

INOVASI UMKM DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN EKONOMI

¹ Lioni Indrayani, ² I Ketut Wenten, ³ Tsarina Zenabia

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
E-mail: dosen02626@unpam.ac.id

ABSTRACT

MSME, with their ability to read the wants and needs of the people who prioritize efficiency and practice, often make breakthroughs in entrepreneurship that make big entrepreneurs amazed by the innovations created by MSMEs. Business development by utilizing digital marketing technology is a way to survive and develop MSMEs in South Tangerang. Innovation, original ideas and the ability to read consumer needs continue to be made. Seeing the current entrepreneurial ability of the community, the Lecturer Team of the Accounting Study Program at Pamulang University wants to continue the entrepreneurial development of the UMKM Man Zone Primary which includes culinary businesses, motorbike washing and barbershops. Community Service Activities that will be carried out are by holding training for MSMEs on financial management and also business cash flow for business development. In the Training Activities, MSME Partners will share experiences on how to develop their business from the beginning to the present. The Discussion Method is used in the field of digital marketing as a strength for MSME development and a brief practice of making simple financial reports.

Keywords: Innovation, MSME, Economic

ABSTRAK

Inovasi dari UMKM yang dilakukan oleh para penggiat UMKM sangatlah dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang saat ini sangat mengutamakan efisiensi dan kepraktisan. Inovasi-inovasi yang dilakukan inilah yang selalu membuat para pengusaha besar dan pemilik modal terkagum-kagum. Perkembangan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital marketing adalah cara bertahan dan berkembang UMKM di Tangerang Selatan. Pemanfaatan digital marketing sebagai media dalam mempertemukan produsen dengan kebutuhan pasar saat ini. Melihat kemampuan wirausaha masyarakat di masa endemi, melahirkan beragam inovasi dalam usaha. Tim Dosen Prodi Akuntansi Universitas Pamulang tertarik dan berkeinginan melanjutkan pengembangan wirausaha dari UMKM Man Zone Pratama yang di dalamnya mencakup usaha kuliner, cuci motor dan barbershop. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang akan dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan kepada UMKM tentang pengelolaan keuangan dan juga cashflow usaha dalam kegiatan operasionalnya. Dalam kegiatan pelatihan, Mitra UMKM akan berbagi pengalaman bagaimana mengembangkan usahanya dari awal sampai dengan saat ini. Metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian ini adalah Metode Diskusi dalam bidang digital marketing sebagai kekuatan pengembangan UMKM serta praktek singkat membuat laporan keuangan secara sederhana.

Kata Kunci: Inovasi, UMKM, Ekonomi

PENDAHULUAN

Masa endemi Covid-19 di Indonesia adalah pada tahun 2022, seperti yang disampaikan Ibu Sri Mulyani, Menteri Keuangan RI. Dalam masa ini adalah peralihan yang memerlukan penyesuaian kembali pada kebiasaan hidup normal dalam kegiatan ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah juga termasuk dalam sector kegiatan ekonomi yang memerlukan adaptasi kembali menuju normal. Seperti yang kita ketahui bagaimana UMKM menjadi garda terdepan penyelamat ekonomi keluarga dan bangsa dalam masa pandemi.

Dalam upaya untuk mendorong pembaruan yang terbentuk dalam sebuah produk atau sering disebut dengan inovasi dan mengembangkan gagasan dan ide usaha baru bagi bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) selama masa endemi maka dibutuhkan adanya

kinerja yang semakin meningkat. Kinerja suatu perusahaan merupakan indikator kapasitas suatu perusahaan dalam mencapai tujuan secara efisien (Parji, Wahyudi, Wardiningsih, 2019). Dalam mengukur kinerja perusahaan ada 14 indikator kinerja antara lain: kepuasan karyawan, produktivitas laba, reputasi omzet atau pendapatan, cukup modal, kesesuaian produk, efektivitas produksi, pengurangan biaya produksi, kualitas produk, pencapaian target, banyaknya customer dan kemudahan yang dapat dilakukan dalam pengawasan (Gopang, et al., 2017). UMKM sering menghadapi masalah dalam meningkatkan kinerjanya, salah satu contohnya kesulitan dalam mempertahankan pertumbuhan dan perkembangan. Beberapa factor yang menyebabkan timbulnya masalah di atas antara lain masalah SDM atau sumber daya manusia, kepemilikan barang dan jasa (produk), pendanaan, dan marketing yang menyebabkan UMKM tidak mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan besar (Subroto, et al., 2016).

