

Pendampingan Pengelolaan Keuangan Serta Peningkatan Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) JAMU JENG SUNI

Eka Resty Novieta Sari¹, Nayang Aurida Aji Saputra², Yufita Velika³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Eka Resty Novieta Sari

E-mail: ekaresty@unipma.ac.id

Abstrak

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (2008) dengan adanya UMKM yang merupakan salah satu penggerak yang berkontribusi dalam perekonomian diharapkan dapat membantu menciptakan peningkatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat di UMKM Jamu Jeng Suni mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Madiun Kelas 7F Kelompok B, bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan serta peningkatan pemasaran agar UMKM Jamu Jeng Suni dapat bersaing secara global seperti UMKM lainnya. Kegiatan ini dilakukan dengan berbagai program pendampingan diantaranya yaitu penyusunan laporan keuangan, pembuatan katalog produk, pembuatan banner, pembuatan instagram, dan pembuatan pamflet recruitment. Hasil dari kegiatan ini adalah pengurus UMKM dilatih untuk menyusun laporan keuangan berdasarkan sistem laporan laba rugi dan melakukan promosi dengan menggunakan media sosial. Sehingga kedepannya pengurus UMKM dapat meningkatkan usahanya dengan menggunakan sistem tersebut agar UMKM yang dikelola memiliki keberlanjutan usaha. Saran dari kami kepada pelaku UMKM Jamu Jeng Suni adalah pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan pada proses produksinya agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada masyarakat serta pentingnya untuk tetap konsisten menyusun laporan keuangan.

Kata kunci – UMKM, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran

Abstract

According to the Ministry of Cooperatives and Micro, Small and Medium Enterprises (2008), the existence of MSME, which are one of the driving forces that contribute to the economy, is expected to help create economic improvement. Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in the Indonesian economy have a large role and potential in developing the national and sectoral economy. By holding community service at the Jamu Jeng Suni MSME, students of the PGRI Madiun University management study program Class 7F Group B, the aim is to increase the effectiveness of financial management and improve marketing so that the Jamu Jeng Suni MSME can compete globally like other MSME. This activity is carried out with various mentoring programs including preparing financial reports, making product catalogs, making banners, making Instagram, and making recruitment pamphlets. The result of this activity is that MSME managers are trained to prepare financial reports based on the profit and loss reporting system and carry out promotions using social media. So that in the future MSME administrators can improve their business by using this system so that the managed MSME have business sustainability. Our advice to MSME players in Jamu Jeng Suni is that it is important for MSME players to maximize their production process in order to provide quality services to the community and the importance of remaining consistent in preparing financial reports.

Keywords - MSME, Financial Management, Marketing Management

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (Farisi, dkk, 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia yang memiliki tujuan untuk meningkatkan ekonomi mandiri. Berdasarkan (UU No. 20 Tahun 2008) Usaha Mikro Kecil dan Menengah didirikan dengan tujuan, antara lain: Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan, Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan Meningkatkan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan (Suryati, 2021).

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah (Halim, 2020). Secara umum, UMKM dalam perekonomian memiliki peran sebagai: (1) pemeran utama dalam kegiatan perekonomian, (2) penyedia lapangan kerja, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran. (Departemen Koperasi, 2008).

Sebagai ujung tombak perekonomian negara, sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas usahanya (Bismala, 2016). Pengelolaan yang baik terhadap aspek fungsional perusahaan akan berdampak pada efektivitas usaha. Selain itu mengelola keuangan mulai dari pencatatan sederhana kegiatan usaha tidak dilakukan secara baik. Pencatatan sederhana dapat dilakukan setiap hari mulai dari transaksi pembelian dan penjualan hingga dapat memiliki laporan keuangan sederhana termasuk penentuan laba ataupun rugi (Erstawan dkk, 2021).

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbale balik produk dan nilai dengan orang lain (Kotler & Armstrong, 2016).

Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran (Musyawarah & Idayanti, 2022). Untari & Fajariana (2018) menjelaskan bahwa strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, dan terpadu untuk pemasaran barang dan jasa. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran kebijakan, serta seperangkat aturan yang memandu pemasaran barang dan jasa. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang terkelola di bidang pemasaran untuk mencapai hasil yang optimal. Strategi pemasaran merupakan upaya membangun kepercayaan (image) kepada pelanggan diperlukan analisis terhadap perilaku pasar serta konsumen, sehingga aktivitas pemasaran dapat dicapai. Aktivitas strategi pemasaran dapat dikombinasikan dengan aktivitas kegiatan dengan mendesign ulang kemasan, menentukan harga berdasarkan harga pokok produksi dan promosi yang berkelanjutan.

UMKM Jamu Jeng Suni merupakan produk kesehatan tradisional Indonesia yang memiliki sejarah dan dikenal masyarakat luas. UMKM Jamu Jeng Suni yang beralamat di Jalan Tanjung Manis Gang IV No. 43, Manisrejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun. Jamu Jeng Suni memiliki berbagai pilihan varian jamu tradisional. Antara lain: beras kencur, kunir asem, lemje, aserehe, temujakurona dan masih

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

banyak varian lain. Selain segar, Jamu Jeng Suni juga berkhasiat menjaga kebugaran tubuh. Jamu Jeng Suni merupakan ramuan minuman tradisional yang sudah dikenal dari jaman dahulu, yang diracik nenek moyang kita yang menggunakan hasil alam yang melimpah ruah di tanah air Indonesia. Rempah-rempahnya yang beraneka ragam mampu menghasilkan minuman yang menyehatkan, segar, dan nikmat. Manfaat konsumsi jamu ialah membantu mempertahankan imunitas, pereda nyeri, obat asam urat, penambah nafsu makan dan banyak lagi khasiat bisa didapatkan. Sehingga diharapkan para konsumen dapat menikmati langsung manfaat dari produk Jamu Jeng Suni.

Permasalahan umum yang biasanya dialami oleh pelaku UMKM adalah mengenai pengaturan tata kelola keuangan, baik dari segi pencatatan transaksi sampai pada pelaporan keuangan perusahaan. Terkait dengan permasalahan pengelolaan keuangan yaitu perusahaan tersebut belum pernah melakukan pencatatan transaksi dan belum memiliki sistem pembukuan yang baik. Pemilik UMKM juga mengungkapkan bahwa mereka kesulitan untuk mencatat laporan transaksi karena tidak adanya pengetahuan mengenai pencatatan laporan keuangan dengan baik dan benar.

UMKM Jamu Jeng Suni belum memiliki pengelolaan keuangan yang baik. Perusahaan ini dari memulai usaha sampai saat ini belum melakukan pencatatan keuangan, semua transaksi penjualan tidak dibuatkan nota penjualan hanya beberapa pelanggan saja yang meminta di buat nota, pemilik membuatnya, sehingga bukti transaksi tidak tersipikan dengan baik. Penelitian ini dilakukan karena UMKM Jamu Jeng Suni belum melakukan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan. Padahal dalam kegiatan usaha, laporan keuangan sangatlah penting untuk keberlangsungan usaha. Alasan utama UMKM Jamu Jeng Suni tidak melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan adalah karena mereka beranggapan bahwa mencatat transaksi dan laporan keuangan merupakan hal yang sangat sulit dan juga tidak adanya tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya.

