

TRANSFORMASI USAHA KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DI DESA KAYUBIHI MENUJU UMKM TANGGUH

Made Arie Wahyuni¹, Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi², Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi³, Luh Gede Kusuma Dewi⁴, Kadek Mitnanda Pradnya Nugraha⁵

Program Studi S1 Akuntansi FE UNDIKSHA

*Email: ariewahyuni@undiksha.ac.id

ABSTRACT

This Community Service Program (P2M) was carried out to enhance the capacity of Sokasi artisans in Kayubih Village, Bangli Regency, through training in simple financial recording and digital marketing strategies. Traditionally, Sokasi sales have been limited to local buyers, and financial recording has not been implemented, making it difficult to monitor business income. During the program, participants were introduced to both manual bookkeeping and a digital financial application, as well as promotional strategies using social media platforms. The active participation of artisans and the younger generation reflected their strong interest in adopting new skills. The results indicated improved understanding of the importance of financial recording and the use of digital marketing. This program is expected to strengthen the competitiveness of Sokasi SMEs, expand market opportunities, and support business sustainability while preserving Bali's traditional handicrafts.

Keywords: transformation, resilient MSMEs, digital competitiveness

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (P2M) ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas pengrajin *Sokasi* di Desa Kayubih, Kabupaten Bangli, melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan strategi pemasaran digital. Selama ini penjualan *Sokasi* masih terbatas pada konsumen lokal dan pencatatan keuangan tidak dilakukan sehingga pendapatan usaha sulit dipantau. Melalui pendampingan, peserta diperkenalkan pada pencatatan manual dan aplikasi keuangan digital, serta strategi promosi berbasis media sosial. Antusiasme peserta, baik pengrajin maupun generasi muda, menunjukkan tingginya minat untuk mengadopsi keterampilan baru. Hasil kegiatan memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan dan pemanfaatan pemasaran digital. Program ini diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM *Sokasi*, membuka peluang pasar lebih luas, serta mendukung keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan kerajinan tradisional Bali.

Kata kunci: transformasi, UMKM tangguh, daya saing digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan lapangan usaha baru sekaligus menjadi penopang perekonomian masyarakat di berbagai daerah. Salah satu sektor UMKM yang tumbuh di Bali adalah kerajinan *Sokasi*, yakni wadah berbahan bambu yang dianyam berbentuk persegi empat dengan dua bagian yaitu bagian atas dan bawah.

Sejak dahulu, *Sokasi* berfungsi sebagai wadah sesajen atau banten dalam upacara keagamaan umat Hindu di Bali. Bentuknya yang praktis, ringan dan mudah dibawa dalam perjalanan jauh menjadikan *Sokasi* sebagai

sarana penting dalam menjadikan *Sokasi* sebagai sarana penting dalam setiap aktivitas keagamaan.

Pada perkembangannya, *Sokasi* tidak hanya hadir dalam fungsi tradisional, tetapi juga mengalami diversifikasi dari segi ukuran, motif, dan kombinasi warna. Motif populer seperti rangrang, swastika, lilin, matahari maupun cerakenan menambah daya tarik estetika sekaligus memperkuat identitas budaya. Harga yang ditawarkan pun bervariasi sesuai dengan jenis dan motif. Saat ini, *Sokasi* tidak hanya dipandang sebagai wadah banten, melainkan juga kerajinan tangan khas Bali yang memiliki nilai jual tinggi.

Salah satu sentra pengrajin *Sokasi* di Bali berada di Desa kayubih tepatnya di Kabupaten Bangli. Desa ini memiliki potensi sebagai desa

Bali Kuno yang memiliki potensi hutan bambu yang luas, sehingga bahan baku untuk kerajinan relative mudah diperoleh. Sebagian besar masyarakat desa bekerja sebagai pengrajin kayu dan bambu dengan orientasi usaha baik untuk kebutuhan lokal maupun pasar yang lebih luas. *Sokasi* dari Desa Kayubihi dikenal memiliki kualitas dan ciri khas tersendiri yang menjadikannya sebagai produk potensial untuk dikembangkan. Namun di balik potensi tersebut, pengrajin masih menghadapi sejumlah kendala yang akan dapat menghambat optimalisasi usaha.

