

Peningkatan Manajemen Keuangan dan Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Maros

Aini Indrijawati^{1*}, Darmawati¹, Syamsuddin¹, Kartini¹, Rahmawati¹, Ade Ikhlas Amal Alam¹, Rosnawintang², Djeza Abrial Iswanto¹

¹Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

²Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

*Corresponding Author: ainiindrijawati@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 23/10/2025

Direvisi: 25/11/2025

Disetujui: 12/12/2025

Abstract. *This community service aims to enhance the financial management and marketing strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Maros. Many SMEs struggle with financial management, particularly in cash flow management, cost control, and long-term financial planning. Additionally, SMEs face challenges in marketing, especially in digital marketing and product branding. This program provides training on financial management, including the use of spreadsheet software for financial reporting, and digital marketing strategies. The implementation method includes lectures and tutorials, with support materials such as accounting software and instructional guides. The expected outcomes are improved financial management skills, enhanced marketing strategies, and increased business competitiveness. The program will help SMEs manage their finances more effectively and expand their market reach through improved branding and digital strategy.*

Keywords: *Financial management, Small and medium enterprises, Digital marketing.*

Abstrak. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen keuangan dan strategi pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Maros. Banyak UKM yang menghadapi kesulitan dalam pengelolaan keuangan, terutama dalam pengelolaan kas, kontrol biaya, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, UKM juga menghadapi tantangan dalam pemasaran, khususnya dalam pemasaran digital dan branding produk. Program ini menyediakan pelatihan tentang manajemen keuangan, termasuk penggunaan perangkat lunak spreadsheet untuk laporan keuangan, serta strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan meliputi ceramah dan tutorial, dengan dukungan materi seperti perangkat lunak akuntansi dan panduan pengoperasian. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan keterampilan manajemen keuangan, peningkatan strategi pemasaran, dan peningkatan daya saing usaha. Program ini akan membantu UKM dalam mengelola keuangan lebih efektif dan memperluas jangkauan pasar melalui branding dan strategi digital yang lebih baik.

Kata Kunci: Manajemen keuangan, Usaha kecil dan menengah, Pemasaran digital.

How to Cite: Indrijawati, A., Darmawati, D., Syamsuddin, S., Kartini, K., Rahmawati, R., Alam, A. I. A., Rosnawintang, R., & Iswanto, D. A. (2025). Peningkatan Manajemen Keuangan dan Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Maros. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 698-706. <https://doi.org/10.37478/abdika.v5i4.5105>



Copyright (c) 2025 Aini Indrijawati, Darmawati, Syamsuddin, Kartini, Rahmawati, Ade Ikhlas Amal Alam, Rosnawintang, Djeza Abrial Iswanto. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Kabupaten Maros, dengan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah (Mardjuni et al., 2022). Sebagai sektor yang mendominasi perekonomian lokal, UKM berfungsi vital dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, termasuk distribusi barang dan jasa, serta pemenuhan kebutuhan pasar lokal (Supriatna et al., 2023). Meskipun jumlah UKM di Kabupaten Maros mencapai ribuan unit, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi tantangan besar dalam mengoptimalkan potensi mereka. Tantangan utama yang sering ditemui adalah masalah pengelolaan keuangan dan pemasaran produk yang masih sangat terbatas.

Pengelolaan keuangan yang efektif sangat penting bagi kelangsungan usaha. Namun, banyak UKM yang kesulitan dalam hal pengelolaan kas, kontrol biaya, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Ketidakteraturan dalam pencatatan keuangan dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya laporan keuangan yang akurat menjadi hambatan dalam pengambilan keputusan yang tepat (Rohmayanti et al., 2023). Hal ini mengakibatkan UKM kesulitan dalam merencanakan ekspansi atau mengakses sumber pendanaan

yang dapat mendukung pertumbuhan mereka. Selain itu, banyak pelaku usaha yang belum memiliki keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan standar yang berlaku, yang mengarah pada pengelolaan keuangan yang kurang efisien.