UMKM di Indonesia memegang peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran (Suseno, Yusuf, Hidayat & Surani, 2021). Mereka memiliki kontribusi yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, baik dalam hal jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja. UMKM berperan krusial dalam meningkatkan kekuatan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu dibutuhkan program pembaruan (inovasi) dan mengembangkan UMKM yang berfokus pada beberapa factor (Hardilawati, 2020). Program ini tidak hanya untuk menjaga kelangsungan usaha, tetapi sekaligus untuk pengembangan UMKM terutama dalam memanfaatkan information technology terutama didalam penggunaan media sosial dalam rangka memasarkan produk (Zanuar Rifai & Meiliana, 2020) yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan pemasaran barang dan jasa diproduksi.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah UMKM kuliner, cuci motor dan barbershop yang beralamat di Ciater, Kota Tangsel. Beberapa UMKM ini ada di bawah bendera UMKM Man Zone Pratama. UMKM kuliner di dalamnya, terdiri dari beberapa UMKM, yaitu: yang menjual lauk pauk dan soto; warung mie instan, UMKM bebek Madura dan Pempek Palembang.

Pemilik UMKM Man Zone Pratama adalah Bapak Edy Djunaedi Ginting. Jauh sebelum pandemic, Pak Djun sudah menjalankan UMKM di lokasi yang sama dengan nama Kantin Kencana. Kantin Kencana dulu mengalami masa kejayaan karena lokasi yang strategis di dekat Kantor Kementerian Agama dan Lokasi Wisata Tandon Ciater.

Saat pandemik, UMKM Kantin Kencana mengalami dampak besar sehingga harus tutup, karena pembatasan aktivitas masyarakat. Setelah masa pandemic berangsur normal, pemilik usaha berpikir untuk melakukan inovasi usaha yaitu membuka suatu tempat usaha. Bagi customer yang mencuci dan *detailing* motor, sambil menunggu motor dicuci, bisa sembari potong rambut di barbershop juga dapat sembari makan atau minum dari warung-warung yang disediakan. Begitupun sebaliknya, bila customer datang untuk potong rambut, yang menunggunya bisa sambil makan mie instan atau hidangan bebek madura.

Untuk UMKM Kuliner di bawah Men Zone Pratama sangat mengutamakan mutu, untuk pempek Palembang adalah produk asli yang dikirim oleh *supplier* dari Palembang, sehingga cukonya sangat enak dan khas Palembang.

Persoalan yang terjadi pada UMKM Man Zone Pratama adalah mengenai omset yang tidak menentu. Dalam tiga bulan terakhir omset naik turun, sehingga mempengaruhi *cashflow* usaha. Selain omset yang sedang menurun juga membutuhkan stimulan dalam pengelolaan aspek manajemen dan aspek pemasaran. Memperhatikan aspek pemasaran produk dan jasanya yang digunakan pengusaha UMKM adalah tipe *mixed* antara *online* dan langsung (*customer get customer*).

Untuk mengatasi masalah administrasi pembukuan yang belum lengkap, dosen sebagai tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah membantu memberikan beberapa jalan keluar kepada mitra mereka. Salah satu solusi yang ditawarkan yang ditawarkan adalah pelatihan yang dilakukan secara bertahap dan terstruktur. Pelatihan ini meliputi pembinaan, pendampingan serta strategi berinovasi di bidang pemasaran dan produksi. Pada sesi akhir pelatihan untuk memperoleh umpan balik dari para peserta maka dilakukan sesi *sharing* atau diskusi dalam bentuk tanya jawab sebagai bahan evaluasi. Disamping itu juga, kegiatan pembinaan dilakukan secara cuma-cuma tanpa dikenakan biaya pelatihan. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan untuk menarik para peserta dan tentunya lebih antusias ikut serta dalam pelatihan yang diselenggarakan. Pelaksanaan kegiatan ini didukung oleh nara sumber yang memiliki kompetensi dalam bidang yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi oleh para peserta (mitra).