Permasalahan utama yang ditemukan adalah minimnya pemahaman pengrajin mengenai pencatatan keuangan. Dari hasil observasi menunjukkan sebagian besar pengrajin belum memiliki sistem manajemen keuangan yang terstruktur. Selama ini, pendapatan dari hasil penjualan *Sokasi* langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa dilakukan pencatatan mengenai jumlah penerimaan, pengeluaran ataupun jumlah pendapatan yang diperoleh. Kondisi ini menyulitkan pengrajin untuk mengetahui posisi keuangan usaha secara jelas, sehingga pengambilan keputusan ekonomi dilakukan secara instingtif dan tidak berbasis data. Padahal, pencatatan keuangan menjadi instrument penting dalam evaluasi usaha, penentuan strategi pengembangan dan dasar untuk mengakses peluang permodalan. Hal ini sejalan dengan pandangan Sugiri dan Riyono (2021) yang menyatakan bahwa pembukuan berfungsi sebagai penyedia informasi keuangan yang penting untuk mendukung pengambilan keputusan ekonomi.

Selain permasalahan pencatatan keuangan, strategi pemasaran juga menjadi titik lemah yang dihadapi pengrajin *Sokasi*. Selama ini, pemasaran masih sebatas pada penawaran langsung kepada konsumen yang kebetulan datang atau melalui rekomendasi informasi dari mulut ke mulut. Model pemasaran secara konvensional seperti ini, tentu membatasi jangkauan pasar dan mengurangi daya saing produk di tengah persaingan yang semakin ketat. Padahal di era digital saat ini, strategi pemasaran melalui media sosial, *e-commerce*, maupun platform digital lainnya dapat menjadi alternatif efektif untuk memperluas jangkauan konsumen hingga ke luar Bali.

Kotler dan Keller (2012) pemasaran merupakan proses sosial dimana individu maupun kelompok mendapatkan apa yang

mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk bernilai dengan pihak lain. Jika strategi ini dioptimalkan, *Sokasi* tidak hanya berpotensi untuk memenuhi pasar lokal tetapi juga dapat dipasarkan secara nasional bahkan internasional.

Kendala lain yang tak kalah penting adalah keterlibatan generasi muda dalam usaha *Sokasi*. Konfirmasi dari beberapa pengrajin menjelaskan saat ini sebagian besar pengrajin yang aktif merupakan generasi tua yang sudah lama berkecimpung dalam kerajinan bambu. Sedangkan minat dan kemauan generasi muda terhadap kerajinan usaha ini masih sangat rendah. Hal ini dikarenakan usaha ini dianggap kurang menjanjikan dibandingkan dengan pekerjaan di sektor lain. Konfirmasi dari beberapa pengrajin, saat ini kalangan muda lebih banyak memilih untuk meniti karir sebagai karyawan di luar daerah yang dianggap mampu meningkatkan reputasi. Rendahnya keterlibatan generasi muda ini dikhawatirkan dapat menghambat keberlanjutan usaha *Sokasi*. Untuk usaha ini tetap berlanjut, maka peran dari generasi muda akan sangat memberikan dampak dan potensi yang besar untuk membawa inovasi, terutama dalam pengembangan desain produk, strategi branding dan pemanfaatan teknologi informasi yang lebih baik dalam melakukan promosi maupun penjualan. Minimnya regenerasi ini akan menjadi tantangan tersendiri bagi keberlanjutan *Sokasi* sebagai warisan budaya sekaligus produk ekonomi kreatif yang bernilai.

Hal lain yang menjadi tantangan pengrajin juga dari sisi persaingan usaha yang semakin ketat dengan munculnya berbagai jenis produk substitusi berupa wadah banten berbahan fiber maupun rotan (ate). Bahan produk tersebut mampu menarik konsumen karena variasi desainnya yang lebih modern dan harga yang kompetitif. Hal ini menjadi ancaman serius bagi pengrajin *Sokasi* berbahan bambu yang masih mengandalkan metode produksi tradisional dan strategi pemasaran sederhana. Tanpa adanya inovasi dan peningkatan kapasitas, *Sokasi* dikhawatirkan akan semakin terpinggirkan di pasar.

Melihat kondisi tersebut, peran pendampingan dari pihak eksternal, selain dari instansi pemerintah sebagai pihak yang memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM tersebut, keterlibatan lembaga pendidikan tinggi pun tidak kalah penting.

