COMMUNITY EMPOWERMENT
Vol.9 No.11 (2024) pp. 1683-1691
p-ISSN: 2614-4964 e-ISSN: 2621-4024

Optimizing the traditional cake business of Adee Kak Na: Enhancing product shelf life and digital-based business management

Agustina Nurul Fajriah, Mayang Murni, Muhammad Khalil
Universitas Samudra, Langsa, Indonesia

muhammadkhalil@unsam.ac.id
https://doi.org/10.31603/ce.12530

Abstract
This community service program aims to address the key challenges faced by the Adee Kak Na MSME, including the short shelf life of Adee cake, as well as suboptimal financial management and marketing strategies. The activities focus on improving product shelf life, production efficiency, better financial management, and expanding market reach. The methods applied include innovative food processing techniques to transform Adee cake ingredients into ready-to-use flour to extend product shelf life, basic financial management training to separate business and household finances, and digital marketing training that encompasses branding, packaging, and promotion through social media. The results show that the implementation of food processing techniques successfully doubled the product's shelf life and accelerated the production process. Financial management training helped the partner structure their cash flow records and improve financial oversight. Additionally, digital marketing training enhanced product appeal, expanded market reach, and introduced Adee cake to consumers via social media platforms. Overall, this program significantly increased the competitiveness of Adee Kak Na MSME while supporting the preservation of traditional Acehnese culinary heritage in the digital era.

Keywords: *Traditional cake; Financial management; Digital marketing; Food innovation*

Optimalisasi usaha kue tradisional Adee Kak Na: Peningkatan daya tahan produk dan pengelolaan bisnis berbasis digital

Abstrak
Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Adee Kak Na, yaitu daya tahan produk kue Adee yang singkat, serta manajemen keuangan dan pemasaran yang belum optimal. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan daya tahan produk, efisiensi produksi, pengelolaan keuangan yang lebih baik, dan perluasan jangkauan pemasaran. Metode yang diterapkan meliputi inovasi teknik pengolahan pangan dengan mengubah bahan baku kue Adee menjadi tepung siap saji untuk meningkatkan daya tahan produk, pelatihan manajemen keuangan sederhana guna memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga, serta pelatihan pemasaran digital yang mencakup branding, pengemasan, dan promosi melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknik pengolahan pangan meningkatkan daya tahan produk hingga dua kali lipat dan mempercepat proses produksi. Pelatihan manajemen keuangan membantu mitra mencatat dan mengelola arus kas dengan lebih terstruktur. Selain itu, pelatihan pemasaran digital berhasil meningkatkan daya tarik produk, memperluas pasar, dan memperkenalkan kue Adee kepada konsumen melalui media sosial. Program ini secara keseluruhan meningkatkan daya saing UMKM Adee Kak Na dan mendukung pelestarian kuliner tradisional.

Kata Kunci: Kue tradisional; Manajemen keuangan; Pemasaran digital; Inovasi pangan

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia (Murni et al., 2023; Redi et al., 2022; Yolanda, 2024). Dalam sejarah perekonomian Indonesia, peran UMKM terbukti mampu mempertahankan daya beli masyarakat, sehingga secara bertahap membantu negara keluar dari krisis ekonomi pada tahun 1998 (Arif, 2023). Namun, hingga saat ini, UMKM masih belum mendapatkan perhatian serius dari berbagai pihak, yang menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya, terutama mereka yang memproduksi produk kedaerahan.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah Adee Kak Na, usaha yang bergerak di bidang industri makanan khas Aceh. Didirikan oleh Ibu Riza Rona sejak 2018, usaha ini baru memperoleh Nomor Induk Berusaha pada 2020 dan kini memperkerjakan 10 tenaga kerja. Selama perjalanan usahanya, Adee Kak Na menghadapi berbagai kendala, khususnya selama pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan hingga 50% (Anggraeni et al., 2021; Chaerani et al., 2020). Dalam kondisi ini, produk unggulan seperti kue Adee mulai ditinggalkan konsumen, sehingga mitra merasa seperti memulai kembali dari awal.

Produk utama dari usaha ini, kue Adee, memiliki keunikan tersendiri karena berbahan dasar tepung terigu atau singkong, yang biasa dijadikan oleh-oleh khas Aceh, kudapan saat hari besar Islam, atau suguhan pada pesta pernikahan (Mukramah et al., 2022; Nazaruddin et al., 2023). Namun, produk ini memiliki daya tahan yang sangat singkat, yaitu hanya 2 hari pada suhu ruang dan 4 hari dalam lemari pendingin. Kondisi ini menjadi kendala utama, terutama saat produk perlu dibawa dalam perjalanan jarak jauh. Akibatnya, produksi hanya mencapai 20 loyang per hari, yang sering kali tidak mencukupi permintaan besar, khususnya pada momen tertentu seperti hari besar Islam.

Permasalahan utama ini diperburuk oleh kendala manajemen usaha. Berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa mitra belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang memadai. Pencampuran keuangan usaha dengan rumah tangga dan tidak adanya pencatatan sistematis menyebabkan mitra kesulitan mengetahui arus kas dan keuntungan secara akurat (Apandi et al., 2023; Syahril et al., 2022). Masalah ini menghambat pengambilan keputusan untuk pengembangan usaha.

