

Pencatatan Keuangan UMKM dengan Aplikasi Mobile dan Strategi Pemasaran dengan Pembuatan Konten Visual

Alfianda Kurniawan¹, Ilham Hafizh Fadhillah², Lita Natalia³, Tazkiyah Mutiara Rahma⁴, Elis Mediawati⁵

^{1,2,3,4,5} Akuntansi, Universitas Pendidikan Indonesia
E-mail: elis.mediawati@upi.edu

Abstrak

Pencatatan keuangan dan strategi pemasaran menjadi unsur-unsur yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha UMKM. Keduanya memiliki peran yang cukup vital dalam pencapaian tujuan bisnis sebuah organisasi. Meskipun demikian, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan kedua unsur tersebut dengan maksimal. Bahkan, belum menerapkannya sama sekali. Melalui pengabdian ini, penulis mencoba memberikan bantuan berupa pelatihan kepada salah satu UMKM yang berkecimpung di bidang seni bernama Palito Cinto. Hal ini ditujukan untuk mengenalkan serta memberikan arahan-arahan kepada UMKM terkait dengan pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Metode yang digunakan ialah berupa observasi mengenai keadaan bisnis Palito Cinto. Kegiatan dilanjutkan dengan wawancara kepada pemilik sanggar selaku pengelola untuk melihat seberapa jauh penerapan strategi keuangan dan pencatatan keuangannya. Selain itu, penulis memberikan pelatihan dan materi mengenai pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa Palito Cinto mulai berproses dalam melakukan pencatatan keuangan. Strategi pemasarannya telah berjalan dengan cukup baik dan dalam proses pemaksimalisasiannya. Pengabdian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi UMKM Palito Cinto, khususnya agar dapat menerapkan pencatatan keuangan yang sederhana serta dapat memperluas pasar dan jangkauannya demi keberlangsungan usahanya.

Kata kunci: UMKM, pencatatan keuangan, strategi pemasaran

Abstract

Financial records and marketing strategies are very important elements in the business continuity of an MSME. Both have a vital role in achieving the business goals of an organization. However, there are still many UMKM that have not utilized these two elements optimally. Haven't even implemented it yet. Through this service, the author tries to provide assistance in the form of training to one of the UMKM engaged in the arts named Palito Cinto. This is intended to introduce and provide directions to UMKM related to financial records and marketing strategies. The method used is in the form of observations about the state of the business of Palito Cinto. The activity was continued with interviews with the studio owner as the manager to see how far the implementation of the financial strategy and financial records was. In addition, the author provides training and materials on financial records and marketing strategies. The results obtained indicate that Palito Cinto began the process of carrying out financial records. Its marketing strategy has worked well enough and is in the process of maximizing it. With this service, it is hoped that it will be useful for Palito Cinto in particular so that Palito Cinto can implement simple financial records and can expand its market and reach for the sake of business continuity.

Keywords: MSMEs, financial records, marketing strategy

1. PENDAHULUAN

Setiap hal di dunia ini pasti tidak akan terlepas dari suatu permasalahan, baik sebuah permasalahan yang besar maupun kecil. Begitu pula dengan sebuah badan usaha yang didirikan. Terdapat berbagai jenis badan usaha atau entitas dalam berbagai bidang maupun skala penjualan dan pendapatan, namun tentunya setiap badan usaha yang didirikan bermula dari sebuah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) hingga akhirnya dapat berkembang menjadi badan usaha yang lebih besar lagi [1]. Kehadiran pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menunjang perekonomian negara dan daerah [2]. Dikarenakan UMKM merupakan suatu kekuatan ekonomi yang menunjang suatu negara maka permasalahan sekecil apapun harus mulai diatasi satu persatu, permasalahan yang kerap terjadi dalam sebuah UMKM adalah masih terbatasnya kemampuan pencatatan atau penyusunan laporan keuangan dan juga strategi pemasaran yang belum luas jangkauannya.