Pelaksanaan kegiatan PKM memberikan peluang bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) agar supaya tetap produktif dalam masa endemi Covid-19 melalui pelaksanaan inovasi usahanya. Tim Dosen Universitas Pamulang Prodi Sarjana Akuntansi berusaha memberikan motivasi dalam menghadapi persaingan sehingga UMKM memiliki daya saing yang kuat serta membantu mereka memanfaatkan peluang yang ada melalui medsos (media sosial). Untuk mencapai hal ini, penting bagi UMKM untuk memiliki *knowledge* (pengetahuan) dan pemahaman yang mendasar berkaitan dengan produk baik bentuk maupun model serta kemasan melalui pemaparan (*presentasi*) atau *content creator digital*. Melalui penggunaan media social seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter dan platform lainnya, diharapkan UMKM dapat membuat *content creator digital* sebagai media promosi yang tepat guna dan tepat sasaran serta efektif untuk meraih minat calon pembeli (konsumen). Hasil penelitian dari Lina dan Permatasari (2020), menunjukkan bahwa penggunaan media social dalam proses bisnis dapat meningkatkan proses kinerja UMKM baik dalam hal *marketing* (pemasaran) maupun *finance* (keuangan). Disamping itu juga pelaksanaan kegiatan pelatihan *marketing* (pemasaran digital) melalui *landing page* dan menseting (mengatur) medsos dengan baik bagi perusahaan *startup* juga terbukti dapat membantu pada bisnis prosesnya (Febrian et al., 2021).

Dalam mengembangkan kegiatan wirausaha, penting untuk mengembangkan pola pikir yang meliputi berbagai aspek seperti pengembangan produk, persiapan produk berkualitas, pengemasan produk yang menarik, pemanfaatan teknologi atau medsos sebagai media pemasaran dan kegiatan usaha tetap bersaing dengan memperhatikan aspek harga yang kompetitif. Dalam melatih mindset (pola pikir) kewirausahaan, dapat dilakukan melalui media sosial (medsos) yang dapat digunakan sebagai media promosi barang dan jasa (produk) bagi calon pelanggan atau masyarakat luas. Melalui medsos (social media), seorang pengusaha dapat menjelaskan profil usahanya kepada khalayak umum. Sosial media merupakan platform yang umum digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* yang dijelaskan Krisnawati (2016). Kesadaran Merk (*Brand awareness*) mengacu pada

kemampuan calon pelanggan (calon konsumen) untuk dapat memahami atau mengenali bagian dari suatu merek atau kembali dapat mengingat suatu merek sebagai bagian dari category (kategori) tertentu.

Panitia pelaksana (Tim Dosen) kegiatan PKM menggunakan konsep kegiatan *problem based Learning method* yang merupakan salah satu *training strategy* (strategi pelatihan) yang mempunyai *taining methode* (metode pelatihan) yang berkaitan dengan materi pelatihan dengan management (manajemen) dan marketing (pemasaran) jasa usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam masa endemi Covid-19. Dalam hal ini tentunya kegiatan kewirausahaan harus memperhatikan kebutuhan calon pelanggan (pasar) yang nampaknya mulai mengalami peningkatan menuju normal.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM ini awalnya dimulai dengan diskusi terlebih dahulu dengan pemilik UMKM Man Zone Pratama dengan maksud untuk mengetahui dan memahami permasalahan apa yang dihadapi oleh mitra usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menjadi binaan. Selanjutnya diteruskan dengan penyuluhan secara langsung yang direncanakan pada hari Selasa, 14 Maret 2023 dengan topik Inovasi UMKM dalam Menghadapi perubahan Ekonomi, yang mana materi ini menyesuaikan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra usaha dalam diskusi awal.

