan implementasi teknologi terhadap proses usaha yang belum mengaplikasikan teknologi dalam kegiatan operasionalnya.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat optimalisasi pembukuan dan pemasaran berbasis digital kelompok industri kecil menengah pengrajin perak di Desa Batubulan dapat terlaksana atas



dukungan pendanaan dari Hibah Institusi Tahun 2023 Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Warmadewa.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Afsari, A., & Rachmawati, E. (2019). Tinjauan Tentang Penerapan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Cafe). *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 1(2), 109–119. <https://doi.org/10.32897/jemper.v1i2.241>.
- Amiroh, I., Rahayu, D. R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Serta Pendampingan Manajemen Usaha pada UMKM Angkringan KMS di Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Pemantik*, 1(2), 154–168. <https://doi.org/10.56587/pemantik.v1i2.50>.
- Arista, D., Nugrahaningsih, P., Rahmawati, L. D. A., & Saputra, Z. A. E. (2022). Pengembangan Pemasaran Digital Dan Pelaporan Keuangan Sentra Industri Brem Kaliabu Kabupaten Madiun. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1498–1510. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2589>.
- Asyik, N. F., Patuh, M., Triyonowati, T., Respatia, W., & Laily, N. L. N. (2022). Aplikasi Digital Pengelolaan Keuangan, Sarana Meningkatkan Penjualan UMKM Makanan Minuman di Kabupaten Gresik. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(3), 102–106. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i3.5265>.
- Boedirochminarni, A., Juliati, R., & Hariyani, H. F. (2022). Pendampingan Usaha Permen Jelly Di Masa Pandemi Melalui Inovasi Kemasan Dan Optimalisasi Media Pemasaran Berbasis E-Commerce. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 254–261. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1548>.
- Budiwitjacksono, G. S., Rachmawan, A. S., Yulianti, A. K., Putri, D. A., Putra, F. D. R., Arhofa, G. A., & Rukmana, S. (2022). Pengembangan Pemasaran Online Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kewirausahaan UMKM Di Kelurahan Bongkaran. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 332–341. <https://doi.org/10.51574/patikala.v1i4.463>.
- Candra, E., Suryani, E., & Putra, P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Kue Tradisional Dusun Junti Kaum. *Jurnal An-Nizām: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 1(3), 157–164. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v1i3.5426>.
- Dewi, L. I. W., Hilendri, B. A., & Kartikasari, N. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Digitalisasi Informasi Akuntansi pada UMKM di Kota Mataram. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 3(2), 121–136. <https://doi.org/10.30812/rekan.v3i2.2377>.
- Dewi, R. T. K. D., Sadikin, J., Pandova, M., Viola, B., Matthew, A., Effendi, D. L., & Pratama, D. N. (2022). Peningkatan Kompetensi UMKM Wandy Snack Dalam Segi Pengelolaan Keuangan. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 285–293. <https://doi.org/10.20956/pa.v6i2.14430>.
- Digdowniseiso, K., & Ria, R. (2023). Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Jatisampurna Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 608–620. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.452>.
- Eriandani, R., Andono, F. A., Koan, D. F., Girindratama, M. W., & Rinawiyanti, E. D. (2023). Bimbingan Teknis dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan bagi Unit Usaha BUMDes Mitra Warga Desa Kesiman. *International Journal of Community Service Learning*, 7(1). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i1.54662>.
- Farastutie, I. F., Putri, M. Y. E., & Manggalou, S. (2023). Optimalisasi Digitalisasi UMKM di Kelurahan Rungkut Kidul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1762–1770. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1203>.
- Hasibuan, M. (2008). *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. PT Bumi Aksara.
- Hendriadi, A. A., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>.
- Indriani, E., Kartikasari, N., Nabila, D. T. D., Singkir, T. R., & Mulyadi, M. (2022). Pengelolaan Keuangan dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 2(2), 224–231. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v2i2.126>.
- Islam, M. N., & Wahed, M. (2023). Digitalisasi Marketing Dan Optimalisasi Keuangan UMKM Pada Kelurahan Blitar Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 1(4), 124–131. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v1i4.279>.
- Khairiyah, D., Fitri, M. A., & Khairullah. (2022). Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Penguatan Tata Kelola Keuangan Dan Strategi Pemasaran Digital Pada Masa Covid-19 Pada Toko Agib



- Rawamakmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Terbarukan*, 2(1), 15–20. <https://jurnal.ikhafi.or.id/index.php/jpmmtt/article/view/435>.
- Kurniawan, H., Purwati, A. D., Supriyadi, S., Wulandari, R., Warsahanda, D., & Suseno, A. (2022). Pengembangan Dan Optimalisasi UMKM Kwt Maju Bersama Melalui Metode Pelatihan Berbasis Digital. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 78–86. <https://doi.org/10.30873/jppm.v4i02.3274>.
- Mandasari, I. C. S. (2022). Program Kemitraan Masyarakat pada Kelompok Pertenunan Arta Sedana, Sidemen, Kab. Karangasem. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.51215>.
- Mandasari, I. C. S., Paramananda, N., & Mahendrawati, N. L. M. (2021). Program Kemitraan Masyarakat Pada Kelompok Perajin Perak Dharma Batubulan , Kabupaten Gianyar. *International Journal Of Community Service Learning*, 5(3), 212–218. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3>.
- Mansir, F., & Fatimah, S. (2021). Penggunaan Aplikasi Pembukuan Melalui Digital Marketing Dan Media Sosial Pada UMKM Bangunjiwo Bantul. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 256–262. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.32694>.
- Manurung, R. (2021). Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Di Desa Kramat Kecamatan Kembaran. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v1i1.268>.
- Mastuti, D. N., Yuniatin, T. D. K. W., Rahayu, B. S., & Santosa, J. (2023). Implementasi Pemasaran Digital Dan Aplikasi Akuntansi Di Pusat Informasi Konseling Remaja Banjarsari. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1593>.
- Melati, I. S., Margunani, M., Mudrikah, S., & Pitaloka, L. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasarakatan. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155–163. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7685>.
- Minggu, A. M., Manu, C. D., & Christiani, Y. N. (2023). Pendampingan Pembukuan Sederhana dan Inovasi Produk Pangan Lokal bagi Ibu-Ibu di Desa Oinlasi. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1). <https://doi.org/10.21067/jpm.v8i1.8417>.
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359–368. <https://doi.org/10.47492/eamal.v1i3.888>.
- Narendra, P. S. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha SSS Silver. *E-Jurnal Manajemen*, 9(10). <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i10.p05>.
- Nulhakim, A. R., Maulana, A., Ria, A. M., Septyani, D. A., Setianingrum, D. W., Hikmah, F. N., & Muhamad, R. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Unggul melalui Inovasi Pemasaran dan Optimalisasi Digital Marketing di Desa Banjarwaru Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor (Studi Kasus : UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(7), 579–586. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i7.1490>.
- Prameswari, A., Aisyah, S., Octavia, D. R., Bayani, L. N., & Rafli, M. (2023). Pendampingan Pencatatan Keuangan Pada UMKM Mie Aceh Sabang Menggunakan Aplikasi Credibook. *Abdi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.59997/awjpm.v2i1.1891>.
- Pramita, Y. D., Saputri, S. A., Handayani, H., Tildjuir, N. M., Pamungkas, A. T., & Dewi, A. A. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terdampak Pandemi COVID-19 di Desa Podosoko, Candimulyo, Kabupaten Magelang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.32815/jpm.v4i1.573>.
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>.
- Putri, A. A., Armel, R. S., Azmi, Z., Marlina, E., Rodiah, S., Azhari, I. P., Suci, R. G., & Suropto, B. (2022). Tingkatkan Profitabilitas UMKM dengan Pembukuan Akurat. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 44–47. <https://doi.org/10.37859/abdimesekodiksosiora.v2i2.3815>.
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>.

- Rahmat, D., Givari, M. A., & Hermawan, S. M. (2022). Pendampingan dan Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Desa Karawang. *Jurnal Pengabdian Pelitabangsa*, 3(2), 34–40. <https://doi.org/10.37366/jabmas.v3i2.1506>.
- Rakhmawati, I., & Cahyadi, I. F. (2023). Pendampingan Pembukuan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah pada Wirausaha Muda. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–29. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.202351.13021>.
- Rapini, T., Farida, U., & Putro, R. L. (2021). Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan Berbasis Smartphone Anggota Aisyiyah Ponorogo. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 309–314. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2840>.
- Samiadnyani, P. E., & Gama, A. W. O. (2023). Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Susut Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *BANTENESE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 74–81. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v5i1.6256>.
- Sari, I. A. L. N., & Putri, D. A. P. A. G. (2021). Pengembangan UMKM Jajan Sengait di Desa Sading Melalui Inovasi Branding dan Packaging. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 5(2), 269–276. <https://doi.org/10.36841/integritas.v5i2.1072>.
- Septiani, D., Sunarto, S., & Ferdiansyah, F. (2022). Optimalisasi Penerapan Laporan Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Bunbun Donat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v3i1.1901>.
- Sudana, I. P. (2013). *Analisis Pariwisata. Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis di Desa Belimbing, Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, A. I., Setiawan, R. F., & Taufikurrahman, T. (2023). Pendampingan Aplikasi Catatan Keuangan Sebagai Pembukuan Usaha Digital UMKM Desa Mranggonlawang. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.59841/jurai.v1i2.109>.
- Teras, B. B. D. K. (2022). Pengaruh Modal Biaya Produksi Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Pada Industri Batu Bata Di Kecamatan Teras. *Jurnal Manajemen Informatika & Teknologi*, 2(2), 69–78. <https://doi.org/10.51903/mifortekh.v2i2.208>.
- Wahid, A., Soedarmadji, W., Nuriyanto, N., Misbah, A., Pusakaningwati, A., Hermansyah, M., & Mas'ud, M. I. (2022). Penyuluhan Penggunaan Buku Kas Digital Dalam Proses Administrasi Umkm Desa Nogosari Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1261–1266. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i2.1560>.
- Wardiningsih, R. (2022). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Pujut. *Yasin*, 2(3), 383–392. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i3.419>.
- Wibawanto, S. (2021). Pemahaman Digital Marketing Menuju Era 5.0 Di Smk Ma'arif 3 Somalangu Kebumen. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 353–360. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i2.676>.
- Wihartanti, L. V., & Wibawa, R. P. (2022). Pelatihan Literasi Pemasaran Digital Pada UKM di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan Melalui Aplikasi Buku Warung. *Buletin Pemberdayaan Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.25273/bppm.v1i1.13089>.
- Yanto, M., Putra, F. N. S., Amelia, R., Rahayu, P., Ramadanti, P. M., & Mayuddin, M. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Rengginang Comel Melalui Optimalisasi Penyusunan Laporan Keuangan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4139–4143. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15787>.
- Zakiyyah, A. M. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan di UMKM Rindu.Id di Kabupaten Jember. *Journal of Community Development*, 1(2), 36–40. <https://doi.org/10.47134/comdev.v1i2.9>.