Civitas Akademika Universitas Pendidikan Ganesha sebagai institusi yang memiliki komitmen terhadap pengabdian masyarakat, turut serta memberikan kontribusi nyata melalui program pemberdayaan. Pendampingan difokuskan pada aspek pencatatan keuangan sederhana, penguatan strategi pemasaran digital serta peningkatan keterlibatan generasi muda yang diharapkan menjadi solusi konkrit bagi pengrajin *Sokasi*. Dengan demikian, kerajinan *Sokasi* di Desa Kayubihi tidak hanya bertahan sebagai warisan budaya tetapi juga berkembang sebagai produk unggulan daerah yang berdaya saing tinggi, berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan pengrajin sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian nasional.

METODE

Dari uraian permasalahan yang disebutkan maka tahapan kegiatan pengabdian ini meliputi: (1) mengadakan pendekatan dengan beberapa pemilik usaha kerajinan anyaman bambu, (2) melakukan pengajuan izin kepada Bapak Kepala Desa Kayubihi Bapak Bapak I Wayan Suganda, S.H. yang sangat menyambut dengan baik kegiatan ini untuk membantu perkembangan kerajinan anyaman daun lontar di desanya. Dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini meliputi: pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan pendampingan membuat media digital marketing. Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah evaluasi dan refleksi mengenai keberhasilan kegiatan yang dilakukan dengan melihat perkembangan usaha dalam kegiatan operasional usaha, apakah pencatatan keuangan dilakukan dengan baik dan apakah terjadi peningkatan penjualan produk dari upaya strategi pemasaran yang telah dilakukan. Selain dari aspek evaluasi diatas, indikator keberhasilan kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat dilihat dari antusias peserta dalam mengikuti setiap tahapan yang meliputi kehadiran, dan hasil pelatihan bisa dilanjutkan pada usaha secara kelompok maupun mandiri. Sesuai dengan tahapan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dijelaskan sebelumnya, maka alur pemikiran kegiatan tersebut akan disajikan dalam bagan alur berikut ini:



Gambar 1: Bagan alur Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pengenalan metode pencatatan keuangan sederhana kepada pengrajin *Sokasi*. Pencatatan tersebut mencakup tiga komponen utama, yaitu penerimaan, pengeluaran, dan saldo akhir. Pengrajin diberikan contoh formulir kosong beserta penjelasan penggunaannya. Setiap transaksi penjualan harus dicatat pada bagian penerimaan untuk menambah saldo, sedangkan pembelian bahan baku, bahan penolong, maupun kebutuhan produksi lainnya dicatat sebagai pengeluaran yang mengurangi saldo akhir. Praktik pencatatan sederhana ini penting untuk mengetahui keuntungan dari setiap transaksi, serta membantu pengrajin mengatur arus kas usaha. Selain itu, diberikan pula pemahaman mengenai pemisahan uang pribadi dan uang usaha yang sebelumnya masih tercampur, agar keuntungan riil usaha dapat diketahui secara jelas.

Pada tahap kedua, pengrajin diperkenalkan dengan aplikasi pencatatan digital SI APIK (Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) yang diinisiasi oleh Bank Indonesia. Aplikasi berbasis Android ini dirancang untuk mendukung UMKM dalam melakukan pembukuan dengan cara sederhana, cepat, dan praktis. SI APIK tidak hanya membantu pencatatan transaksi, tetapi juga mampu menghasilkan laporan keuangan, seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas,

yang dapat digunakan sebagai dokumen resmi ketika mengajukan pembiayaan ke lembaga keuangan. Melalui pencatatan sederhana maupun digital dengan aplikasi SI APIK, pengrajin memperoleh kemampuan dalam mengelola arus kas, menyusun laporan keuangan, serta memisahkan uang pribadi dan usaha. Hal lain adalah mampu meningkatkan akuntabilitas, memperkuat akses terhadap lembaga keuangan, serta memberikan dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih rasional. Dengan demikian, SI APIK berperan sebagai solusi digital yang mampu meningkatkan akuntabilitas keuangan UMKM sekaligus memperluas akses mereka terhadap sumber pembiayaan formal. Pelatihan ini juga melibatkan anggota keluarga pengrajin, dengan tujuan menyiapkan generasi penerus usaha apabila pemilik tidak lagi mampu mengelolanya.

Dalam konteks ini, peran generasi muda menjadi sangat penting. Sebagai kelompok yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, generasi muda diharapkan mampu mengintegrasikan keterampilan tradisional dalam menganyam *Sokasi* dengan inovasi digital, baik dalam pemasaran maupun manajemen usaha. Generasi muda memiliki peran kunci dalam kesinambungan usaha karena lebih adaptif terhadap teknologi digital dan tren pasar. Transfer keterampilan tradisional dari orang tua ke anak tidak hanya menjaga keberlangsungan usaha keluarga, tetapi juga melestarikan warisan budaya lokal melalui inovasi.