Laporan keuangan adalah catatan informasi suatu perusahaan pada periode akuntansi yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan sangat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam menganalisis serta menginterpretasikan kinerja keuangan dan kondisi perusahaan [3]. Oleh karena itu, pencatatan dan penggunaan laporan keuangan bagi UMKM mempunyai peranan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan UMKM itu sendiri. Karena, laporan keuangan dapat menjadi dasar informasi akuntansi yang andal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan UMKM, antara lain keputusan pengembangan pasar, penetapan harga dan sebagainya. Penyediaan informasi akuntansi bagi UMKM juga diperlukan salah satunya untuk akses subsidi pemerintah dan akses tambahan modal bagi usaha kecil dari kreditur atau bank [4]. Namun karena terdapat keterbatasan pengetahuan dalam mengelola atau membuat laporan keuangan yang cukup rumit seperti yang diterapkan perusahaan besar, maka pada akhirnya di era digitalisasi ini mulai tersedia berbagai pencatatan keuangan UMKM dengan aplikasi *mobile* seperti aplikasi BukuKas dan Buku Warung untuk UMKM. Aplikasi *mobile* ini dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan yang sederhana namun tetap sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK).

Istilah pemasaran dapat diartikan sebagai seni menjual atau menawarkan suatu produk kepada masyarakat, dengan harapan terjadi perluasan jangkauan konsumen [5]. Dengan berkembangnya era digitalisasi, maka teknik pemasaran yang tradisional tidaklah cukup diperlukan teknik atau strategi pemasaran yang lebih masif lagi yaitu dengan teknik pemasaran digital [6]. Teknik pemasaran digital untuk suatu produk atau jasa biasanya dilakukan melalui akun-akun sosial media seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, maupun Tiktok dengan pemasaran ini tentunya dapat membuat usaha kita lebih dikenal banyak masyarakat, serta menciptakan citra atau *branding* sebuah usaha [5]. Walaupun teknik pemasaran digital merupakan hal yang baru di masyarakat, namun teknik pemasaran ini disukai dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Hal ini karena teknik pemasaran digital dinilai informasi yang tersampaikan lebih mudah dipahami, sedangkan bagi pelaku badan usaha teknik *marketing* digital ini dinilai lebih efisien karena tidak mengeluarkan biaya yang banyak dan mudah menjangkau lebih banyak orang jika dibandingkan dengan teknik pemasaran secara konvensional [7]. Pada awal tahun 2020 lalu, Indonesia dan berbagai negara lainnya di seluruh belahan dunia dilanda dengan adanya pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan para penggerak bisnis untuk melakukan teknik pemasaran konvensional yang biasanya dilakukan dengan *mouth-to-mouth* atau *door-to-door* [8]. Maka, agar usaha para pelaku UMKM tetap dapat berjalan dengan baik maka para pelaku UMKM mulai memanfaatkan teknik pemasaran digital melalui promosi di berbagai sosial media. Berdasarkan riset data yang diperoleh melalui McKinsey, di Indonesia hanya terdapat sekitar 30% usaha UMKM yang memanfaatkan instrumen digital dalam meningkatkan bisnisnya [9]. Oleh karena itu, teknik pemasaran digital dianggap suatu hal yang sudah seharusnya dilakukan di era digitalisasi ini guna membantu badan usaha UMKM tetap berjalan dengan semestinya [10].

Jenis usaha dalam sebuah UMKM tentunya beragam dapat berupa usaha yang menawarkan produk maupun Jasa, salah satu contoh dari UMKM yang bergerak di bidang jasa ialah sanggar seni musik. Sanggar seni musik adalah sebuah organisasi atau wadah untuk melatih

dan membuat suatu pertunjukan atau penampilan seni musik yang ditampilkan oleh berbagai seniman. Jenis pertunjukan seni musik yang ditampilkan biasanya sangatlah beragam tergantung fokus budaya dari sanggar seni itu sendiri, salah satunya ialah sanggar seni musik khas suatu daerah yang ada di Indonesia seperti sanggar seni musik (Khas Minang) yang berasal dari daerah Sumatera Barat. Walaupun sanggar seni musik ini berasal dari Sumatera Barat, namun tidak menutup kemungkinan sanggar seni musik (Khas Minang) ini hadir di luar pulau Sumatera Barat, salah satunya di Jawa Barat, sehingga dalam pemasaran pun menjadi lebih luas lagi karena dapat mengenalkan budaya kesenian khas dari Sumatera Barat ke berbagai kota di provinsi Jawa Barat dan sekitarnya.

Berdasarkan urgensi yang berangkat dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menguraikan lebih lanjut tentang “Pencatatan Keuangan UMKM dengan Aplikasi *Mobile* dan Strategi Pemasaran dengan Pembuatan Konten Visual”. Melalui pemanfaatan aplikasi *mobile* untuk mencatat keuangan badan usaha secara lebih rinci dan pemasaran melalui sosial media atau perluasan jangkauan pemasaran ini pada akhirnya diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan dari badan usaha sanggar seni musik dan tari khas Sumatera Barat (Palito Cinto).

