

Pelatihan Kewirausahaan dan Akuntansi Manajemen Guna Meningkatkan Strategi Penjualan dan Pengembangan Usaha pada UMKM Tahu di Bandar Lampung

Muhammad Luthfi¹⁾, Agus Juvindi²⁾, Amilatun Najiyah³⁾, Annisa Ayu Kinanti⁴⁾, Rigina Ifti Samah⁵⁾, Riska Feriyanti⁶⁾, Choirunnisa Ramadhani⁷⁾

^{1,2,3,4,5,6,7)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati, Bandar Lampung
Jln. Pramuka No 27 Kemiling Bandar Lampung, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia
e-mail : ¹⁾mluthfi@malahayati.ac.id

ABSTRACT

This community service program aims to improve the sales strategies, business capacity, and sustainable development of tofu Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jagabaya Village, Way Halim District, Bandar Lampung City. The partner faced several critical challenges, including fluctuations in raw material prices, limited financial management skills, difficulties in calculating the cost of production and rational selling prices, and a heavy reliance on conventional, localized marketing strategies. This intervention was successfully implemented on Sunday, December 7, 2025, at the facility of the tofu business owner, Mrs. Janah Setiawati. The program utilized a participatory and educational approach structured into four consecutive phases: preliminary observation, training execution, intensive mentoring, and comprehensive evaluation. The training materials delivered specifically covered simple financial bookkeeping, cost control, rational pricing strategies, and the optimization of digital media for modern marketing. For digital adoption, participants were trained to utilize Instagram and WhatsApp Business, design promotional banners, and register their business location on Google Maps. The evaluation results demonstrated significant program success, where approximately 80% of the participants stated a solid understanding of management accounting principles and began separating their personal finances from business capital. Furthermore, there was a positive transformation toward professional business behavior and a notable increase in tofu order volumes following the digital promotion. Overall, this program contributes positively to enhancing business efficiency, capacity building, and competitive advantage for local food MSMEs in the digital era.

Keywords: Entrepreneurship, Management Accounting, MSMEs, Sales Strategy, Tofu Production

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha, strategi penjualan, dan pengembangan bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) produsen tahu di Desa Jagabaya, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung. Usaha mitra menghadapi sejumlah tantangan klasik seperti fluktuasi harga bahan baku kedelai, keterbatasan dalam administrasi pengelolaan keuangan, ketidakpastian dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual, serta ketergantungan pada strategi pemasaran konvensional. Pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan secara luring pada hari Minggu, 07 Desember 2025, bertempat di rumah Ibu Janah Setiawati selaku pemilik usaha tahu. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif yang berjalan secara terstruktur melalui empat tahapan utama, meliputi tahap observasi awal, pelaksanaan pelatihan, pendampingan intensif, serta evaluasi program. Materi yang diseminasikan kepada peserta mencakup dasar-dasar pencatatan kas sederhana, teknik pengendalian biaya produksi, perumusan strategi penentuan harga jual yang rasional, serta teknik pemanfaatan media digital. Di sisi teknologi, peserta dilatih mengoperasikan Instagram dan WhatsApp Business untuk promosi, membuat banner digital, serta mendaftarkan titik lokasi usaha di Google Maps. Hasil dari evaluasi program menunjukkan keberhasilan yang signifikan, di mana sekitar 80% peserta menyatakan telah memahami materi akuntansi manajemen dengan baik dan mulai menerapkan sistem pemisahan antara uang pribadi dan modal usaha secara konsisten. Selain itu, terdapat perubahan perilaku operasional usaha menjadi lebih profesional serta terjadinya peningkatan volume pesanan produk tahu pasca-promosi digital. Kegiatan pengabdian ini terbukti memberikan kontribusi positif dalam mendorong daya saing dan efisiensi UMKM pangan lokal di era digital.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan bagian penting dari ekonomi kerakyatan yang memiliki posisi strategis dalam mewujudkan sistem perekonomian nasional yang lebih seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Sejalan dengan pendapat Tarmizi (2018) yang menyatakan bahwa UMKM menjadi salah satu pendorong yang signifikan dalam membangun ekonomi suatu negara. Untuk mencapai tujuan tersebut, pelaksanaan ekonomi nasional diarahkan pada sistem yang berpihak pada ekonomi rakyat, merata, tangguh, adil, akuntabel, transparan, serta memiliki daya saing di tingkat regional maupun global. Dalam upaya mewujudkan demokrasi ekonomi, pengembangan UMKM perlu terus didorong agar peran dan potensinya semakin meningkat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. UMKM juga merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling banyak dan terbukti mampu bertahan menghadapi berbagai krisis ekonomi. Kriteria yang termasuk dalam kategori usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, terdapat sejumlah kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan pengertian serta klasifikasi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kemampuan berwirausaha menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan saat ini. Kewirausahaan tidak hanya sekadar kemampuan untuk memulai usaha sendiri, tetapi juga mencerminkan proses perubahan dalam cara berpikir, sikap mental, serta transformasi sosial dan budaya. Pada dasarnya, kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengenali dan menilai peluang bisnis, serta mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan tindakan nyata dan keberanian mengambil risiko demi mencapai keberhasilan usaha. Seorang *entrepreneur* adalah individu yang mampu melihat peluang, berani memanfaatkannya, dan mampu merealisasikannya menjadi sesuatu yang bernilai. Kemampuan ini sangat relevan bagi siapa saja yang ingin meraih kesuksesan dalam dunia kerja. Selain itu, wirausahawan yang berhasil umumnya memiliki karakter positif, seperti kreatif, inovatif, berani menghadapi risiko, tangguh dalam menghadapi tantangan, serta menjunjung tinggi kejujuran, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Di tengah kondisi ekonomi yang semakin menantang dan terbatasnya lapangan pekerjaan, kewirausahaan menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, Indonesia perlu mempersiapkan generasi wirausahawan secara serius, karena merekalah yang akan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk menjadi wirausahawan yang unggul, diperlukan motivasi berwirausaha yang kuat dan berkelanjutan.