Keikutsertaan mereka tidak hanya memastikan keberlangsungan usaha keluarga, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya lokal. Menurut literatur tentang *succession planning* pada UMKM, regenerasi usaha keluarga menjadi faktor kunci dalam menjamin keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan nilai-nilai budaya yang melekat pada produk tradisional (Handler, 1994; Sharma et al., 2003). Dengan demikian, pelibatan generasi muda dalam proses pengelolaan *Sokasi* merupakan strategi penting untuk menjaga kesinambungan usaha, sekaligus memperkuat identitas budaya yang diwariskan lintas generasi.

Selain aspek regenerasi, kegiatan ini juga memperkenalkan pengrajin pada strategi pemasaran digital. Dalam era transformasi digital, pemasaran berbasis media online menjadi instrumen penting bagi UMKM. *Digital marketing* memberi peluang ekspansi pasar lebih

luas, efisiensi biaya promosi, serta peningkatan daya saing produk berbasis budaya. Sistem pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh pengrajin *Sokasi* meliputi: (1) penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan proses produksi serta memperkuat *storytelling* budaya; (2) pemanfaatan marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) untuk menjangkau konsumen lebih luas; (3) pembuatan website sederhana atau katalog digital untuk memperkuat identitas merek; serta (4) integrasi dengan layanan pembayaran digital untuk memudahkan transaksi. Dengan strategi ini, pengrajin tidak hanya dapat memperluas akses pasar hingga ke luar daerah, tetapi juga meningkatkan nilai tambah produk melalui diferensiasi berbasis budaya dan kualitas.

Melalui pendampingan ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pembukuan, tetapi juga wawasan kewirausahaan. Pemahaman tentang pentingnya jiwa kewirausahaan ditanamkan untuk membangun keberanian, ketekunan, serta orientasi pada keberlanjutan usaha. Dalam jangka panjang, penguatan kapasitas kewirausahaan di tingkat keluarga diharapkan dapat berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan angka pengangguran, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Lebih lanjut, materi pelatihan juga mencakup teori akuntansi dasar yang menekankan pentingnya pencatatan keuangan meskipun dalam skala usaha kecil. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa praktik pencatatan yang selama ini dilakukan masih terbatas, cenderung manual, dan tidak mencakup seluruh aspek keuangan usaha. Melalui pelatihan ini, pengrajin diberikan pemahaman bahwa pencatatan yang teratur dan sesuai standar akuntansi sederhana merupakan dasar penting untuk menilai kinerja usaha secara akurat, khususnya dalam menghitung omzet dan menentukan strategi pengembangan usaha di masa depan.



Gambar 3: Pemberian materi strategi pemasaran digital

Tahap terakhir adalah menyampaikan informasi mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi untuk memperluas pangsa pasar. Di era digital seperti sekarang, memasarkan usaha menjadi lebih mudah dengan jangkauan yang cepat dan luas. Hal ini juga dapat diterapkan pada usaha *Sokasi* dengan memanfaatkan aplikasi pemasaran online. Di awal, pemateri menjelaskan secara umum tentang beberapa poin dari bauran pemasaran seperti produk, harga dan promosi agar peserta dapat memahami target pasar dari produk yang mereka tawarkan. Kemudian, pemateri menjelaskan berbagai media promosi yang bisa digunakan untuk memasarkan produk. Panitia juga membimbing pembuatan akun media sosial sebagai contoh, yang nantinya dapat dikembangkan lebih lanjut oleh mitra dengan kreativitas mereka sendiri.



Gambar 3: Memberikan materi pengelolaan bisnis pada generasi muda

Aplikasi yang umum digunakan untuk memasarkan produk meliputi Instagram, TikTok, Tokopedia, dan Shopee. Media sosial memiliki manfaat dalam mengembangkan usaha dengan meningkatkan jangkauan pasar,

mengidentifikasi segmen pasar, dan membangun kepercayaan konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Selain itu, media sosial juga menawarkan akses gratis, yang mempermudah pengguna dalam mengembangkan usaha mereka.



Gambar 4: Dokumentasi penutupan kegiatan

Kombinasi pembukuan yang baik, regenerasi usaha melalui keterlibatan generasi muda, serta pemasaran digital akan menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan. Manfaat dalam jangka panjang akan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga, penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi lokal sekaligus pelestarian budaya melalui keberlanjutan produk tradisional *Sokasi*.