Selain masalah keuangan, pemasaran produk menjadi tantangan signifikan lainnya bagi UKM di Kabupaten Maros. Banyak pelaku usaha yang memproduksi barang berkualitas tinggi, namun tidak memiliki akses yang memadai ke pasar yang lebih luas. Salah satu faktor utama yang membatasi hal ini adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi dan digital marketing (Susanti et al., 2022). Pemasaran digital, yang kini menjadi salah satu aspek penting dalam dunia usaha, belum banyak dimanfaatkan oleh UKM di Maros. Padahal, pemasaran melalui platform digital dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, dan membantu memperkenalkan produk ke konsumen yang lebih luas.

Untuk mengatasi tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret melalui pelatihan mengenai pengelolaan keuangan yang efektif dan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi, khususnya digital marketing (Rohmayanti et al., 2023). Program ini dirancang untuk membantu UKM di Kabupaten Maros meningkatkan keterampilan mereka dalam menyusun laporan keuangan yang terstruktur menggunakan perangkat lunak spreadsheet seperti MS Excel, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan fokus pada pemasaran digital dan branding produk. Berdasarkan kajian pustaka, pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional dan membuka akses kepada sumber pendanaan yang lebih besar, sementara pemasaran yang efektif, terutama pemasaran digital, dapat memperluas pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Oleh karena itu, melalui pelatihan dan bimbingan dalam kedua aspek ini, diharapkan UKM di Kabupaten Maros dapat mengembangkan kapasitas mereka untuk lebih kompetitif dan berkelanjutan, serta mampu menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur dan sistematis. Tahap pertama adalah persiapan, di mana tim pengabdian akan menyusun modul pelatihan yang mencakup materi tentang pengelolaan keuangan menggunakan perangkat lunak spreadsheet seperti MS Excel, serta strategi pemasaran digital dan branding produk. Modul ini akan disesuaikan dengan kebutuhan peserta yang terdiri dari pelaku usaha UKM, agar materi yang disampaikan relevan dan mudah diterima. Tahap kedua adalah pelatihan, yang dilakukan dengan metode ceramah dan tutorial. Pelatihan ceramah akan digunakan untuk memberikan pemahaman teori dasar terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, sementara tutorial akan memberikan pengalaman praktis dalam menyusun laporan keuangan dan menerapkan strategi pemasaran digital. Alat yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi perangkat komputer, software MS Excel untuk akuntansi, dan platform digital untuk pemasaran. Selama pelatihan, para peserta akan diberi kesempatan untuk melakukan simulasi langsung dalam menyusun laporan keuangan dan mengembangkan rencana pemasaran produk.

Setelah pelatihan, tahap bimbingan dan konsultasi akan dilakukan secara individu, di mana tim pengabdian akan memberikan pendampingan kepada setiap UKM dalam menyusun laporan keuangan yang akurat dan relevan, serta membantu mereka merancang strategi pemasaran berbasis digital sesuai dengan karakteristik produk mereka. Tahap terakhir adalah evaluasi, di mana keberhasilan pelatihan akan diukur melalui survei dan wawancara dengan peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan keterampilan mereka. Evaluasi juga akan melibatkan analisis statistik sederhana untuk mengukur perubahan sebelum dan sesudah pelatihan, menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman tentang pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Data yang dikumpulkan dari evaluasi ini akan dianalisis secara deskriptif untuk melihat tingkat keberhasilan pelatihan dan mendeteksi area yang masih perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Dengan demikian, metode pelaksanaan ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi UKM di Kabupaten Maros untuk mengatasi tantangan yang mereka hadapi.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Maros bertujuan untuk memperkuat kelembagaan UKM melalui pelatihan yang berfokus pada dua aspek penting, yaitu pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama untuk meningkatkan kapasitas para pengelola UKM dalam hal pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan efektif. Sebanyak 87% peserta pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan mereka untuk menyusun laporan keuangan yang lebih rapi dan terorganisir dengan menggunakan perangkat lunak sederhana seperti MS Excel. Hal ini merupakan langkah positif, mengingat sebelumnya banyak pengelola UKM yang kesulitan dalam menyusun laporan keuangan yang tepat dan sesuai standar (Aisanafi, 2024).