Menurut Herawaty (2010) motivasi berwirausaha adalah perhatian, kesenangan, dan kemauan seseorang untuk melakukan kegiatan usaha yang mandiri berdasar pada kemampuan, kekuatan, dan keterampilan yang dimiliki. Motivasi berwirausaha secara besar berpengaruh positif untuk membangkitkan niat berwirausaha (Kumalasari, 2013; Owoseni, 2014). Motivasi berwirausaha inilah yang akan mengarahkan dan mendorong individu untuk menjalankan dan membangun usahanya sendiri. Dengan motivasi berwirausaha yang tinggi, individu tidak hanya fokus pada keuntungan yang diperoleh melainkan juga pada kepuasan dalam berwirausaha.

Salah satu sektor UMKM yang cukup berkembang adalah usaha di bidang pangan, termasuk produksi tahu sebagai salah satu kebutuhan konsumsi sehari-hari masyarakat Indonesia. Di Desa Jagabaya, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung, terdapat UMKM yang bergerak di bidang produksi tahu putih atau tahu mentah. Usaha ini memanfaatkan bahan baku kedelai untuk diolah menjadi produk tahu yang memiliki nilai jual serta permintaan pasar yang cukup tinggi. Proses produksi tahu dilakukan secara sederhana namun tetap memperhatikan kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Namun demikian, dalam menjalankan usahanya, UMKM tahu juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan usaha, serta keterbatasan dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, diperlukan perhatian dan dukungan agar UMKM ini dapat terus berkembang dan berdaya saing.

Peran akuntansi manajemen tidak hanya sebatas memberikan gambaran singkat mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan sebelum maupun selama kegiatan usaha berlangsung. Lebih dari itu, akuntansi manajemen memiliki peran strategis dalam mendorong serta membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengantisipasi dan meminimalkan berbagai risiko

