



## Pendampingan UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo dalam Pencatatan Keuangan Sederhana dan Digitalisasi Marketing

### *Assistance for Cilor Maklor MSMEs in Argomulyo Village in Simple Financial Recording and Marketing Digitalization*

Wulan Noer Hidayati<sup>1\*</sup>, Ratri Paramitalaksmi<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [wulannoerhidayati27@gmail.com](mailto:wulannoerhidayati27@gmail.com)

---

#### **Riwayat artikel:**

Naskah Masuk: 02 November 2025;

Revisi: 26 November 2025;

Diterima: 15 Desember 2025;

Terbit: 17 Desember 2025;

**Keywords:** Community Service; Digital Marketing; MSME Empowerment; MSMEs; Simple Financial Recording.

**Abstract:** *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economic development. However, many MSMEs still face challenges in managing financial records and adapting to digital marketing, including the Cilor Maklor MSME in Argomulyo Village. The Cilor Maklor MSME in this location is one of the micro-enterprises that requires capacity building in both aspects. The main objective of this community service is to assist the Cilor Maklor MSME in understanding and implementing simple financial record-keeping methods and in improving its marketing capabilities through digital marketing, so that the MSME can adapt to current developments and expand its market reach. The method used in this activity includes three stages, namely: 1) MSME Survey, 2) Training and Mentoring, and 3) Evaluation. The results of the community service show an increase in MSMEs' knowledge, understanding, and skills in recording simple financial reports and in marketing products through digital platforms. In addition, this community service activity also has a positive impact on business capacity development and the sustainability of MSMEs.*

---

#### **Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam pengelolaan pencatatan keuangan dan adaptasi digital marketing, termasuk UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo. UMKM Cilor Maklor di lokasi ini adalah salah satu usaha mikro yang memerlukan pengembangan kemampuan pada kedua aspek tersebut. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah membantu UMKM Cilor Maklor dalam memahami dan menerapkan cara pencatatan keuangan yang sederhana serta meningkatkan kemampuan pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing agar UMKM mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman dan memperluas jangkauan pasarnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi tiga tahap, yaitu 1) Survey UMKM, 2) Pelatihan dan Pendampingan, 3) Evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana serta dalam memasarkan produk menggunakan platform digital. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan kapasitas usaha dan keberlangsungan UMKM.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Pemberdayaan UMKM; Pencatatan Keuangan Sederhana; Pengabdian; UMKM.

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Dalam era globalisasi, UMKM memiliki peran krusial dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai peranan yang sangat penting terutama dalam hal jumlah tenaga kerja yang dapat diserapnya (Rohma Dwi Astiningsih et al., 2023).

Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menunjukkan bahwa di tahun 2025 UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% dari tenaga kerja (Budiantara et al., 2024).

Meskipun peran UMKM memiliki kontribusi yang signifikan, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan di tengah digitalisasi ekonomi yang pesat (Respatiningsih et al., 2024). Kelemahan utama yang masih terlihat pada UMKM ialah terbatasnya kemampuan dalam melakukan pencatatan keuangan yang sederhana serta rendahnya pemanfaatan digitalisasi pemasaran (Agustin et al., 2023).