2. METODE

Pengabdian ini dilakukan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sanggar Palito Cinto yaitu sanggar seni musik dan seni tari khas Sumatera Barat, yang beralamat di Jalan Dadali, No. 38, Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu pengabdian dilakukan dari bulan Februari hingga Juni tahun 2022. Alat dan bahan yang digunakan selama kegiatan pengabdian ini adalah handphone, laptop, alat tulis, internet, Zoom Meeting, Google Meet, aplikasi pencatatan keuangan yaitu BukuKas, aplikasi edit gambar yaitu Canva, dan aplikasi edit video yaitu Inshot. Adapun metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Melakukan sosialisasi dengan memaparkan secara jelas apa yang menjadi maksud dan tujuan dari pengabdian ini kepada UMKM Sanggar Palito Cinto.
2. Melakukan proses identifikasi, observasi dan analisis dengan cara diskusi dan wawancara dengan UMKM terkait dengan bagaimana usaha tersebut didirikan, bagaimana perkembangannya hingga permasalahan apa yang mereka alami.
3. Menyiapkan materi-materi secara tertulis terkait informasi laporan keuangan dan strategi pemasaran dengan menyiapkan aplikasi-aplikasi yang dibutuhkan untuk praktik seperti: BukuKas untuk pelaporan keuangan serta Canva dan Inshot untuk mengedit gambar dan video promosi.
4. Menyiapkan ruangan Zoom Meeting yang akan digunakan untuk pematerian, praktik dan diskusi mengenai pelaporan keuangan dan teknik pemasaran
5. Melaksanakan program bimbingan dan pendampingan terhadap mitra UMKM. Bimbingan dilakukan dengan pematerian dan praktik untuk pelaporan keuangan menggunakan aplikasi *mobile* kemudian dilanjutkan dengan pematerian dan praktik untuk strategi pemasaran dengan pembuatan konten visual yang menarik menggunakan aplikasi edit gambar dan video.
6. Setelah dilakukan pematerian dan praktik kepada mitra, maka selanjutnya adalah proses evaluasi pada program ini apakah dapat mencapai tujuan atau tidak. Capaian dari kegiatan ini adalah ketika mitra mampu memahami dengan baik apa yang telah disampaikan. Capaian selanjutnya diharapkan mitra dapat memperluas jangkauan pelanggannya sehingga pendapatan usaha dapat meningkat.

Berdasarkan metode pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh data-data yang dapat dianalisis lebih lanjut khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan produsen dan permasalahan yang dialaminya dalam menjalankan usaha Sanggar Palito Cinto.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan laporan keuangan bagi UMKM adalah sebuah informasi akuntansi yang mempunyai peranan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Karena laporan keuangan dapat menjadi dasar informasi akuntansi yang andal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan UMKM, antara lain keputusan pengembangan pasar, penetapan harga dan sebagainya. Penyediaan informasi akuntansi bagi UMKM juga diperlukan salah satunya untuk akses subsidi pemerintah dan akses tambahan modal bagi usaha kecil dari kreditur atau bank [4]. Namun berdasarkan wawancara kami dari kelompok 5 Proyek Konsultasi dengan UMKM mitra kami saat ini yaitu “Palito Cinto” ternyata masih belum menyelenggarakan pencatatan atas laporan keuangan usahanya. Perlunya penyusunan laporan keuangan bagi UMKM ini sebenarnya bukan hanya untuk kemudahan memperoleh kredit dari kreditur, tetapi untuk mengetahui laba atau rugi yang sebenarnya, pengendalian aset, kewajiban dan modal serta perencanaan pendapatan dan efisiensi biaya-biaya yang terjadi yang pada akhirnya sebagai alat untuk pengambilan keputusan UMKM itu sendiri.

