

Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Keuangan Sera Pemasaran Digital Terhadap Pelaku UMKM Dikelurahan

Moch. Rizal., Muhammad Lutfi., Wenty Febrianti., Rawidjo., Rama Yuli

Dosen STIE Muhammadiyah Jakarta

wentystiemj@gmail.com

ABSTRAK

Di awal tahun 2021 ini, setelah hampir dua tahun kita semua mengalami keadaan prihatin di karenakan kondisi Pandemi Covid 19 yang mengakibatkan seluruh aspek ekonomi terkena dampaknya. Bagi kalangan masyarakat kelas menengah dan ke bawah tentunya kondisi ini semakin sulit bagi mereka, para karyawan yang tadinya bekerja sekarang sebagian besar menganggur karena terkena PHK sehingga perlu ada alternative pekerjaan diantaranya adalah dengan berwirausaha. Para pelaku usaha UMKM juga mengalami kendala yang sama, bisnis yang mereka kelola yang tadinya berjalan baik sekarang mulai terseok-seok dengan adanya pandemi dimana pelanggan mereka makin lama makin berkurang akibat adanya pandemi Covid 19 yang melanda sudah 2 tahun ini. PKM STIE Muhammadiyah Jakarta melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah Tangerang Selatan meliputi pelatihan mengelola keuangan, pelatihan dan pengenalan pajak, dan pelatihan pemasaran digital. Target luaran yang diharapkan dari Pengabdian Masyarakat adalah : 1) Meningkatkan kemampuan Pelaku UMKM dalam bidang pengembangan bisnis dan analisis peluang pasar, khususnya pasar online; 2) Para Pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan / skill dalam hal manajemen administrasi dan keuangan; 3) Meningkatkan kemampuan dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui *platform online*; 4) Mempromosikan bisnis Pelakuk UMKM dengan mitra bisnis STIEMJ seperti pemilik modal, bank, pemasok, distributor, dan lain-lain.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran Digital, Administasi Keuangan, Pelatihan Pajak.

ABSTRAC

At the beginning of 2021, after almost two years, we are all in a state of concern due to the Covid-19 pandemic which has affected all aspects of the economy. For the middle class and lower classes, of course, this condition is getting more difficult for them, the employees who used to work are now mostly unemployed because they have been laid off, so there needs to be alternative jobs, including entrepreneurship. MSME business actors are also experiencing the same obstacles, the businesses they manage which previously went well are now starting to stumble with the pandemic where their customers are getting less and less due to the Covid 19 pandemic that has hit for 2 years now. PKM STIE Muhammadiyah Jakarta conducted training and mentoring for MSME actors in Sarua Indah Village, South Tangerang, including financial management training, training and introduction to taxes, and digital marketing training. The expected output targets from Community Service are: 1) Improving the ability of MSME actors in the field of business development and analysis of market opportunities, especially online markets; 2) MSME actors can improve their abilities/skills in terms of administrative and financial management; 3) Improve

the ability to carry out marketing activities through online platforms; 4) Promote the business of SMEs with STIEMJ business partners such as capital owners, banks, suppliers, distributors, and others.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Financial Administration, Tax Training.