Permasalahan utama pada pelaku usaha Cilor Maklor adalah belum melakukan pencatatan keuangan pada usahanya. UMKM ini belum menyadari pentingnya laporan keuangan. Hal ini disebabkan rendahnya pengetahuan dan pemahaman dalam mengelola keuangan usaha, sehingga seluruh transaksi masih dilakukan secara spontan tanpa ada pencatatan selama berlangsungnya usaha (Vobis, 2022). Pencatatan keuangan merupakan kegiatan mencatat, mendokumentasikan, dan menyimpan setiap transaksi yang terjadi dalam suatu usaha secara teratur (Paramitalaksmi, R., Astuti, 2021). Pengelolaan keuangan melalui pencatatan keuangan menjadi suatu keharusan bagi pengusaha, meskipun mereka beroperasi dalam skala kecil, agar dapat memahami seberapa baik usaha mereka berjalan (Aning Fitriana et al., 2022). Keberhasilan pengusaha dipengaruhi oleh informasi keuangan yang mereka miliki. Data akuntansi dimanfaatkan dalam proses pengambilan keputusan terkait ekonomi dalam manajemen suatu bisnis (Sambodo et al., 2023). Minimnya pemahaman mengenai laporan keuangan dapat mengurangi kesempatan UMKM untuk memperoleh kredit dari lembaga penyedia kredit formal. Sehingga sangat penting bagi UMKM untuk melakukan pencatatan laporan keuangan pada usahanya karena individu yang memiliki pemahaman keuangan dari berbagai sumber cenderung memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh kredit (Paramitalaksmi et al., 2023). Selain itu, laporan keuangan berperan sebagai sarana untuk mengawasi dan mengontrol kinerja manajemen, menjamin bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan rencana dan sasarannya (Rani Titi Rohmani & Ratri Paramitalaksmi, 2024).

Selain dari permasalahan pencatatan keuangan, UMKM Cilor Maklor juga menghadapi tantangan pada digital marketing. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin mendorong upaya pembaharuan dalam pemanfaatan hasil-hasil teknologi (Gede Pivin Suwirmayanti et al., 2022). Seiring berkembangnya teknologi yang sangat pesat pada zaman sekarang mendorong terjadinya proses digitalisasi, termasuk pemasaran. Manfaat dari digital marketing adalah kemampuannya untuk mengurangi pengeluaran untuk promosi. Strategi promosi yang memanfaatkan media internet memang jauh lebih hemat biaya bila dibandingkan

dengan metode konvensional seperti menyebarkan brosur, memasang baliho, atau menyiarkan iklan di radio dan televisi (Fahdia et al., 2022). Pada saat ini, penerapan strategi digital marketing menjadi elemen penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan jangkauan pasar. Digitalisasi marketing telah menjadi salah satu strategi utama untuk memperbesar akses ke pasar dan meningkatkan daya (Wijaya & Mariyanti, 2023). Melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan payment QRIS, pelaku usaha dapat mempromosikan produknya dengan luas.

Namun demikian, kemajuan teknologi belum sepenuhnya diikuti oleh pelaku UMKM karena keterbatasan dalam mengimplementasikan strategi digital marketing akibat kurangnya pemahaman dan pengetahuan dalam mengelola konten pemasaran dalam media sosial. Jika strategi pemasaran tidak dilakukan dengan baik, hal ini akan berdampak pada minimnya pendapatan yang dapat diperoleh oleh UMKM. Oleh karena itu, pemasaran sering kali dianggap sebagai "ujung tombak" dari suatu bisnis (Novanty et al., 2024).

Pelaku usaha Cilor Maklor di Desa Argomulyo menghadapi dua permasalahan utama, yaitu tidak adanya pencatatan keuangan dan kurangnya penggunaan digital marketing. Pemilik UMKM tersebut belum mengetahui dan memahami dengan baik dalam menerapkan pencatatan keuangan sederhana dikarenakan kurangnya pengetahuan dan minimnya pemahaman. Disisi lain, pelaku UMKM tersebut juga belum memanfaatkan media sosial dan pembayaran berbasis QRIS untuk meningkatkan pemasaran yang luas serta mempermudah transaksi pelanggan yang menyebabkan proses promosi dan penjualan menjadi kurang optimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini melakukan pelatihan yang berfokus pada penyusunan pencatatan sederhana serta digitalisasi marketing.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membekali pelaku UMKM Cilor Maklor dengan pengetahuan dan pemahaman dalam penyusunan pencatatan keuangan sederhana dan digital marketing. Berikut metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.