Sebanyak 15 orang peserta hadir yang merupakan pelaku UMKM di bawah Man Zone Pratama, Ciater Tangerang Selatan. Materi yang dipaparkan oleh nara sumber merupakan salah satu materi yang sangat menarik untuk dijelaskan sebagai pemahaman dalam masa endemic seperti saat ini, banyak UMKM yang justru gulung tikar karena daya beli masyarakat menurun. Waktu yang diperlukan untuk kegiatan penyuluhan sebanyak 30 menit di awal, kemudian nara sumber memberikan kesempatan untuk diskusi tanya jawab berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi peserta dan memberikan jalan keluar semaksimal mungkin.

Panitia pelaksana (Tim Dosen) dari Prodi Akuntansi Universitas Pamulang bergarap dapat memberikan solusi bagi penggiat Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mengembangkan wirausaha dengan melakukan pelatihan pembukuan sederhana dan pengelolaan Cashflow. Tim Dosen Pengabdian ikut membantu dalam kegiatan dan mengarahkan peserta dalam hal ini adalah peserta dari UMKM.

Setelah peserta pelatihan memahami proses pengelolaan keuangan yang baik, selanjutnya Tim Dosen memberi materi pentingnya pemasaran produk dengan digital marketing. Tujuan dari kegiatan pemasaran tentunya supaya mendapatkan konsumen lebih banyak lagi. Dengan banyaknya konsumen yang tertarik dengan produk UMKM tentunya akan meningkatkan pula penghasilan.

Generasi milenial merupakan pelaku utama dalam memanfaatkan digital marketing untuk mengembangkan bisnis saat ini. Mereka seringkali menjadi penggerak inovasi, memiliki ide-ide orisinal dan memiliki kemampuan membaca kebutuhan konsumen. Melihat kemampuan wirausaha penggiat Usaha Mikro Kecil dan Menengah, sebagai nara sumber dari Universitas Pamulang berharap dapat membantu memberikan jalan keluar bagi

peserta dalam mewujudkan usaha mikro, kecil dan menengah dengan melakukan pelatihan pengelolaan cashflow dan inovasi dalam menghadapi perubahan ekonomi.

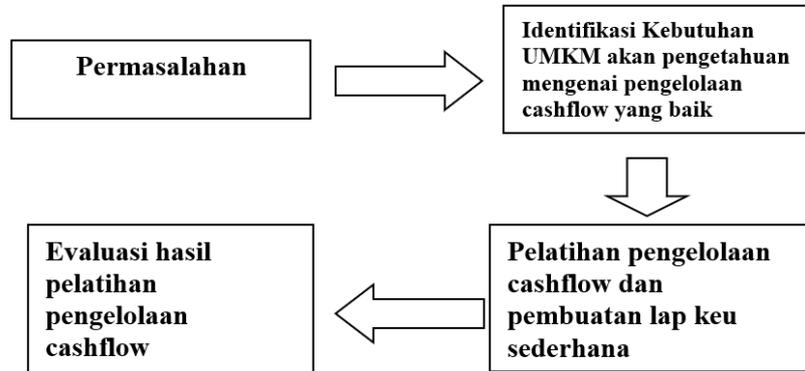
Pengembangan usaha yang menjadi kerangka berpikir yang disusun secara sistematis baik yang dimulai dari ide usaha, penjelasan tentang produk, rencana produksi, penyediaan sumber daya, usaha pemasaran, maupun sampai dengan akses sumber pendanaannya. Bila suatu produk UMKM sudah laris di pasaran, selanjutnya yang perlu dipersiapkan adalah penyusunan laporan keuangan ini disesuaikan dengan kebutuhan UMKM akan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan usaha yang baik. Tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat dengan maksud untuk melatih para peserta pengusaha UMKM agar memiliki pola pikir yang luas (komprehensif) dalam pengembangan usaha baik gagasan maupun ide kreatif, sehingga pengembangan gagasan dan ide lebih mudah diwujudkan dan lebih realistis. Adapun langkah-langkah pelatihan adalah sebagai berikut:

- a. Peserta pelatihan dibagi menjadi beberapa group (kelompok) kecil, di mana pembawa materi (narasumber) akan memulai memberikan penjelasan mengenai financial activity (aktivitas keuangan) apa saja yang harus diketahui oleh para mitra. Hal ini mencakup pendanaan (modal usaha) di awal, biaya atau pengeluaran harian, dan pendapatan (pemasukan) harian.
- b. Penjelasan mengenai pendanaan (modal) awal usaha sebaiknya jangan digunakan atau dimanfaatkan sebagai kebutuhan harian rumah tangga. Penggunaan dana (modal) yang optimal semestinya bertambah seiring jumlahnya yang semakin besar diperoleh dari pemasukan (pendapatan) harian. Dengan demikian sumber dana tetap harus dijaga sebaik mungkin.
- c. Para mitra diberikan ilustrasi berupa transaksi harian, misalnya pembelian bahan bakar motor dan tas kemasan non plastik yang akan digunakan sebagai sarana pengantaran barang pesanan kepada para pelanggan, kemudian pemakaian gas elpigi dan minyak goreng seringkali lupa atau lupa untuk dicatat sebagai pengeluaran atau biaya harian kegiatan usaha.
- d. Selanjutnya dijelaskan juga mengenai bagaimana melaksanakan proses pencatatan transaksi keuangan kegiatan usaha sehari-hari, seperti keluar masuknya kas atau uang tunai dicatat dibagian mana. Kemudian transaksi seperti apa saja yang dapat menambah kas dan transaksi seperti apa saja yang dapat mengurangi kas atau pendapatan.
- e. Setelah mendapatkan gambaran atau informasi dari peserta kegiatan pelatihan, kemudian kembali ke group masing-masing yang telah dibentuk lalu mencocokkan materi pelatihan dengan apa yang sudah dibuat oleh masing-masing kelompok.
- f. Nara sumber (Tim Dosen) pengabdian kepada masyarakat dan mahasiswa dari prodi akuntansi S1 yang terlibat berperan mengamati sambil merekam dan mencatat, memberikan arahan atau saran dan nasehat serta membantu mempersiapkan sarana prasarana dan peralatan serta bahan-bahan penunjang bagi para peserta pelatihan apabila dirasakan adanya kekurangan.

Dari langkah-langkah dalam rencana pelaksanaan di atas, metode *problem based learning* dapat digambarkan melalui siklus sejak mulai dari penyampaian masalah kepada para peserta pelatihan sampai dengan kegiatan evaluasi hasil produk yang sudah dibuat tiap kelompok peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengolahan *cashflow* dan pembuatan laporan keuangan sederhana dilaksanakan Tim Dosen Prodi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada para peserta pengusaha mikro kecil dan menengah ini telah dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 14 Maret 2023. Adapun langkah-langkah atau tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Bagan Tahapan Kegiatan PKM

1. Panitia pelaksana (Tim Dosen) dari Prodi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang melakukan pertemuan secara langsung dengan koordinator usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu Bapak Djun untuk membahas rencana program kerjasama yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
2. Mempersiapkan persiapan pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mengumpulkan dan menelaah referensi baik dari jurnal pengabdian, buku maupun peraturan perundang-undangan.
3. Tahap ketiga adalah pelaksanaan PKM Inovasi UMKM dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi.
4. Pelaksanaan kegiatan dibuka dengan Sambutan dari Pak Djun selaku pemilik UMKM, dilanjutkan pemaparan dari Dosen Universitas Pamulang serta kegiatan pelatihan pembuatan laporan keuangan.
5. Saat melaksanakan pelatihan tentang pembuatan laporan keuangan sederhana, juga dilaksanakan *sharing* atau diskusi dari para peserta kegiatan pelatihan membahas permasalahan apa yang dihadapi para mitra pengusaha di masa endemi, kemudian narasumber memberikan solusi atau jalan keluar.
6. Sesi Foto Bersama.