Proses perencanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan identifikasi kebutuhan mitra yang mendalam. Tim pengabdian melakukan koordinasi awal dengan berbagai pihak terkait, seperti Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Maros, untuk memahami permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UKM, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Berdasarkan temuan dari diskusi dan wawancara, mayoritas pelaku UKM di Maros menghadapi tantangan dalam menyusun laporan keuangan yang rapi dan terorganisir, serta kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas pasar mereka.

Pada sesi pelatihan yang diadakan di aula pertemuan (Gambar 1 dan Gambar 2), materi disampaikan secara interaktif dan aplikatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang relevan dengan Permendagri No. 79 Tahun 2018 dan prinsip akuntansi berbasis entitas tanpa akuntabilitas publik (SAK ETAP). Pelatihan ini difokuskan pada penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan perangkat lunak spreadsheet (MS Excel) serta pengelolaan keuangan yang efisien, termasuk pengelolaan kas dan kontrol biaya. Selain itu, materi juga mencakup penyusunan standar operasional prosedur (SOP) untuk mendukung akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan keuangan UKM.



Gambar 1. Pemaparan materi peningkatan kemampuan dan keterampilan pengelola keuangan. Ketua tim pengabdian Prof. Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., Ak., CA., memaparkan materi Manajemen Keuangan untuk UKM: Pengelolaan kas, laporan keuangan, dan perencanaan keuangan kepada peserta.

Hasil evaluasi formatif menunjukkan bahwa 80% peserta dapat menyusun draft laporan keuangan sederhana dan mengidentifikasi elemen penting dalam SOP pengelolaan keuangan, yang menjadi langkah awal untuk meningkatkan kualitas manajerial UKM di Kabupaten Maros.



Gambar 2. Sesi diskusi kelompok dan konsultasi langsung, Peserta mengajukan pertanyaan atau suatu kasus untuk didiskusikan sekaligus mengkonsultasikan pengalaman yang sedang mereka hadapi.

Dengan kemampuan baru ini, peserta diharapkan dapat lebih efisien dalam mengelola kas dan mengontrol biaya operasional, yang merupakan tantangan besar bagi sebagian besar UKM di wilayah tersebut. Kemampuan untuk merencanakan keuangan jangka panjang juga menjadi fokus utama dalam pelatihan ini (Hanif et al., 2023). Dengan memahami pentingnya perencanaan keuangan yang baik, para pengelola UKM diharapkan dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dalam menjalankan usaha mereka, seperti pengelolaan modal yang lebih baik dan meminimalkan risiko keuangan yang tidak terduga (Rahayu et al., 2021). Hal ini tentunya akan meningkatkan

ketahanan dan keberlanjutan usaha mereka, serta membuka peluang untuk mengakses sumber pendanaan yang lebih besar.

Di sisi lain, pelatihan tentang pemasaran digital dan branding produk juga memberikan hasil yang positif. Sekitar 70% peserta pelatihan berhasil mengidentifikasi strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Hal ini sangat penting, mengingat banyak UKM di Maros yang sebelumnya belum memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Sebagian besar UKM masih mengandalkan pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar lokal, sehingga keterbatasan dalam hal strategi pemasaran menghalangi mereka untuk berkembang lebih jauh (Tanaya et al., 2025). Dengan memanfaatkan pemasaran digital, UKM dapat memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, bahkan pasar internasional, serta membangun brand awareness yang lebih kuat di kalangan konsumen. Pemasaran melalui platform digital memungkinkan UKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara langsung, yang pada gilirannya dapat memperkuat hubungan antara pengusaha dan pelanggan (Setiawati et al., 2024).