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

yang dapat muncul seiring perkembangan usaha. Merujuk pada pendapat Nilam Ayuningtyas & Purwanti (2025), Akuntansi manajemen dapat memanfaatkan beberapa teknik seperti pembiayaan dan pengendalian biaya sehingga struktur keuangan dapat berjalan lebih optimal. Akuntansi Manajemen dapat memberikan berbagai layanan untuk mengembangkan UMKM di antaranya alat untuk mengambil keputusan, sistem informasi kebutuhan operasional, sistem pelaporan, efisiensi, dan sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan kinerja finansial dan nonfinansial (Kholidah dkk., 2025). Agar penerapan akuntansi manajemen dapat berjalan secara efektif dan efisien, diperlukan kesadaran dari pelaku UMKM untuk memahami dan menerapkan fungsi-fungsi manajemen, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, serta pengambilan keputusan. Implementasi akuntansi manajemen tidak hanya berfokus pada aspek fungsi, ide, maupun strategi yang dirancang, tetapi juga mencakup pengelolaan produk secara menyeluruh. Hal tersebut meliputi upaya meningkatkan daya tarik produk, penerapan strategi branding yang tepat, penetapan harga yang terjangkau bagi berbagai segmen konsumen, pemilihan lokasi usaha yang strategis dan mudah diakses, serta penentuan sumber daya manusia yang kompeten dalam mendukung operasional UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan kewirausahaan dan akuntansi manajemen pada UMKM tahu yang ada di Desa Jagabaya, Kec. Way Halim, Kota Bandar Lampung. Tujuannya adalah untuk meningkatkan strategi penjualan dan pengembangan usaha pada UMKM tahu tersebut. Dalam kegiatan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM pembuatan tahu untuk meningkatkan efektivitas strategi penjualan, mengembangkan kualitas usaha, Dengan demikian kegiatan ini tidak hanya mendukung pertumbuhan usaha, tetapi juga meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin dinamis.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif dengan melibatkan pelaku UMKM tahu di Bandar Lampung secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam bidang kewirausahaan dan akuntansi manajemen guna mendukung strategi penjualan serta pengembangan usaha. Pada tahap awal, dilakukan kegiatan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya terkait pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, serta pengembangan usaha. Hasil identifikasi tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan mitra. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang meliputi penyampaian materi kewirausahaan dan akuntansi manajemen, diskusi interaktif, serta praktik langsung. Materi kewirausahaan difokuskan pada peningkatan kreativitas, inovasi, dan strategi pemasaran, sedangkan akuntansi manajemen difokuskan pada pencatatan keuangan, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan usaha. Setelah pelaksanaan pelatihan, dilakukan tahap evaluasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengukur perubahan pengetahuan, sikap, dan keterampilan mitra dalam menerapkan hasil pelatihan. Setelah pelaksanaan pelatihan, dilakukan tahap evaluasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner evaluasi pasca-kegiatan (*post-activity evaluation questionnaire*) kepada seluruh peserta untuk mengukur tingkat pemahaman materi akuntansi manajemen, penentuan harga jual, dan pemasaran digital. Kuesioner ini menggunakan skala penilaian yang mengategorikan tingkat pemahaman menjadi tiga tingkat: Kurang, Cukup, dan Baik. Sementara itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi langsung terhadap perilaku usaha mitra setelah pendampingan selesai dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan, peningkatan pemahaman terhadap strategi penjualan, perubahan perilaku usaha yang lebih profesional, serta adanya dampak ekonomi berupa peningkatan volume penjualan dan pengembangan usaha UMKM tahu di Bandar Lampung.

LOKASI PENELITIAN

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Kelurahan Jagabaya, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Secara spesifik, pelaksanaan intervensi berupa pelatihan, pendampingan, serta pengambilan data evaluasi program dilakukan langsung di pusat operasional salah satu pelaku usaha tahu lokal, yaitu bertempat di kediaman Ibu Janah Setiawati. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kawasan tersebut merupakan salah satu wilayah potensial bagi perkembangan industri pangan rumah tangga, namun para pelakunya masih menghadapi kendala operasional yang signifikan. Beberapa tantangan utama di lokasi ini meliputi keterbatasan dalam pengelolaan administrasi keuangan usaha, ketidakpastian dalam penentuan harga jual yang rasional, serta ketergantungan pada rantai pemasaran konvensional, sehingga penerapan program kerja di wilayah ini dinilai sangat relevan dan tepat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema “Pelatihan Kewirausahaan Dan Akuntansi Manajemen Guna Meningkatkan Strategi Penjualan Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM Tahu Di Bandar Lampung” telah berhasil dilaksanakan pada hari Minggu, 07 Desember 2025. Kegiatan ini dihadiri oleh pemilik dan warga sekitar.