Meningkatnya UMKM di Wilayah Kota Madiun para pedagang masih kesulitan menjangkau konsumen lebih luas. Hambatan yang ditemukan dilapangan yaitu kurangnya manajemen pemasaran terutama dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang produk, produksi, dan mengenai UMKM. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran UMKM harus memanfaatkan pemasaran berbasis online, baik itu membuat akun Toko Online, dan pemasaran produk UMKM dengan memanfaatkan media sosial.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Jamu Jeng Suni adalah mengenai manajemen pemasaran yang kurang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang telah berkembang pesat saat ini. Misalnya kurang memanfaatkan promosi produk UMKM tersebut melalui media sosial seperti Instagram. Karena promosi menggunakan media sosial selain berguna untuk memperluas jangkauan konsumen, promosi menggunakan media sosial saat ini sangatlah mudah dan hemat biaya. Hanya dengan bermodalkan kreativitas dan mengikuti trend kita dapat membuat konten-konten yang menarik sebagai bahan promosi agar meningkatkan pengetahuan tentang produk, proses produksi serta mengenai UMKM tersebut. Alasan UMKM Jamu Jeng Suni belum memaksimalkan manajemen pemasaran saat ini adalah karena kurangnya tenaga untuk membuat konten dan mempublikasikannya melalui media sosial.

Sejalan dengan latar belakang yang ditetapkan dalam analisis ini maka tujuannya adalah untuk memberikan pendampingan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran UMKM Jamu Jeng Suni. Berdasarkan latar belakang analisis maka manfaat yang diharapkan adalah pengurus UMKM dapat menyusun pelaporan keuangan pada akhir bulan atas penggunaan setiap proses produksi dan dapat konsisten melakukan promosi melalui media sosial.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara langsung di UMKM Jamu Jeng Suni yang beralamat di Jalan Tanjung Manis Gang IV No. 43, Manisrejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun. Pelaksanaan pendampingan pada UMKM dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober sampai 13

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

November 2023. Dengan total jam pelaksanaan per sesi sebanyak 3 jam. Berikut tahap-tahap penyelenggaraan :

1. Persiapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan koordinasi dan permintaan izin antara perwakilan mahasiswa program studi manajemen kelas 7F kelompok B dengan pengurus UMKM Jamu Jeng Suni. Kegiatan ini merupakan wujud implementasi dalam berbagai program pendampingan diantaranya penyusunan laporan keuangan, pembuatan katalog, pembuatan banner, dan promosi produk menggunakan media sosial. Kegiatan ini terlaksana berkat dukungan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

2. Sasaran dan Target Kegiatan

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mahasiswa program studi manajemen kelas 7F kelompok B. Sedangkan target kegiatan ini yaitu UMKM Jamu Jeng Suni. Kegiatan ini dilaksanakan bertujuan agar pengurus UMKM Jamu Jeng Suni dapat menyusun laporan keuangan sesuai dengan kebutuhan produksi dan melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Implementasi kegiatan ini dilaksanakan dalam berbagai program pendampingan dengan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Metode penyampaian yaitu dengan pendampingan penyusunan laporan keuangan, pembuatan katalog, pembuatan banner, dan promosi UMKM tersebut dengan memanfaatkan media sosial yang dilakukan UMKM Jamu Jeng Suni Jalan Tanjung Manis Gang IV No. 43, Manisrejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini berfokus pada pengelolaan keuangan dan peningkatan pemasaran UMKM Jamu Jeng Suni. Dari hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa sistem manajemen keuangan yang digunakan UMKM Jamu Jeng Suni belum memiliki pembukuan yang baik serta kurang memaksimalkan pemasaran dalam memanfaatkan penggunaan media sosial. Dalam pengabdian masyarakat ini pengurus UMKM dilatih untuk menyusun laporan keuangan berdasarkan sistem laporan laba rugi dan melakukan promosi dengan menggunakan media sosial. Sehingga kedepannya pengurus UMKM dapat meningkatkan usahanya dengan menggunakan sistem tersebut agar UMKM yang dikelola memiliki keberlanjutan usaha.

1. Penyusunan Laporan Keuangan

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat pendampingan penyusunan laporan keuangan yang bertujuan untuk mengontrol biaya operasional bisnis, serta mengetahui laba rugi usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang aspek keuangan bisnis kepada UMKM atau entitas bisnis yang terlibat, serta membantu mereka mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien.