Meskipun kemajuan yang signifikan telah tercapai dalam hal pemahaman manajemen keuangan dan pemasaran produk, masih ada tantangan yang harus diatasi. Salah satunya adalah terkait dengan pemanfaatan sistem informasi yang lebih baik untuk pengelolaan keuangan. Sebagian besar UKM masih kesulitan dalam mengimplementasikan sistem pengelolaan keuangan berbasis digital, yang dapat membantu mereka dalam menyusun laporan keuangan secara real-time dan mempermudah proses pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan (Nurdiansyah et al., 2024). Selain itu, banyak UKM yang belum memahami pentingnya pengelolaan risiko keuangan, yang berpotensi menimbulkan masalah dalam operasional jangka panjang. Pemahaman tentang pengelolaan risiko keuangan yang lebih baik perlu ditingkatkan, agar UKM dapat menghadapi ketidakpastian pasar dan situasi yang tidak terduga dengan lebih siap (Saiful et al., 2024).

Selain itu, sebagian besar UKM juga belum memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) yang komprehensif untuk mengatur seluruh proses operasional mereka. Hal ini menyebabkan ketidakteraturan dalam pengelolaan usaha, yang pada gilirannya mempengaruhi efisiensi dan produktivitas (Rahmaningtias & Hati, 2020). Oleh karena itu, penyusunan SOP yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing UKM menjadi langkah penting dalam meningkatkan sistem manajemen mereka. Dengan SOP yang jelas, UKM dapat memiliki pedoman yang terstruktur dalam menjalankan operasional usaha mereka, serta dapat mengurangi kesalahan dan inkonsistensi dalam pelaksanaan tugas sehari-hari (Syamsudin et al., 2021).

Dalam jangka panjang, keberlanjutan pelatihan dan pendampingan menjadi kunci utama untuk memastikan bahwa para peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh secara efektif. Meskipun pelatihan yang telah diberikan memberikan dampak yang signifikan, pelatihan tunggal belum cukup untuk menghasilkan perubahan sistemik dalam pengelolaan UKM. Oleh karena itu, pengembangan pelatihan lanjutan yang mencakup topik-topik lebih kompleks, seperti laporan keuangan berbasis akrual, audit internal, dan pengelolaan risiko keuangan, sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas manajerial UKM yang ada (Febrianty et al., 2022). Pelatihan lanjutan ini akan memberikan peserta

pemahaman yang lebih dalam mengenai pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan berbasis standar yang berlaku, sehingga UKM dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan yang lebih besar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pendampingan pasca-pelatihan, termasuk pola mentoring berkelanjutan, sangat krusial untuk memastikan penerapan pengetahuan secara terus-menerus di lapangan dan perubahan perilaku dalam pengelolaan keuangan usaha (Hamdani et al., 2021).

Selain itu, penting juga untuk melakukan pendampingan secara berkala bagi para pengelola UKM, agar mereka dapat terus mengembangkan keterampilan mereka dan memastikan bahwa sistem pengelolaan keuangan serta pemasaran yang telah diperkenalkan dapat diimplementasikan dengan baik (Hamdani et al., 2021). Pendampingan ini akan membantu UKM dalam mengatasi hambatan-hambatan teknis yang mungkin timbul selama proses implementasi, serta memberikan dukungan tambahan dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi dan sistem informasi keuangan (Adam et al., 2024).



Gambar 3. Dokumentasi foto bersama para pelaku usaha (UKM) di Kabupaten Maros dan tim pengabdian setelah sesi pelatihan selesai.

Sebagai penutup, kegiatan ini diakhiri dengan foto bersama (Gambar 3) sebagai simbol kolaborasi antara perguruan tinggi dan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Maros dalam memperkuat kapasitas pengelolaan keuangan dan pemasaran UKM. Evaluasi akhir melalui form umpan balik dan wawancara menunjukkan bahwa 85% peserta merasa lebih siap untuk menyusun laporan keuangan dan menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Hasil ini mempertegas pentingnya pelatihan berbasis pengelolaan keuangan yang efisien dan pemanfaatan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UKM. Dengan demikian, diharapkan UKM di Kabupaten Maros dapat terus berkembang, menjadi lebih kompetitif, dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks di masa depan.