PENDAHULUAN

Pada saat ini Pemerintah Indonesia menaruh perhatian terhadap usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan mendirikan wadah bagi UMKM dibawah kementerian koperasi dan ukm, UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah bahkan Negara (Febrianti dan Abdulah, 2020). Sesuai dengan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam peningkatan penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan penyediaan jaring pengaman khususnya bagi masyarakat yang terimbas krisis keuangan dan ekonomi. Sehingga banyak masyarakat yang beralih untuk ikut serta merintis usaha sendiri. Kontribusi UMKM dalam penciptaan (PDB) pada tahun 2011 mencapai sebesar 57,60% dari total PDB nasional (Febrianti & Abdulah, 2020). Hasil survey BPS tahun 2017, unit usaha UMKM menempati 99,9% dari total unit usaha di Indonesia dengan jumlah 62,9 juta unit usaha menurut Bank Indonesia. Akan tetapi di masa sekarang ini dimana manusia hidup berdampingan dengan pandemi covid-19 sejak awal tahun 2020 sampai dengan sekarang ini ternyata membawa dampak yang luar biasa diberbagai aspek kehidupan, tanpa terkecuali aspek ekonomi. Hasil survei BPS yang dilakukan pada periode 10 Juli hingga 26 Juli 2020 di Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara serta Maluku dan Papua, menunjukkan bahwa 82,29% dari responden usaha menengah besar (UMB) dan 84,20% responden usaha menengah kecil (UMK) mengalami penurunan pendapatan selama pandemi (Febrianti & Abdulah, 2020). Artinya pandemi covid-19 menambah permasalahan baru bagi pelaku usaha, yang sebelum nya dunia UMKM ini juga sudah memiliki beberapa kendala seperti yang sudah di rangkum pada penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti & Abdulah, 2020) pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Kendala Para Pelaku
UMKM**

No.	Kendala
1.	Teknologi
2.	Pengelolaan SDM
3.	Proses Produksi
4.	Tidak ada nya akses pembiayaan
5.	Tidak memiliki akses peluang dan usaha
6.	Masalah regulasi dan birokrasi

Sumber : Febrianti dan Abdulah
(2020)

Permasalahan yang sering dihadapi para pelaku UMKM yang sudah dirangkum oleh peneliti sebelumnya ternyata sejalan dengan kondisi para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan kepada dua puluh (20) pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang ternyata permasalahan yang sering dihadapi adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Kendala Para Pelaku
UMKM
Kelurahan Sarua Indah, Ciputat
Tangerang**

No.	Kendala
1.	Teknologi
2.	Proses Pemasaran
3.	Produksi
4.	Manajemen Keuangan

Sumber : Observasi (2021)

Sehingga berdasarkan kendala yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang dapat disimpulkan bahwa ada nya kebutuhan pelatihan yang harus dilakukan untuk meningkatkan kemajuan UMKM di wilayah Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang, meskipun para pelaku usaha telah berpendidikan formal, akan tetapi tidak semua pelaku usaha mempunyai latar belakang ilmu manajemen dan akuntansi, sehingga pengelolaan usaha yang mereka lakukan sering mengalami kendala. Hal ini terbukti dari hasil observasi para pelaku usaha masih belum memahami bagaimana cara melakukan promosi yang benar terutama yang berkaitan dengan promosi secara digital. Padahal ini penting dilakukan karena pemasaran merupakan fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan (Haryanti et al., 2017). Di era yang serba digital ini dan dengan situasi kondisi pandemi covid 19 sekiranya kegiatan promosi secara digital menjadi hal yang harus dilakukan demi menjaga kelangsungan operasional para pelaku UMKM, penerapan marketing dengan mulai mengadopsi media internet, yang kemudian disebut sebagai *e-marketing*. Menurut Chaffey (2015) dalam penelitian Ratna *e-marketing* merupakan pengembangan dari marketing tradisional dimana marketing tradisional adalah suatu proses pemasaran melalui media komunikasi offline seperti melalui penyebaran brosur, iklan di televisi dan radio, dan lain sebagainya (Ratna Gumilang, 2019). Digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan (Ali, 2013). Permasalahan berikut nya adalah masih