Acara diawali dengan sambutan dari Janah Setiawati selaku pemilik usaha tahu sekaligus tuan rumah dalam kegiatan ini. Dalam sambutannya, beliau menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini dan berharap pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan strategi penjualan dan pengembangan usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha tahu di daerah tersebut.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan strategi penjualan dan pengembangan usaha. Kegiatan ini dilakukan dengan cara sosialisasi, pelatihan, serta praktik langsung kepada pemilik. Fokus utama dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman praktis mengenai cara menghitung penentuan harga jual, mencatat keuangan secara sederhana dan bagaimana menerapkan strategi pemasaran dan branding usaha.

Secara umum, kegiatan berjalan lancar dan mendapat respon positif dari peserta. Dalam jangka pendek, kegiatan ini telah memberikan perubahan nyata dalam bentuk peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kemampuan dalam menyusun laporan keuangan sederhana dengan format yang lebih terstruktur. Peserta juga mampu mengidentifikasi komponen biaya produksi, menentukan harga jual secara lebih rasional, serta memahami alur masuk dan keluarnya uang.

Di sisi pemasaran digital, pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk promosi produk. Peserta mampu menampilkan alamat di Google Maps dan membuat *banner* yang tercantum alamat lokasi serta kalimat promosi yang menarik. Hidayati dkk. (2020) mengungkapkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial UMKM dapat mempromosikan produknya dengan jangkauan yang lebih luas untuk menarik minat konsumen terhadap produk tahu. Di samping itu pula dapat mempermudah konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli produk UMKM tahu ini (Huda & Prasetyo, 2019). Indikator keberhasilan kegiatan diukur melalui:

1. Peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan
2. Kemampuan dalam menentukan harga jual produk
3. Peningkatan pemahaman strategi pemasaran
4. Peningkatan keterampilan pemasaran digital
5. Perubahan perilaku usaha menjadi lebih profesional

Berdasarkan rekapitulasi data instrumen kuesioner evaluasi pasca-kegiatan, tercatat sebanyak 80% dari total peserta yang hadir masuk dalam kategori 'Baik' dalam memahami materi yang disampaikan. Mayoritas peserta tersebut menyatakan telah memahami dengan jelas urgensi dan teknis pemisahan uang pribadi dan uang usaha, serta mulai mengimplementasikan sistem pencatatan kas sederhana pada unit usaha tahu mereka. Selain itu, pemilik melaporkan adanya kenaikan jumlah pesanan setelah melakukan promosi melalui media sosial dan dengan adanya titik lokasi yang tercantum pada Google Maps. Kegiatan ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Pendekatan partisipatif dan aplikatif
2. Fokus pada kebutuhan nyata UMKM

3. Integrasi kewirausahaan dan akuntansi manajemen
4. Memberikan dampak langsung
5. Relevan dengan UMKM lokal

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, antara lain durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga pendampingan belum dapat dilakukan secara optimal dan mendalam, serta keterbatasan fasilitas teknologi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Selain itu, pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan lanjutan untuk memaksimalkan pemanfaatan pemasaran digital. Tingkat kesulitan dalam pelaksanaan kegiatan tergolong sedang, dengan tantangan utama berupa rendahnya literasi digital pemilik masih kuatnya kebiasaan dalam melakukan pencatatan secara manual. Namun demikian, tingginya antusiasme pemilik menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

Peluang pengembangan ke depan sangat besar, di antaranya dengan mengadakan pelatihan lanjutan tentang pembuatan laporan keuangan berbasis aplikasi dan strategi promosi digital berbasis *marketplace* seperti Tokopedia atau Shopee. Selain itu, dapat dikembangkan kerja sama dengan pihak universitas dan pemerintah daerah untuk memperluas dampak kegiatan ini terhadap UMKM lainnya di wilayah Bandar Lampungnya.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan wawancara dan pemberian materi oleh tim pengabdian kepada masyarakat

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2025)



(a)



(b)

Gambar 2. (a) Penyerahan Sertifikat (b) Bersama tim PKM dan Pelaku Usaha

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2025)



Gambar 3. Proses pembuatan tahu di UMKM Pembuatan Tahu Bandar Lampung

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2025)

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, maka diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang Pengembangan kewirausahaan dan akuntansi manajemen untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka, dan membantu meningkatkan kemampuan UMKM Pembuatan Tahu Bandar Lampung dalam menyusun laporan keuangan.

SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian dan evaluasi yang telah dilakukan, beberapa saran praktis yang dapat direkomendasikan untuk keberlanjutan program ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mitra UMKM (Ibu Janah Setiawati): Mitra diharapkan dapat mempertahankan konsistensi dan kedisiplinan dalam melakukan pencatatan keuangan harian serta menjaga komitmen pemisahan antara kas pribadi dan modal usaha. Selain itu, pengelolaan media komunikasi digital seperti WhatsApp Business dan Instagram yang telah dibentuk perlu diperbarui secara berkala dengan konten promosi yang menarik agar interaksi dengan pelanggan dan volume pesanan dapat terus meningkat.
2. Bagi Tim Pengabdian Selanjutnya: Untuk pengembangan program di masa mendatang, disarankan agar tim pengabdian berikutnya memberikan pendampingan yang berfokus pada aspek legalitas dan standardisasi produk, seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi Halal, dan izin edar. Selain itu, pada tahap keberlanjutan, mitra dapat mulai diperkenalkan dengan aplikasi pembukuan digital yang praktis berbasis ponsel pintar (seperti SIAPIK atau BukuWarung) untuk menggantikan pencatatan manual.
3. Bagi Pemerintah Setempat dan Instansi Terkait: Diharapkan adanya sinergi kelanjutan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung atau lembaga pemberdayaan lokal untuk memantau perkembangan sentra industri tahu di wilayah Jagabaya, serta memberikan fasilitasi akses pembiayaan atau bantuan alat produksi modern guna mendukung perluasan skala usaha mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema "Pelatihan Kewirausahaan Dan Akuntansi Manajemen Guna Meningkatkan Strategi Penjualan

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM Tahu Di Bandar Lampung, Desa Jagabaya II, Kecamatan Way Halim, Kabupaten Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Ibu Janah Setiawati selaku pemilik usaha pembuatan tahu yang telah berkenan menjadi tuan rumah dan memberikan fasilitas serta dukungan selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para warga sekitar yang turut berpartisipasi aktif dan antusias dalam mengikuti pelatihan ini.

Kami juga menghaturkan apresiasi kepada pihak institusi, dosen pembimbing, serta seluruh tim pelaksana kegiatan yang telah bekerja keras dalam mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan ini dengan penuh dedikasi.

Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan menjadi langkah awal bagi peningkatan kualitas pengelolaan usaha pembuatan tahu. Kami berharap kerja sama dan silaturahmi yang telah terjalin dapat terus terjaga dan berkembang di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing UMKM di kecamatan tembalang semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119-124.
- Huda, M., & Prasetyo, A. (2019). Efektivitas promosi melalui media sosial pada UMKM di kabupaten kebumen. *MADIC*.
- Kholidah, N. D., Yulani, F. S., Handayati, P., & Makaryanawati. (2025). Peran Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja UMKM. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 6(1 SE-Articles), 50-68. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v6i1.2505>
- Kumalasari, K. (2013). Pengaruh Motivasi dan Hasil Belajar Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII di Smk Negeri 4 Purworejo. *Oikonomia: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 27825.
- Nilam Ayuningtyas, & Purwanti, P. (2025). Peran Akuntansi Manajemen Dalam Mengoptimalkan Struktur Biaya Pada UMKM Di Era Digital. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan | E-ISSN : 3063-8208*, 1(3 SE-Articles), 257-260. <https://doi.org/10.62379/jakp.v1i3.176>
- Nugroho, P. I., & Takaliwuhang, J. G. (2022). Penerapan Akuntansi Manajemen dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Aku Cendol Kamu Salatiga. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 340-346. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v10i2.53479>
- Owoseni, O. O. (2014). The influence of some personality factors on entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Social Science*, 5(1).
- Tarmizi, A. (2018). Strategi pemasaran UMKM: Literature review. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191-198.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/rlj.v1i1.328>