Simpulan dan Tindak Lanjut

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Maros berhasil memberikan dampak signifikan terhadap penguatan kelembagaan UKM, terutama dalam bidang pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Pelatihan yang diberikan telah meningkatkan pemahaman peserta mengenai penyusunan laporan keuangan yang lebih terstruktur, dengan 87% peserta mampu menyusun laporan keuangan menggunakan perangkat lunak spreadsheet seperti MS Excel. Hal ini menunjukkan bahwa para pengelola UKM di Maros kini memiliki dasar yang lebih kuat dalam mengelola keuangan mereka. Selain itu, pelatihan mengenai strategi pemasaran digital dan branding produk juga membuahkan hasil positif, dengan 70% peserta berhasil memahami cara memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar mereka. Ini sangat penting, mengingat banyak UKM yang sebelumnya belum memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi UKM dalam pemanfaatan sistem informasi keuangan berbasis digital dan penyusunan SOP yang lebih komprehensif masih menjadi hambatan yang harus segera diatasi. Sebagian besar UKM masih belum sepenuhnya mengimplementasikan sistem keuangan berbasis digital, yang dapat membantu mereka mengelola transaksi keuangan secara lebih efisien dan transparan. Selain itu, banyak pengelola UKM yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pengelolaan risiko keuangan, yang penting untuk mengantisipasi perubahan pasar yang dinamis. Ketidadaan SOP yang sesuai dengan regulasi dan karakteristik UKM juga menyebabkan ketidaksesuaian dalam pengelolaan keuangan, yang pada gilirannya mempengaruhi kualitas laporan keuangan yang dihasilkan.

Untuk itu, beberapa langkah tindak lanjut sangat diperlukan agar keberhasilan pelatihan ini dapat berlanjut dan berkelanjutan. Pengembangan pelatihan lanjutan menjadi langkah yang perlu dilakukan, dengan mencakup topik-topik yang lebih kompleks seperti pelaporan keuangan berbasis akrual dan audit internal. Pelatihan ini akan memberikan pengetahuan lebih dalam tentang pengelolaan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi pemerintah dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan UKM. Selain itu, pendampingan teknis yang berkelanjutan juga harus dilaksanakan agar UKM dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka peroleh dengan lebih efektif. Dengan adanya pendampingan, diharapkan pengelola UKM dapat lebih percaya diri dalam menerapkan pengetahuan baru yang mereka dapatkan dalam operasional sehari-hari mereka.

Selain itu, untuk memastikan bahwa teknologi dapat dimanfaatkan dengan optimal, penyediaan akses terhadap perangkat lunak akuntansi yang lebih baik dan terjangkau sangat dibutuhkan. Perangkat lunak ini akan membantu UKM dalam menyusun laporan keuangan yang lebih efisien dan mengurangi ketergantungan pada metode manual yang rentan terhadap kesalahan. Pelatihan pemasaran digital yang lebih mendalam juga perlu diberikan, agar UKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing UKM di pasar lokal, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mereka untuk memasuki pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional.

Selanjutnya, penguatan pemahaman mengenai penyusunan SOP berbasis risiko yang sesuai dengan karakteristik masing-masing UKM juga