banyak pelaku usaha yang mencampur adukan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, seharusnya para pelaku usaha mulai menerapkan perilaku manajemen keuangan demi tertibnya arus keuangan usaha. Mien dan Thao (2015) dalam penelitian Sabiq menggambarkan perilaku manajemen keuangan sebagai suatu pengambilan keputusan keuangan, harmonisasi motif individu dan tujuan UMKM (Sabiq Hilal Al Falih et al., 2019). Fungsi dari manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) adalah: a. Kegiatan mencari dana (obtain of fund) yang ditujukan untuk keputusan investasi yang menghasilkan laba. b. Kegiatan mengalokasikan dana (allocation of fund), kegiatan ini ditujukan untuk mengelola penggunaan dana dalam kegiatan perusahaan (Sabiq Hilal Al Falih et al., 2019). Kemudian hal yang berkaitan dengan keuangan lainnya adalah administrasi pajak yang harus dilakukan para pelaku UMKM. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari dalam negeri. Besar-kecilnya pajak akan menentukan kapasitas anggaran negara dalam membiayai pengeluaran negara, baik untuk pembiayaan pembangunan maupun untuk pembiayaan anggaran rutin. Oleh karena itu, guna mendapatkan penerimaan negara yang besar dari sektor pajak, maka dibutuhkan serangkaian upaya yang dapat meningkatkan, baik subjek maupun objek pajak yang ada. Nurmantu dalam Listiyowati, *et.al* (2021) kepatuhan perpajakan didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Ada dua macam kepatuhan perpajakan yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Sehingga untuk meningkatkan cara pengelolaan usaha yang baik pelatihan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang melalui program Pengabdian Kepada

Masyarakat (PKM) STIE Muhammadiyah Jakarta. Program Pengabdian Masyarakat yang dilakukan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara melakukan pemasaran secara digital, dan pelatihan manajemen keuangan serta administrasi pajak kepada UMKM Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang yang terdiri dari :

Tabel 3. Daftar Pelaku UMKM Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang

No.	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Makanan Kemasan	6
2.	Jual Baju	3
3.	Jual Parfum	2
4.	Bumbu Dapur	2
5.	Produksi Krupuk	2
6	Katering	1
7	Aksesoris	1
8	Sablon kaos	1
9	Percetakan kecil	1
10	Kebab	1

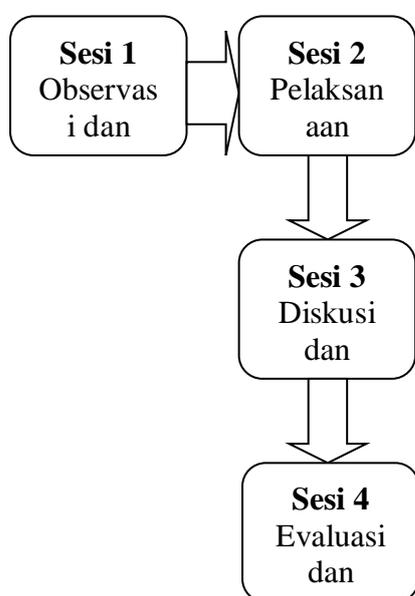
Sumber : Observasi (2021)

Kegiatan PKM yang dilakukan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam melakukan kegiatan administrasi keuangan dan melakukan pemasaran yang efektif terhadap produk yang mereka miliki, tentunya dengan memanfaatkan teknologi yang ada di sekitar para pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan laju pertumbuhan bisnis atau usaha di masa pandemi covid-19. Diharapkan *output* dari pelatihan yang dilakukan tentunya para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana melakukan manajemen keuangan dengan baik, dan

melakukan pemasaran produk secara efektif melalui digitalisasi.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang melalui metode presentasi materi, ceramah dan diskusi. Kegiatan ini dilakukan selama satu hari, pada hari Kamis, tanggal 9 September 2021. Penentuan hari ditentukan oleh Lurah Sarua Indah, Ciputat Tangerang. Penetapan lokasi PKM ini merupakan suatu usaha untuk meningkatkan produktivitas kegiatan bisnis UMKM terutama yang berkaitan dengan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Harapannya adalah peserta pelatihan dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat dalam mengelola kegiatan usahanya. Sistematika pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan serta Pemasaran Digital

Sumber: Tim PKM STIEMJ (2021)

Sesi 1

Kegiatan PKM dimulai dengan melakukan observasi pada bulan Agustus – September 2021 terhadap para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang, dengan memperhatikan apa yang menjadi kendala dan kebutuhan para pelaku usaha dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan.