### a. *Survey* UMKM

Tahapan yang pertama dilakukan survei dan wawancara dengan mendatangi langsung tempat UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo, Sedayu, Bantul. Kegiatan ini

bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kendala yang terjadi pada UMKM Cilor Maklor sehingga dapat mengetahui kendala yang muncul dalam menjalankan usaha, seperti pengelolaan keuangan dan pemasaran.

b. Pelatihan dan Pendampingan

Setelah mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Cilor Maklor diketahui, tahap berikutnya adalah melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan sederhana guna keberlanjutan usaha. Kemudian, dilakukan pelatihan pemanfaatan media digital di mana pelaku usaha didampingi untuk membuat akun dan mengelola *Instagram* sebagai media marketing dan sarana promosi. Selain itu, untuk mempermudah transaksi bagi konsumen, kegiatan pendampingan juga mencakup pembuatan QRIS. Penggunaan QRIS membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan sistem pembayaran non-tunai yang semakin dibutuhkan dalam kegiatan usaha modern.

c. Evaluasi

Pada tahap yang terakhir yaitu dilakukan evaluasi mengenai sejauh mana perkembangan yang terjadi setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan diberikan.

### 3. HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 30 September 2025 sampai 31 Oktober 2025 pada UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo, Sedayu, Bantul. Pada tahap awal, pengabdian melakukan *survey* dengan mendatangi langsung tempat UMKM Cilor Maklor. Bersamaan dengan *survey*, pengabdian juga melakukan wawancara untuk menggali informasi mengenai kondisi usaha serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Pada kesempatan yang sama, pengabdian meminta izin dengan pemilik UMKM untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Hasil dari *survey* dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Cilor Maklor masih belum melakukan pencatatan keuangan baik secara manual maupun digitalisasi sehingga pelaku usaha tidak dapat mengetahui dengan jelas berapa jumlah laba yang diperoleh setiap harinya dan menjalankan usahanya hanya sebatas “asal jalan”. Selain itu, UMKM Cilor Maklor juga belum memiliki fasilitas pembayaran yang menggunakan QRIS. Tidak adanya layanan pembayaran QRIS ini mengakibatkan potensi penjualan menjadi kurang optimal mengingat banyak konsumen saat ini lebih memilih pembayaran non-tunai. Permasalahan lainnya yaitu pemasaran, promosi usaha masih sangat terbatas dan belum memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*. Kurangnya pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan membuat

usaha belum berkembang secara optimal.

Langkah berikutnya yaitu melakukan pelatihan dan pendampingan pada UMKM Cilor Maklor. Pengabdian memberikan edukasi mengenai pentingnya melakukan pencatatan keuangan. Pada tahap ini, dilakukan praktik langsung pencatatan kas masuk dan kas keluar untuk membantu pelaku UMKM dapat dengan mudah mengetahui besaran laba atau keuntungan yang diperoleh setiap harinya. Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa pelaku UMKM telah mulai memahami proses pencatatan keuangan, dan diharapkan kemampuan tersebut dapat terus diterapkan sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih teratur dan terarah guna mendukung keberlanjutan usaha.



**Gambar 2.** Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana.

Pada kegiatan selanjutnya, dilakukan pendampingan kepada pelaku usaha untuk membuat sistem pembayaran menggunakan QRIS. Proses dimulai dari pembuatan akun, verifikasi data, QRIS siap digunakan, hingga pencetakan QRIS yang kemudian dipasang pada lokasi UMKM. Dengan adanya sistem pembayaran QRIS tidak hanya mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran tetapi juga membantu UMKM Cilor Maklor beradaptasi dan mengikuti perkembangan digital marketing sehingga usahanya dapat bersaing di era modern.



**Gambar 3.** Pembuatan QRIS.

Selain pembuatan QRIS, pelaku usaha juga dibimbing untuk membuat akun *Instagram* sebagai media promosi. Kegiatan ini dilakukan pendampingan pembuatan akun, mengoperasikan aplikasi, mengenalkan cara mengunggah dan mengedit postingan agar lebih menarik bagi pelanggan. Pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan *Instagram* sebagai media promosi untuk memperkenalkan produknya, dan menjangkau lebih banyak pelanggan.



Gambar 4. Pembuatan akun *Instagram*.