Panitia pelaksana kegiatan (Tim Dosen) dari program studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang telah melakukan pemilihan mitra pengusaha dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu Man Zone Pratama untuk melakukan kerjasama dengan jenis usaha sebagai berikut:

Pemilik Usaha	: Edy Djunaedi Ginting
Lokasi	: Jalan H. Saran no.51 Ciater, Tangerang Selatan
Lama Usaha	: 2 tahun
Pemasaran	: media social dan customer get customer
Jenis Usaha	: Kuliner, barber dan cuci motor
Jumlah Karyawan	: 10 (sepuluh) orang

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas mengenai pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (UMKM) dengan thema Inovasi UMKM dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi, maka kami dari panitia pelaksana kegiatan diharapkan dapat membawa perubahan buat para peserta (Mitra) diantaranya:

1. Peserta (mitra) dapat mengidentifikasi jenis atau bidang usahanya, bagaimana proses produksi yang optimal, efisien dan efektif.
2. Setiap group (kelompok) diberikan penjelasan bagaimana tahapan-tahapan (langkah-langkah) sejak terjadinya transaksi, mencatat transaksi tersebut dan membuat laporan keuangan secara sederhana.
3. Selama pelatihan, para peserta melakukan sesi *sharing* di mana mereka berdiskusi tentang permasalahan omzet (penjualan) saat ini dan memberikan penjelasan berbagai cara/model dalam setiap pemecahan masalah mengenai kewirausahaan.
4. Hasil *sharing* dan diskusi dengan para peserta kegiatan ini akan menghasilkan model pemasaran yang banyak menarik minat para kaum muda natau generasi milenial.
5. Panitia pelaksana (tim dosen) yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dan mahasiswa dari prodi S1 akuntansi berperan mengamati dan merekam kegiatan, penasehat serta membantu dalam menyediakan materi tambahan bagi peserta kegiatan pelatihan apabila dirasakan masih ada kekurangan.
6. Setiap group (kelompok) memaparkan dan mempresentasikan laporan keuangannya dan membuat timeline rencana tagihan jatuh tempo.

DAFTAR PUSTAKA

- Jaelani, et al. "Pengembangan Kewirausahaan dan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Menuju Era Kemandirian dan Digitalisasi pada UKM Mpok Eneng di Wilayah Pulo Gebang Jakarta Timur". AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. , No.08 September 2022: 1021-1028
<https://beritatangsel.com/2016/09/24/bir-pletok-bang-djay-ikut-ramaikan-event-internasional-tgif-wta-2016-di-puspipstek-serpong/>
- Indrayani, Lioni. "Membangun Brand dan Meningkatkan Penjualan UMKM Artie Tasty dengan Pelatihan Digital Marketing". Jurnal Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol 6 No. 1. 2022:95-102
- Irawati, Wiwit. "Tata Kelola Keuangan Sederhana bagi UMKM Kapuk Muara". Jurnal Abdimasku :Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol 3 No. 3. 2020: 125-131
- Minamiyama, H. *World Branding : Concept, Strategy and Design, USA*:Ginko Press. 2007.
- Nugraha, Reni Amaranti, " Pengembangan Model Pelatihan IPTEKS bagi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Bisnis di kalangan Mahasiswa", Teknoin Vol 22 No. 6 Desember 2016: 444-451
- Puspita Sari, Pipie et al. "Penyuluhan peningkatan Kinerja di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera No. 2 Vol.3 Jan 2022:209-217
- Putra, Sandi Justitia. "Perancangan *Branding* UMKM Mr &Mrs Cake Shop Lombok". E-DIMAS Vol. 12 No. 2 Juni 2021: 297-304
www.tangerangselatankota.go.id
- Wahjono, et al. Perilaku Organisasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.2019
- Wahyudi, Tri. "Pelatihan Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Cilegon, Banten". Dedication Vol. 5 No.1 Maret 2021: 1-6.