Sesi 2

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan menggunakan metode presentasi pemaparan materi, melalui ceramah, diskusi dan Tanya jawab. Program pelatihan yang diberikan terkait dengan apa yang menjadi kendala para pelaku UMKM di Kelurahan Sarua Indah, Ciputat Tangerang yaitu mengenai pengelolaan keuangan usaha, pengetahuan tentang pajak bagi para pelaku UMKM dan bagaimana melakukan pemasaran dengan bantuan teknologi atau biasa yang disebut dengan pemasaran digital. Pelatihan yang diberikan pada masa pandemi covid-19 ini tentunya tim pengabdian tetap memperhatikan protokol kesehatan, mulai dengan pembatasan peserta pelatihan yakni sebanyak dua puluh (20) pelaku UMKM dan seluruh peserta pelatihan wajib menggunakan masker, dan pengaturan tempat duduk dibuat berjarak. Adapun sistematika pelaksanaan pelatihan ini melalui metode Presentasi Materi / Ceramah. Dengan adanya metode presentasi materi ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan secara teori dan tutorial mengenai pengelolaan keuangan, kesadaran pajak bagi pelaku UMKM dan bagaimana melakukan pemasaran secara digital, sehingga dengan adanya teori dan tutorial tersebut dapat memberikan gambaran umum kepada para pelaku UMKM akan pentingnya pengelolaan bisnis usaha secara terstruktur dan sistematis baik dari segi manajemen keuangannya maupun dari segi pemasaran produknya. Selain itu metode ceramah terkait dengan pengetahuan yang dibutuhkan para pelaku UMKM membuat

para pelaku UMKM lebih termotivasi dalam menjalankan bisnis usahanya.

Sesi 3

Pada sesi ini dilakukan metode diskusi dan tanya jawab, di sesi diskusi dan tanya jawab peserta diberikan kesempatan untuk melakukan diskusi terkait dengan permasalahan yang berkaitan yang sering dialami oleh para pelaku UMKM. Pada sesi ini terlihat sekali para pelaku UMKM sangat antusias dengan melontarkan beberapa pertanyaan menarik yang berkaitan dengan permasalahan usaha yang sedang dijalankan dan tentunya berharap mendapatkan jawaban yang dapat di implementasikan kepada usaha yang mereka jalankan.

Sesi 4

Setelah dilakukan pemaparan materi dan tutorial terkait dengan manajemen keuangan dan pemasaran digital, para pelaku usaha dapat mempraktekan bagaimana cara mengelola keuangan usaha dan melakukan pemasaran digital dengan bantuan *platform-platform atau software* yang dapat mendukung proses kegiatan usaha mereka. Tahap pengamatan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan terhadap para pelaku UMKM menjadi tolak ukur untuk mengetahui terdapatnya peningkatan pengetahuan dan perilaku secara kompetensi dari para peserta pelatihan. Kegiatan monitoring dilihat sejak dimulainya sosialisasi pelatihan sampai pada penutupan, Dalam tahap ini, setiap materi yang disampaikan oleh tim PKM mendapat respon aktif dari seluruh peserta. Pada waktu untuk diskusi, keaktifan para peserta juga dimonitoring, peserta sangat aktif mengajukan pertanyaan terkait dengan masalah yang dihadapinya dalam usahanya, dan masih berkaitan dengan materi yang disampaikan. Berbagai pertanyaan yang diajukan peserta, narasumber berupaya memberikan jawaban dengan memberikan contoh dalam mengatasi setiap masalah yang sudah dialami dan sedang dihadapi

dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta. Pemantauan dilakukan untuk melihat sudah sejauh mana praktek pengelolaan manajemen keuangan dan pemasaran digital yang dilakukan untuk mengembangkan usaha para pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dimulai pada pukul 10.00 WIB, diawali dengan pembukaan M Supardi selaku perwakilan dari Kelurahan Sarua Indah, dan sambutan oleh ketua tim pengabdian yaitu bapak Moch. Rizal, SE, MM. Acara selanjutnya pemberian materi dan penyuluhan mengenai manajemen keuangan yang disampaikan oleh Wenty Febrianti, SE, MM yang memberikan gambaran bagaimana cara mengelola keuangan usaha yang telah dirangkum sebagai berikut:

1. Memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha guna mengetahui pengeluaran serta pemasukan usaha dengan jelas
2. Memahami pembukuan keuangan dengan selalu melakukan pencatatan transaksi kegiatan usaha pada jurnal, buku besar, serta pembuatan neraca dan laporan keuangan.
3. Memberikan contoh bagaimana penjurnalan, buku besar, neraca saldo dan laporan keuangan.
4. Merencanakan penggunaan uang sebaik mungkin, Sesuaikan rencana pengeluaran dengan target-target penjualan dan penerimaan kas. Sehingga uang yang dikeluarkan adalah benar-benar untuk kegiatan usaha.
5. Melakukan perputaran kas secara efektif dengan tidak hanya memperhatikan keuntungan semata, akan tetapi memperhatikan juga manajemen hutang piutang dan persediaan.
6. Memastikan perhitungan keuntungan, bagian yang terpenting

dalam menghitung keuntungan adalah dengan menghitung biaya-biaya. Sebagian besar biaya dapat diketahui karena melibatkan pembayaran uang tunai. Namun sebagian yang lainnya tidak berupa uang kas, seperti penyusutan dan amortisasi. Kemudian sebagian lagi belum terjadi namun perlu dicadangkan untuk dikeluarkan di masa mendatang, seperti pajak dan bunga pinjaman.

7. Gunakan software pembukuan yang banyak disediakan pada smartphone, Software ini bisa membantu Anda melakukan pencatatan keuangan usaha, mulai dari pengeluaran, pemasukan, hingga pencatatan utang piutang.

Kegiatan berikutnya adalah penyuluhan kepada para pelaku UMKM Sarua Indah, dan tutorial bagaimana cara memasarkan produk secara digital yang disampaikan oleh bapak Moch. Rizal, SE, MM yang telah dirangkum sebagai berikut:

1. Cara riset pasar untuk mencari produk untuk di jual (google trend, uber suggest)
2. Cara berjualan modal nol di marketplace
3. Cara membuat website sederhana (google site)
4. Membuat promosi pemasaran (design menggunakan Canva)

Acara berikutnya adalah penyampaian materi mengenai pajak bagi pelaku UMKM yang disampaikan oleh bapak Drs. Rawidjo SE, MM yang telah dirangkum sebagai berikut:

1. Menjelaskan apa saja yang termasuk perpajakan UMKM seperti pph 21, pph 23, pph 26, pph pasal 4 ayat 2 dan pph final PP 23 2018, serta PPN
2. Menjelaskan mengenai besaran omset UMKM yang harus wajib pajak



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital

Sumber: Tim PKM STIEMJ (2021)

Secara khusus hasil dari kegiatan PKM ini adalah:

1. Para pelaku UMKM merasa lebih termotivasi dan menyatakan bahwa kegiatan pelatihan ini sangat perlu dilaksanakan, karena peserta merasa bahwa kegiatan ini sangat membantu dalam melakukan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dari mulai pencatatan, sampai pembuatan laporan keuangan usaha secara sederhana baik dilakukan dengan menggunakan excel maupun menggunakan software pembukuan.
2. Pelatihan mengajarkan para pelaku UMKM untuk lebih paham memanfaatkan teknologi dengan melakukan pemasaran produk secara digital, dari mulai bagaimana menentukan trend produk yang sedang hits dipasaran, bagaimana melakukan transaksi penjualan secara online sampai dengan pembuatan website usaha secara mandiri.
3. Para pelaku usaha menjadi paham kriteria-kriteria apa saja yang mengharuskan pelaku usaha ikut berkontribusi dalam dunia perpajakan.
4. Para pelaku usaha merasas terbantu dan memiliki gambaran serta pengetahuan tambahan dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Kesimpulan daripada kegiatan PKM ini adalah dari angket yang di berikan kepada para peserta mereka merasa puas dan tertantang untuk melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Melakukan pengadministrasian keuangan secara baik memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, melakukan pengadministrasian dan pencatatan

seluruh transaksi keuangan di dalam usaha.