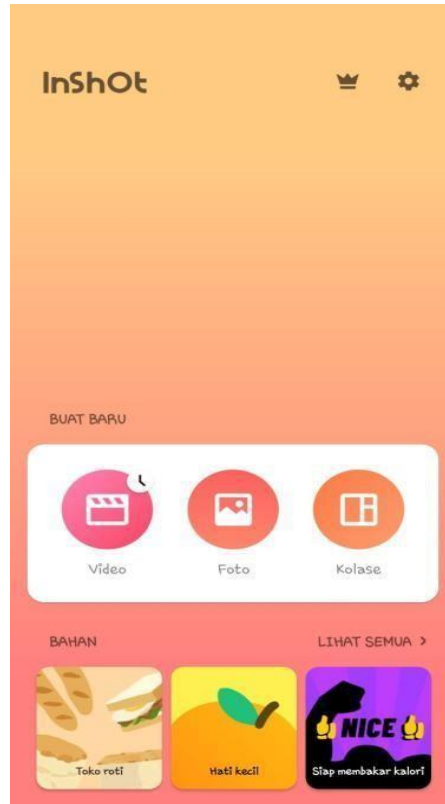
Penggunaan strategi pemasaran secara digital atau yang biasa disebut digital *marketing* dapat mendukung perkembangan dari suatu UMKM. Pada awal tahun 2020 lalu, Indonesia dan berbagai negara lainnya di seluruh belahan dunia dilanda dengan adanya pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan para penggerak bisnis untuk melakukan *conventional marketing*. Maka untuk menggerakkan roda bisnisnya para pelaku UMKM dapat memanfaatkan digital *marketing* agar pemasaran serta penjualannya tetap berjalan. Berdasarkan riset data yang diperoleh melalui McKinsey, di Indonesia hanya terdapat sekitar 30% usaha UMKM yang memanfaatkan instrumen digital dalam meningkatkan bisnisnya [9]. Sehingga hal tersebut masih sangat memungkinkan untuk memperluas pasar usaha menjadi lebih besar dari yang sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara, pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh Kelompok 5 Proyek Konsultasi kepada mitra UMKM kami yaitu Palito Cinto, saat ini telah menggunakan pemasaran secara digital tetapi hanya melalui aplikasi Instagram dan whatsapp dalam memasarkan jasanya.

Situasi tersebut dapat menjelaskan bahwa UMKM mitra kami yaitu “Palito Cinto” yang bergerak dalam bidang jasa Seni Tari khas Minang masih belum memanfaatkan penggunaan laporan keuangan dan juga belum mencoba memaksimalkan peranan digital *marketing* untuk memperluas pasar dan meningkatkan laba. Dikhawatirkan dengan tidak adanya pemakaian laporan keuangan, UMKM akan kesulitan dalam mengelola keuangan mereka dan kesulitan dalam pengambilan keputusan dalam hal keuangan. Begitu juga dengan tidak maksimalnya penggunaan strategi *marketing* secara digital dikhawatirkan pihak UMKM mitra kami akan kesulitan dalam memperluas pasar dari jasa yang mereka tawarkan.

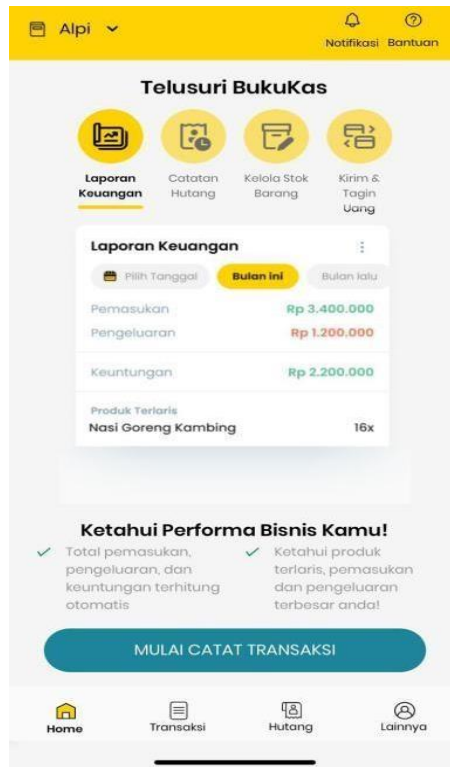
Kami sebagai Tim Kelompok 5 Proyek Konsultasi memberikan solusi kepada UMKM mitra yaitu Palito Cinto, agar dapat memulai untuk bisa memanfaatkan laporan keuangan. Dan agar dapat memudahkan UMKM mitra, kami juga akan merekomendasikan aplikasi pencatatan laporan keuangan yang dapat di akses dengan mudah hanya melalui *smartphone* saja yaitu Buku Kas. Aplikasi tersebut memiliki cukup banyak fitur yang dapat memudahkan UMKM mitra untuk mengelola keuangan UMKM secara digital.