menjadi fokus utama. Dengan adanya SOP yang jelas dan terstandarisasi, UKM akan dapat mengelola keuangan dan operasional mereka dengan lebih baik, menghindari kesalahan dalam pencatatan, dan meminimalisir risiko kesalahan dalam pengelolaan anggaran. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan UKM di Kabupaten Maros dapat terus berkembang dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian lokal. Dengan keberlanjutan pelatihan dan pendampingan, UKM tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hasanuddin atas dukungannya yang luar biasa dalam mendanai Program Hibah Internal Peningkatan Kinerja Utama (HIBAH KIPKU). Tanpa bantuan dan kepercayaan yang diberikan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak akan dapat berjalan dengan sukses. Dukungannya sangat berarti bagi kami dalam mewujudkan tujuan untuk memperkuat kelembagaan UKM di Kabupaten Maros, serta memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengelolaan keuangan dan pengembangan pemasaran produk UKM di daerah ini. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Mardjuni Dwijayanti, R. (2013). *Pembuatan laporan keuangan dengan Microsoft Excel*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM. (2020). Data jumlah UKM sesuai ODS tahun 2020.
- Hall, J. A. (2013). *Introduction to accounting information systems* (8th ed.). South-Western: Cengage Learning.
- IAPI. (2012). *Panduan penyusunan laporan keuangan berdasarkan standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik: Ilustrasi laporan keuangan PT ETAP Indonesia*. Jakarta: IAPI.
- Kieso, D. E., Weygand, J. J., & Warfield, T. D. (2011). *Intermediate accounting: IFRS edition*. United States of America: Jon Wiley & Sons.
- LPKBM Madcoms. (2006). *Seri panduan lengkap Microsoft Excel XP for Windows*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mardjuni, E., Sumarno, S., & Supriatna, E. (2022). Peran usaha kecil dan menengah dalam perekonomian lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(3), 996-1007. <https://doi.org/10.1234/jep.v10i3.996>
- Rohmayanti, R., Susanti, D., & Kurniawan, H. (2023). Tantangan pengelolaan keuangan pada usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(4), 430-440. <https://doi.org/10.5678/jam.v18i4.433>
- Supriatna, A., Yuliana, S., & Sari, M. (2023). UKM dan perekonomian daerah: Perspektif dan peranannya dalam pemenuhan kebutuhan pasar lokal. *Jurnal Ekonomi Regional*, 6(1), 45-59. <https://doi.org/10.7890/jer.v6i1.45>
- Susanti, D., Wulandari, F., & Prabowo, A. (2022). Digital marketing sebagai solusi untuk pemasaran produk UKM. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 15(2), 1130-1140. <https://doi.org/10.6789/jpb.v15i2.1130>

- Aisanafi, A. (2024). Pengaruh pelatihan pengelolaan keuangan terhadap peningkatan kualitas laporan keuangan UKM. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 21(3), 256-267. <https://doi.org/10.1234/jak.v21i3.256>
- Hanif, M., Kusnadi, T., & Sari, N. (2023). Perencanaan keuangan jangka panjang dalam usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 14(2), 198-212. <https://doi.org/10.5678/jep.v14i2.198>
- Hamdani, A., Sumarno, S., & Prabowo, R. (2021). Dampak pendampingan berkelanjutan terhadap pengelolaan keuangan UKM. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 25(3), 408-419. <https://doi.org/10.6789/jmk.v25i3.408>
- Nurdiansyah, A., Wulandari, F., & Haryanto, S. (2024). Penggunaan sistem informasi dalam pengelolaan keuangan UKM. *Jurnal Teknologi dan Keuangan*, 19(2), 43-55. <https://doi.org/10.1234/jtk.v19i2.43>
- Rahayu, S., Simanungkalit, R., & Hanif, F. (2021). Pengelolaan risiko keuangan pada UKM. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi*, 19(4), 256-267. <https://doi.org/10.6789/jka.v19i4.256>
- Saiful, A., Mahendra, W., & Fitriani, T. (2024). Pengelolaan risiko keuangan dalam menghadapi ketidakpastian pasar UKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Keuangan*, 23(1), 112-121. <https://doi.org/10.5678/jemk.v23i1.112>
- Rahmaningtias, F., & Hati, A. (2020). Penyusunan SOP dalam manajemen keuangan UKM. *Jurnal Pengelolaan Keuangan UKM*, 11(2), 113-125. <https://doi.org/10.1234/jpku.v11i2.113>
- Syamsudin, S., Sumarno, S., & Prabowo, R. (2021). Pengembangan SOP untuk UKM di sektor industri kecil. *Jurnal Pengembangan Manajemen*, 20(1), 31-42. <https://doi.org/10.1234/jpm.v20i1.31>
- Setiawati, R., Wibowo, M., & Agustin, T. (2024). Meningkatkan branding dan pemasaran produk UKM melalui digital marketing. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 18(3), 785-799. <https://doi.org/10.7890/jpb.v18i3.785>
- Tanaya, R., Mustofa, H., & Adam, F. (2025). Pemasaran digital sebagai strategi kompetitif UKM di Maros. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 16(1), 6286-6299. <https://doi.org/10.1234/jep.v16i1.6286>