SIMPULAN

Hasil pendampingan pada pengrajin *Sokasi* di Desa Kayubihi menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha kerajinan tradisional tidak hanya ditentukan oleh keterampilan produksi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola keuangan, strategi pemasaran, dan pelibatan generasi muda. Melalui penerapan pencatatan keuangan sederhana maupun digital (SI APIK), pengrajin dapat meningkatkan akuntabilitas usaha serta memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai arus kas dan keuntungan.

Selain itu, keterlibatan generasi muda berperan penting dalam memastikan keberlangsungan usaha lintas generasi sekaligus membawa inovasi melalui pemanfaatan teknologi digital. Pemasaran berbasis digital, seperti penggunaan media sosial dan marketplace, membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk

Sokasi. Kombinasi antara pembukuan yang tertata, regenerasi usaha keluarga, dan digitalisasi pemasaran akan mendukung terciptanya keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan nilai budaya yang terkandung dalam *Sokasi* sebagai produk kerajinan khas Bali. Dengan demikian, penguatan kapasitas pengrajin dalam aspek manajerial dan pemasaran digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berbasis budaya.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, pengrajin diharapkan konsisten menerapkan pencatatan keuangan dan mulai mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial maupun marketplace. Kedua, generasi muda perlu dilibatkan lebih aktif dalam pengelolaan usaha agar dapat menjaga kesinambungan sekaligus menghadirkan inovasi. Ketiga, pemerintah daerah dan lembaga terkait perlu memberikan dukungan melalui pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi promosi dan akses pembiayaan. Keempat, akademisi dan institusi pendidikan diharapkan terus berperan aktif melalui riset dan program pengabdian masyarakat untuk memperkuat kapasitas UMKM berbasis budaya. Dengan sinergi tersebut, usaha *Sokasi* berpotensi berkembang lebih berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga kelestarian budaya lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustinus, John. 2014. Pengelolaan Keuangan yang Efektif dan Efisien dalam Meningkatkan Kekuatan Ekonomi bagi Masyarakat Papua dan Papua Barat di Indonesia. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol 12, No 2. 2014
- Hartati, Sri. 2013. Manajemen Keuangan Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. www.apipwu.com/wpcontent/uploads/2013/01/ArtikelSriHartati.pdf.
- Hakim, M. S. & Kunaifi, A. 2018. Peningkatan Kapabilitas Pengelolaan Keuangan UMKM Bidang Otomotif Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, II(2), Hal. 102-104
- Kotler, & Keller. (2012). Marketing Managemen (Edisi 14). In Pearson Education (Issue 14).
- Kusnadi, 2005, Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Monoarfa, Rio dan Tri Handayani Amaliah. 2021. Peningkatan Kompetensi UMKM Melalui Pelatihan Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Jurnal Pengabdian Ekonomi Volume 01, Nomor 01, Bulan November 2021 E-ISSN: 2808-8883
- Rahmadieni, Risky Yuniar dan Eka Idar Wahyuni. 2023. Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur. January 2023. Jurnal Al Basirah. 2(1):17-26. DOI: 10.58326/jab.v2i1.28
- Sayuti, Muhamad;N. Neni Triana, Akda Zahrotul Wahtoni, Annisa Indah Pratiwi. 2021. Penerapan Laporan Keuangan Pada Umkm Didesa Sukajaya. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1Karawang, 25 Februari 2021. E-ISSN : 2798-2580
- Stiadi, Muhamad; Didin Herlinudinkhaji; Yunila Dwi Putri Ariyanti dan Nindita Erwanti 2021. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 2 No. 1 Mei 2021. e-ISSN: 2722-3736. p-ISSN: 2722-7529. May 2021. 2(1):8-11. DOI: 10.35130/bbjm.v2i1.212
- Sugiri, S & Riyono, B.A 2021. Akuntansi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Wibowo, Agus; Karuniana Dianta, Mohammad Sofwan Effendi, Haryo Kuncoro, Ari Saptono, Saparuddin Mukthar Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Umkm Berbasis Digital Di Desa Cisaat. D'edukasi. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol 2, No 1 (2022). DOI:<http://doi.org/10.25273/dedukasi.v2i1.12968>

Widiyati, Dian. 2022. Peningkatan Daya Saing melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Jaringan Wirausaha (Jawara) Bojongsari. Jurnal

Pengabdian Kepada Masyarakat (Yumary). ISSN 2746-0576, Vol 3, No 2, 2022, 101-108