Sebelumnya UMKM Jamu Jeng Suni belum konsisten melakukan pencatatan laporan keuangan secara rutin dikarenakan kurangnya tenaga ahli dalam bidangnya dan beranggapan bahwa melakukan pencatatan laporan keuangan sangatlah sulit. Maka dari itu kita melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan dengan metode yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengurus UMKM. Harapan setelah pendampingan ini disampaikan kepada pengurus UMKM Jamu Jeng Suni dapat melakukan pencatatan laporan keuangan secara rutin setiap bulan dan tahun, agar dapat mengontrol biaya produksi, operasional bisnis, dan mengetahui berapa laba rugi yang didapatkan selama bisnis tersebut berjalan.



Gambar 1.
Dokumentasi Pembukuan Laporan Keuangan

2. Pembuatan Katalog Produk

Katalog produk merupakan visualisasi produk yang dibuat oleh perusahaan, yang berfungsi sebagai media pengenalan dan publikasi produk kepada konsumen. Dalam pendampingan kegiatan ini kita melakukan pembuatan katalog dengan metode memotret produk-produk yang ada di UMKM Jamu Jeng Suni agar terlihat menarik. Penting untuk melibatkan UMKM Jamu Jeng Suni dalam proses ini untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan sesuai dengan visi dan kualitas merek mereka. Kolaborasi dengan mereka juga bisa membantu dalam memahami nilai tambah dari masing-masing produk yang dapat ditekankan dalam katalog.



Gambar 2.
Pendampingan foto produk

Pendampingan UMKM Jamu Jeng Suni dalam pembuatan katalog produk menunjukkan kolaborasi yang erat antara perusahaan pembuat katalog dan produsen produk tersebut. Hal ini tidak hanya tentang memotret produk, tetapi juga memahami esensi dari setiap produk yang mereka hasilkan. Melibatkan UMKM dalam proses kreatif seperti ini juga dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan keterlibatan mereka dalam pemasaran produk mereka. Ini juga memperkuat hubungan antara pihak yang terlibat, membangun kolaborasi yang lebih kuat di masa depan.

3. Pembuatan Banner

Pembuatan banner untuk promosi produk Jamu Jeng Suni bisa menjadi langkah yang kreatif dan efektif dalam menarik perhatian konsumen. Pembuatan banner untuk promosi Jamu Jeng Suni dapat memberikan kesan yang kuat kepada konsumen potensial dan meningkatkan daya tarik produk mereka. Melibatkan tim desain grafis yang memahami nilai merek Jamu Jeng Suni dan

kualitas produknya bisa menjadi nilai tambah dalam pembuatan banner ini. Kolaborasi dengan mereka untuk mendapatkan hasil yang lebih menarik dan sesuai dengan visi merek.



Gambar 3.

Dokumentasi Pemasangan Banner

4. Pembuatan Instagram

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat juga permasalahan pada UMKM yaitu cara pemanfaatan teknologi untuk promosi dan penjualan hasil produksi UMKM Jamu Jeng Juni. Media Instagram merupakan salah satu proses yang digunakan pada promosi ini, kami memberikan pembekalan serta informasi bagaimana cara penggunaannya, kemudian pelatihan dalam branding produk yang akan dipromosikan kedalam Instagram. Pengabdian ini menghasilkan sebuah akun Instagram untuk media pemasaran online yang dapat digunakan untuk memberi informasi terkait saluran penjualan produk.



Gambar 4.

Pembuatan Instagram

Penggunaan Instagram sebagai saluran pemasaran online merupakan langkah yang sangat relevan mengingat potensi pasar yang luas di platform ini. Melalui pengabdian ini, UMKM Jamu Jeng Juni telah mendapatkan akses dan pemahaman yang lebih baik terkait teknologi dan strategi pemasaran digital. Penggunaan Instagram tidak hanya memberikan platform untuk

mempromosikan produk, tetapi juga menjadi sarana untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial. Strategi branding yang diajarkan juga membantu UMKM untuk membangun citra merek yang kuat, sehingga dapat dikenali dan diingat oleh konsumen.

Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi UMKM Jamu Jeng Juni untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperluas saluran penjualan melalui media sosial. Selain itu, mereka juga dapat mengukur efektivitas dari promosi yang dilakukan dengan melihat respons dan interaksi dari pengguna Instagram terhadap konten yang mereka bagikan. Kegiatan pengabdian ini membantu UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan zaman dan tren pemasaran, meningkatkan daya saing produk-produk tradisional seperti jamu di pasar modern yang semakin terhubung secara digital.

5. Pembuatan Pamflet Recruitment

Pamflet Recruitment merupakan Pemanfaatan informasi telah terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM) serta memberikan nilai tambah yang signifikan. Pamflet recruitment menjadi alat pemasaran yang penting untuk menambah daya minat bergabung pada UMKM ini serta memperkenalkan produk atau layanan, menghasilkan prospek dan penjualan, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Namun, pada UMKM Jamu Jeng Suni ini menghadapi kesulitan dalam menciptakan media efektif dan desain yang menarik untuk brosur dan pamflet mereka. Maka pada pengabdian kami membuat sarana pamflet recruitment agar pelaku UMKM Jamu Jeng Suni dapat menemukan kriteria karyawan yang dicari.



Gambar 5.
Pembuatan Pamflet Recruitment

Pembuatan pamflet recruitment merupakan solusi yang relevan bagi UMKM Jamu Jeng Suni yang mengalami kesulitan dalam menciptakan media efektif dan desain menarik untuk keperluan rekrutmen karyawan. Penggunaan pamflet ini tidak hanya untuk mencari karyawan baru, tetapi juga sebagai alat untuk memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas. Hal ini membantu dalam membangun citra perusahaan yang positif di mata calon karyawan dan konsumen potensial. Selain itu, melalui pembuatan pamflet ini, UMKM Jamu Jeng Suni dapat mengkomunikasikan nilai-nilai mereka kepada calon karyawan, menarik individu yang memiliki visi dan tujuan yang sejalan dengan perusahaan. Hal ini membantu dalam menyaring calon karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

KESIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Jamu Jeng Suni dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM Jamu Jeng Suni memerlukan pengetahuan tentang manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. UMKM Jamu Jeng Suni saat ini belum melakukan pembukuan laporan keuangan dengan baik serta kurang memanfaatkan media sosial untuk melakukan pemasaran produknya. Sehingga dengan adanya kegiatan ini kami berharap UMKM Jamu Jeng Suni dapat memanfaatkan pengetahuan yang telah kami berikan selama pendampingan agar manajemen keuangan dan manajemen pemasaran pada UMKM ini dapat berjalan dengan baik dan maksimal. Setelah pengabdian ini dilakukan maka saran dari kami kepada pelaku UMKM Jamu Jeng Suni adalah pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan pada proses produksinya agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada masyarakat serta pentingnya bagi pelaku UMKM untuk tetap konsisten menyusun laporan keuangan setiap bulannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Ibu Sri Mariyani, selaku pemilik UMKM Jamu Jeng Suni yang sudah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan pendampingan UMKM.
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun khususnya Prodi Manajemen yang sudah memberikan motivasi kepada kami untuk melakukan pendampingan dan menghasilkan luaran pada jurnal pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Enterpreneurship*, 5(1), 19–25.
- Departemen Koperasi. 2008. *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*
- Erstiawan, dkk. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1).105-110.
- Farisi, Fasa, & Suharto. 2022. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84
- Halim Abdul. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi.
- Musyawah & Idayanti. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13
- Suryati. 2021. Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry Di Kecamatan Makasar Tahun 2019. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsuraya*, 1(1), 18-30
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278