2. Setelah pelatihan ini mereka menjadi mempunyai pengetahuan tentang peraturan perpajakan sehingga nantinya akan mentaati peraturan perpajakan dan menjalankannya.
3. Ingin segera melakukan bisnis dari konvensional ke online melalui berbagai platform yang mereka sukai dan kuasai baik melalui marketplace, melalui social media, web, dll
4. Ingin melakukan pelatihan berikutnya dan melakukan pendampingan dalam proses perbaikan dan implementasi dari ilmu yang di dapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). UPAYA PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI PENINGKATAN KOMPETENSI. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- FEBRIANTI, W., & ABDULAH, B. (2020). ... *Effect of Human Resources Management on Micro, Small, Medium, Enterprises (MSMEs) Towards the MSMEs' Performance: A Case Study at MSMEs In Trusmi ...* 4(3), 49-55. <https://www.academia.edu/download/65483010/IRE1702479.pdf>
- Listiyowati., Iin Indarti., Fitri Wijayanti., Freddy Aldo Setiawan. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 10 (1), 41 – 59.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2017). Analisis Strategi Pemasaran

- Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 144–151.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(1), 71-75.
- Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295-301.
- Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021). MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK MENGHADAPI DAN BERTAHAN DI ERA COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). EVALUASI PENERAPAN 3M DIMASA PANDEMIC COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). PENGARUH DISPLIN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP PENCEGAHAN PENULARAN VIRUS COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L. (2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF

- MENINGKATKAN MUTU
PRODUKSI UMKM DI DESA
BELEGA KABUPATEN
GIANYAR. *Pro Bono Jurnal
Pengabdian Kepada
Masyarakat, 1(02).*
- Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN
BERBASIS ONLINE DI ERA
COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri
Dharma Manajemen, 2(3), 26-32.*
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021).
ADAPTASI KEHIDUPAN NEW
NORMAL PADA MASA
PANDEMI COVID-19
DIYAYASAN PONDOK
PESANTREN DAN PANTI
ASUHAN NURUL IKHSAN
KECAMATAN SETU, KOTA
TANGERANG SELATAN. *Jurnal
Lokabmas Kreatif: Loyalitas
Kreatifitas Abdi Masyarakat
Kreatif, 2(2), 82-88.*
- Pasaribu, V. L. D., Fitiryani, B., Fauziah, N.,
Syaharani, P. N., Saputri, R. I., &
Nasyadilla, R. P. (2022).
PERPUSTAKAAN DALAM
RANGKA MENINGKATKAN
MINAT BELAJAR ANAK
REMAJA. *Abdi Laksana: Jurnal
Pengabdian Kepada
Masyarakat, 3(2), 352-361.*
- Pasaribu, V. L. D., & Krisnaldy, K. (2019).
Manajemen Risiko dan Asuransi.
- Ramadhan, M., & Pasaribu, V. L. D.
(2022). *Manajemen Sumber Daya
Manusia*. Pascal Books.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi
Digital Marketing Terhadap
Peningkatan Penjualan Hasil Home
Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah
Manajemen, 10(1), 9-14.*
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sabiq Hilal Al Falih, M., Rizqi, R. M., &
Adhitya Ananda, N. (2019).
Pengelolaan Keuangan Dan
Pengembangan Usaha Pada Usaha
Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus
Pada Umkm Madu Hutan Lestari
Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan
Bisnis, 2(1).*
<https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor
20 Tahun. (2008). *Undang-Undang
Republik Indonesia Nomor 20 Tahun
2008. 1.*