#### 4. DISKUSI

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha adalah keterbatasan pemahaman terhadap pencatatan keuangan sederhana serta rendahnya pemanfaatan digital marketing sebagai sarana promosi. Hasil temuan ini sejalan dengan pengabdian lain yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM masih belum menerapkan pencatatan keuangan secara teratur sehingga pelaku usaha kesulitan dalam memonitor arus kas, menentukan harga pokok produksi, dan mengevaluasi kinerja usaha

Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami konsep dasar pencatatan kas masuk dan kas keluar, serta pentingnya laporan keuangan sederhana dalam pengambilan keputusan usaha. Temuan ini menguatkan temuan (Ratri Paramitalaksmi & Wuku Astuti, 2022). bahwa pemahaman akuntansi dasar mampu meningkatkan keteraturan administrasi dan membantu UMKM dalam menentukan arah pengembangan usaha. Dengan praktik langsung, pelaku UMKM lebih mudah memahami bahwa pencatatan keuangan memiliki manfaat langsung pada kemampuan mereka membaca laba harian serta mengontrol pengeluaran.

Selain aspek akuntansi, pendampingan digitalisasi pemasaran juga memberikan dampak positif. Pembuatan akun Instagram dan penerapan QRIS menunjukkan bahwa pelaku

UMKM dapat mulai mengadopsi teknologi digital meskipun pada tahap awal masih membutuhkan bimbingan intensif. Hal ini konsisten dengan (Purba et al., 2024), yang menyatakan bahwa *digital marketing* mampu memperluas jangkauan pemasaran secara signifikan, namun adopsinya sering terkendala oleh minimnya literasi digital pelaku UMKM.

Penerapan QRIS terbukti menjadi salah satu inovasi yang mendorong UMKM Cilor Maklor untuk memasuki ekosistem pembayaran digital. Temuan ini sejalan dengan (Tukan & Paramitralaksmi, 2023) bahwa penggunaan teknologi pembayaran non-tunai mampu meningkatkan kenyamanan transaksi dan memberikan nilai tambah bagi konsumen yang semakin terbiasa dengan pembayaran elektronik. Dampak tersebut terlihat dari meningkatnya potensi transaksi karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan pembayaran.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa intervensi berupa edukasi, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, terutama pada aspek pencatatan keuangan dan digital marketing. Namun, pelaku usaha masih memerlukan monitoring lanjutan untuk memastikan implementasi berjalan konsisten, khususnya dalam pembuatan konten promosi dan pembiasaan pencatatan keuangan harian.

Dengan demikian, hasil pengabdian ini mengonfirmasi bahwa peningkatan kapasitas UMKM memerlukan pendekatan holistik yang tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga pendampingan yang berfokus pada praktik nyata dan penerapan teknologi sesuai kebutuhan usaha.

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian melalui pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan sederhana dan pemanfaatan digitalisasi marketing pada pelaku UMKM Cilor Maklor di Desa Argomulyo, Sedayu, Bantul memberikan dampak positif bagi kelangsungan usaha. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM mulai dapat mencatat pendapatan dan pengeluaran dengan rutin dan teratur sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui laba yang didapat dan bisa melihat kondisi usaha dengan lebih baik. Selain itu, pengenalan digitalisasi marketing juga membantu pelaku UMKM memahami bagaimana cara mempromosikan produk melalui media sosial dan memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas. Meskipun pelaku UMKM masih perlu mempelajari lebih dalam cara menggunakan media sosial, karena sebelumnya pelaku UMKM belum terbiasa dan membutuhkan waktu untuk memahami cara membuat konten, mengunggah postingan, serta berinteraksi dengan pelanggan. Namun, dengan dilakukannya pendampingan, pelaku UMKM Cilor Maklor mulai menunjukkan niat untuk belajar dan secara bertahap