Sedangkan untuk strategi pemasaran secara *marketing*, kami memberikan solusi kepada Palito Cinto untuk bisa memperluas pemasaran dari jasa mereka yang awalnya hanya memasarkan jasa di Instagram dan Whatsapp, kami menyarankan kepada Palito Cinto untuk memasarkan jasanya pada aplikasi Tiktok. Karena, aplikasi Tiktok pada saat ini memiliki banyak sekali pengguna aktif dan juga masih sangat efektif untuk memasarkan jasa dari Palito Cinto karena banyaknya *audience* atau pengguna Tiktok yang memungkinkan untuk melihat konten dari konten *marketing* Palito Cinto nantinya. Dan tentunya jika membahas perihal aplikasi Tiktok tentunya sangat erat dengan pembuatan konten video. Oleh karena itu, untuk memudahkan UMKM mitra dalam membuat konten video, kelompok kami membantu dalam memberikan tutorial langsung untuk menggunakan aplikasi *editing* video yaitu Inshot yang dapat dengan mudah diakses secara gratis di *smartphone*. Selain itu, agar bisa menarik *customer* yang

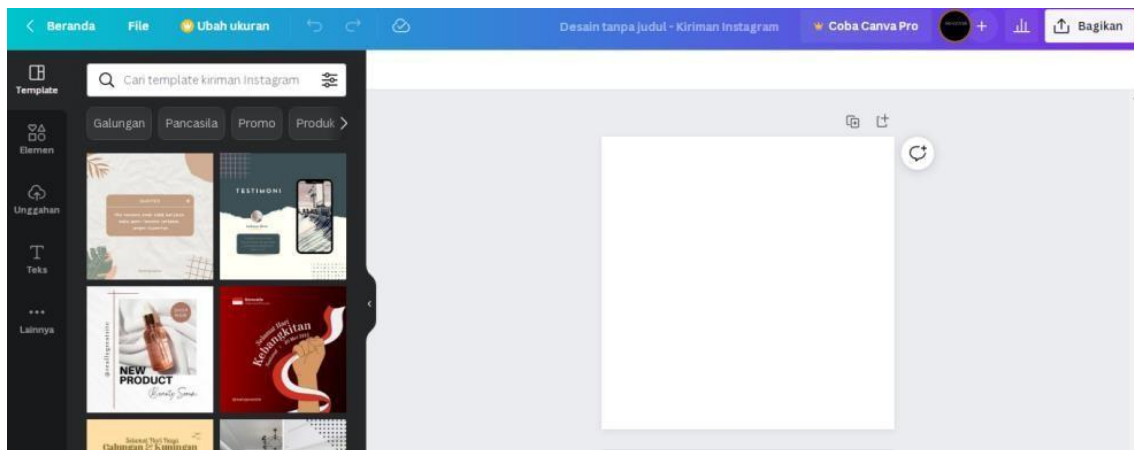
menggunakan jasa Palito Cinto di Instagram, kami juga menyarankan kepada Palito Cinto untuk dapat membuat *feeds* Instagram Palito Cinto menjadi lebih unik dan menarik, untuk memudahkan Palito Cinto dalam pembuatan *feeds* Instagram, kami juga membantu dalam memberikan tutorial aplikasi desain yaitu Canva. Kami memilih aplikasi Canva agar pihak Palito Cinto dapat dengan mudah membuat desain *feed* Instagram. Karena, aplikasi Canva sendiri dapat diakses dengan mudah pada websitenya di www.canva.com. Aplikasi Canva bersifat *userfriendly*, sehingga memudahkan pengguna dan tidak rumit. Canva juga menyediakan fitur-fitur gratis yang bisa diakses pengguna.



Gambar 1. Tampilan InShot



Gambar 2. Tampilan BukuKas



Gambar 3. Tampilan Canva

Berdasarkan hasil wawancara akhir kami, kini Palito Cinto telah berkembang dengan cukup baik mulai dari perkembangan bentuk *jobdesk* internal, hingga banyaknya Wedding Organizer yang menawarkan kerjasama. Untuk saat ini, omzet Palito Cinto mengalami peningkatan secara signifikan. Kini Palito Cinto juga menambah penghasilan dari usahanya dengan membuka sewa untuk kostum tari dan termotivasi ingin merancang dan membuat kostum tari lebih banyak lagi.

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah tim kami lakukan, khususnya kepada UMKM Palito Cinto yang berada di Jl. Dadali, Garuda, Kota Bandung ini, dapat disimpulkan bahwa permasalahan dari UMKM Palito Cinto yaitu belum memanfaatkan pencatatan keuangan untuk mengelola keuangan usahanya. Kemudian, Palito Cinto belum mencoba membuat tampilan feeds Instagram menjadi lebih menarik bagi para *customer* yang akan memakai jasa Palito Cinto, serta Palito Cinto belum mencoba untuk memperluas pasar pada platform lain, karena Palito Cinto sendiri saat ini hanya menggunakan aplikasi Instagram dan Whatsapp untuk memasarkan jasa Palito Cinto.