memahami manfaat promosi digital untuk kemajuan usahanya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini tidak dapat dilaksanakan dengan baik tanpa dukungan dan kerja sama dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM Cilor Maklor yang telah bersedia untuk menjadi objek pengabdian serta menyediakan waktu, informasi, dan kerja sama selama proses pengabdian. Saya berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan usaha Cilor Maklor, khususnya dalam pengetahuan pencatatan keuangan sederhana dan digital marketing.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16, 33.
- Aning Fitriana, Hasibuan, R. R., Tyas, K. Z., & Supriatin, D. (2022). Pendampingan pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM bidang pariwisata di Desa Petahunan, Kabupaten Banyumas. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 17–22. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.787>
- Astiningsih, D. R. D., Damayanty, P., Davita, E., Sobari, F., & Setiawan, I. (2023). Pengenalan akuntansi dasar untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). [https://doi.org/10.69552/abdi\\_kami.v6i1.1828](https://doi.org/10.69552/abdi_kami.v6i1.1828)
- Budiantara, M., Harsoyo, T. D., Astuti, T. D., Utomo, R. B., & Paramitalaksmi, R. (2024). Meningkatkan kinerja laporan keuangan untuk keberlanjutan pada UMKM bidang kraf tekstil di Selangor, Malaysia. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, 5(4), 108–115. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v5i4.847>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i1.147>
- Novanty, A. H., Azzahra, S., & Karunia. (2024). Strategi pemasaran berkelanjutan dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha mikro kecil dan menengah di sekitar Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Implementasi*, 4(1), 30–32.
- Paramitalaksmi, R., & Astuti, W. (2021). Implementasi penyusunan laporan keuangan UMKM. *Jurnal Ekonomi, Koperasi dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.36418/covalue.v12i1.1218>
- Paramitalaksmi, R., & Astuti, W. (2022). Pendampingan melalui tertib administrasi keuangan untuk peningkatan pendapatan UMKM pengolahan snack di wilayah Duwet, Jawa Tengah. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2817–2822. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i10.1635>
- Paramitalaksmi, R., Wafa, Z., & Saputri, K. (2023). Persyaratan kredit mempengaruhi akses kredit formal UMKM. *NCF Journal*, 5, 150–155.

<https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art17>

- Purba, J., Wulandari, D. S., Rustianah, & Zega, Y. (2024). Implementasi akuntansi dalam rangka meningkatkan kualitas laporan keuangan UMKM. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(1), 143–149. <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i1.1558>
- Respatiningsih, H., Siyami, N., Dewantara, R., & Chirzah, D. (2024). *Manajemen keuangan usaha jamur tiram (Implementasi strategi literasi dan inklusi keuangan UMKM)*. Yayasan DPI.
- Rohmani, R. T., & Paramitalaksmi, R. (2024). Pelatihan pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital melalui aplikasi TokoKu pada UMKM di Desa Kebapangan. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 178–186. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v3i4.1624>
- Sambodo, B., Pratama, N., Jaya, S., Maisyarah, S., Amelia, S., & Universitas Pembangunan Tanjungpinang. (2023). Pentingnya laporan keuangan pada UMKM. *Community Development Journal*, 4(2), 4153–4157.
- Suwirmayanti, N. L. G. P., Adnyana, I. K. W., Sidhiantara, I. G. B. P., Hadi, R., Wulandari, R., & Saryanti, I. G. A. D. (2022). Media promosi digital Taman Edelwis Karangasem pada masa pandemi Covid-19. *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika*, 4(1), 23–31. <https://doi.org/10.53580/naratif.v4i1.148>
- Tukan, L. K., & Paramitalaksmi, R. (2023). Pengembangan strategi pemasaran pada UMKM kuliner di Kabupaten Sleman. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 1(4), 105–111. <https://doi.org/10.54066/jkb.v1i4.1024>
- Vobis. (2022). Digitalisasi UMKM 2023 dalam hadapi persaingan usaha. <https://www.vobis.io/digitalisasi-umkm-2023-dalam-hadapi-persaingan-usaha/>
- Wijaya, R. S., & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi akuntansi bagi UMKM. 2(1), 40–44.