Disini tim kelompok 5 Proyek Konsultansi melakukan beberapa langkah dalam mengatasi hal-hal tersebut. Langkah pertama, tim kami melakukan observasi dan wawancara untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Palito Cinto saat menjalankan jasanya kepada *customer* dan juga permasalahan apa saja yang saat itu sedang Palito Cinto alami.

Langkah selanjutnya tim kami memulai sosialisasi terkait penggunaan laporan keuangan yang baik dan benar dan juga kami memberikan tutorial cara mencatat laporan keuangan secara digital dengan menggunakan aplikasi "Buku Kas". Langkah ketiga, tim kami memulai sosialisasi bagaimana caranya memperluas pemasaran jasa dari Palito Cinto selain Instagram dan Whatsapp, disini kami menyarankan untuk menggunakan aplikasi tiktok yang tentunya harus menggunakan konten video di dalamnya. Setelah selesai melakukan sosialisasi tentang laporan keuangan dan pemasaran, kami memberikan cara membuat konten video yang menarik dengan menggunakan aplikasi *editing* video yaitu Inshot, kemudian disusul dengan memberikan tutorial mengenai pemakaian aplikasi Canva untuk membuat feeds Instagram Palito Cinto menjadi lebih menarik bagi calon *customer*.

Kegiatan pengabdian kami kepada UMKM Palito Cinto ini tentunya masih memiliki kekurangan. Salah satunya yaitu sulitnya membagi waktu antara tim kelompok kami dan juga dari pihak Palito Cinto dan juga dikarenakan kelompok kami yang tidak berada di kota yang sama apalagi pada saat kelompok kami dibuat sedang ada dalam kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), maka mengharuskan diskusi kelompok kami dan juga sosialisasi dengan pihak Palito Cinto harus dilakukan secara daring (*online*). Untuk kedepannya, pengabdian ini dapat dikembangkan kembali dengan mengadakan diskusi kelompok dan juga sosialisasi kepada UMKM mitra dengan dilakukan secara luring (*offline*) agar bisa lebih efektif lagi dalam berdiskusi dengan kelompok atau mendapat informasi dari UMKM mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Elis Mediawati, S.Pd.,SE., M.Si., Ak., CA., selaku dosen Mata Kuliah Proyek Konsultansi yang sudah membimbing dan membantu dalam penyusunan artikel ini, serta ucapan terima kasih kepada rekan-rekan dari UMKM Palito Cinto, terkhusus pada Bang Anggi S.Sn yang telah bersedia bekerja sama dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ria, "Analisis Penerapan Aplikasi Keuangan Berbasis Android pada Laporan Keuangan UMKM Mekarsari Depok," *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 3, p. 207, 2018, doi: 10.30998/sosioekons.v10i3.2900.
- [2] M. T. Febriyanto and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.

- [3] Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan revisi 2016*. Jakarta: Salemba, 2016.
- [4] S. Mulyani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Umkm Di Kabupaten Kudus Kata,” *J. Din. Ekon. Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 137–150, 2014.
- [5] S. Syamsul, “Analisis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Umkm,” *Keunis*, vol. 10, no. 1, p. 33, 2022, doi: 10.32497/keunis.v10i1.3154.
- [6] H. Widiastoeti, “Keuangan Berbasis Sak-,” 2020.
- [7] A. Prasetyo, E. Andayani, and M. Sofyan, “Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta,” *J. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Sos.*, vol. 1, no. 1, pp. 34–39, 2020.
- [8] H. Widiastoeti and C. A. E. Sari, “Penerapan Laporan Keuangan Berbasis Sak- Pada Umkm Kampung Kue Di Rungkut Surabaya,” *J. Anal. Predeksi dan Inf. (Jurnal EKBIS)*, vol. 21, no. 1, pp. 1–15, 2020.
- [9] D. F. Hadi and K. Zakiah, “Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi,” *Competitive*, vol. 16, no. 1, pp. 32–41, 2021, [Online]. Available: <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>
- [10] W. O. Rayyani, M. N. Abdi, E. Winarsi, and Warda, “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Penyusunan Laporan Keuangan,” *J. Dedik. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 97–105, 2020.