Selain itu, strategi pemasaran produk juga masih tradisional. Di era digitalisasi, konsumen lebih tertarik pada produk yang dipromosikan secara visual melalui media sosial (Aisyah & Rachmadi, 2022). Namun, pemasaran produk Adee Kak Na masih mengandalkan metode langsung dari mulut ke mulut. Pengemasan yang kurang menarik, seperti penggunaan kotak plastik yang tidak higienis dan tidak mencerminkan *branding*, menjadi hambatan lain dalam menarik minat konsumen. Apabila produk dibawa dalam kendaraan yang panas dan lembab, daya tahannya juga berkurang drastis.

Untuk menghadapi berbagai tantangan ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Samudra menginisiasi program optimalisasi bisnis pangan melalui perbaikan strategi pengolahan, pengelolaan keuangan, dan pemasaran. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan daya tahan produk, efisiensi produksi, pengelolaan keuangan, dan jangkauan pemasaran UMKM Adee Kak Na di masa depan.

2. Metode

Kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif. Program ini dilaksanakan pada Juli hingga September 2024 di Desa Gp. Kapa, Kecamatan Langsa Timur, Kota Langsa, Aceh. Mitra utama dalam kegiatan ini adalah Ibu Riza Rona selaku pemilik UMKM Adee Kak Na, beserta 10 tenaga kerja yang terlibat dalam operasional usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi tahapan sebagai berikut.

2.1. Identifikasi permasalahan mitra

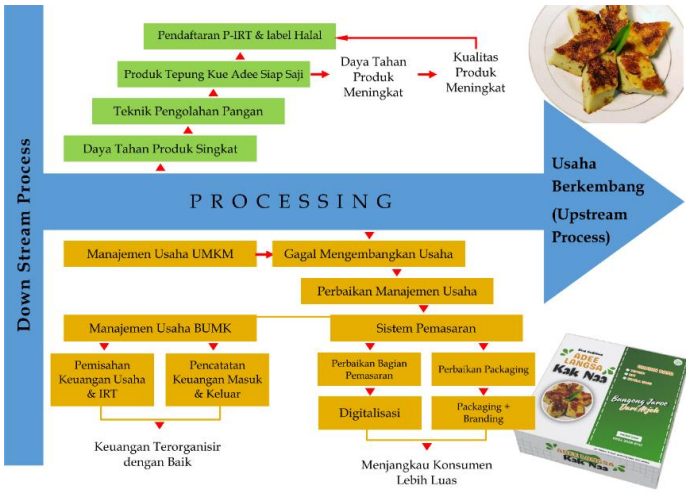
Pada tahap awal, dilakukan identifikasi terhadap permasalahan primer dan sekunder yang dihadapi oleh mitra Adee Kak Na melalui wawancara dan observasi lapangan. Masalah utama yang diidentifikasi adalah daya tahan produk kue Adee yang sangat singkat serta hambatan dalam pengembangan usaha akibat manajemen keuangan yang kurang tertata dan pemasaran yang belum mengikuti tren digitalisasi.

2.2. Perencanaan solusi

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, dirumuskan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Solusi untuk permasalahan primer terkait daya tahan produk meliputi penerapan teknik pengolahan pangan, di mana bahan baku kue Adee diolah menjadi tepung siap saji yang dapat mempercepat proses produksi dan menjaga kepraktisan produk. Sementara itu, solusi untuk permasalahan sekunder mencakup pelatihan manajemen keuangan, pencatatan sistematis, dan strategi pemasaran digital serta pengemasan produk yang lebih menarik dan higienis.

2.3. Implementasi solusi

Implementasi solusi dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan penerapan teknologi yang melibatkan mitra secara langsung, mencakup pelatihan teknik pengolahan pangan, manajemen keuangan, dan pemasaran digital melalui sosial media, dan perbaikan pengemasan produk. Selama implementasi program, dilakukan monitoring secara berkala untuk memastikan bahwa seluruh solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan berjalan dengan baik. Evaluasi dilakukan setelah kegiatan yang mencakup analisis ketercapaian target peningkatan daya tahan produk, efektivitas pencatatan keuangan, serta peningkatan penjualan.



Gambar 1. Skema strategi dalam pengembangan usaha

Ipteks yang diimplementasikan pada kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat meliputi bidang teknik pengolahan pangan, ilmu biologi, ilmu akuntansi dan keuangan serta pemasaran (Gambar 1). Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra baik dari segi pengetahuan, keterampilan, produksi, manajemen dan pemasaran sehingga menjamin kelangsungan dan perkembangan usaha. Terjaminnya kelangsungan usaha mitra akan berdampak pada terjaminnya kesejahteraan hidup karyawannya serta melestarikan budaya daerah dalam bentuk makanan tradisional.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada UMKM Adee Kak Na telah menghasilkan berbagai dampak positif bagi mitra, baik dari segi produksi, manajemen, maupun pemasaran. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mendorong mitra untuk terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil. Berbagai pelatihan yang diberikan, seperti pengolahan pangan, manajemen keuangan, dan pemasaran digital.

3.1. Teknik pengolahan pangan

Pelatihan pengolahan pangan difokuskan pada inovasi pengolahan bahan baku kue Adee menjadi tepung siap saji yang lebih tahan lama (Gambar 2). Proses pelatihan diawali dengan pemahaman dasar tentang karakteristik bahan baku kue Adee, seperti kualitas tepung dan singkong, yang merupakan elemen penting dalam menjaga kualitas produk akhir. Mitra dilatih untuk mengikuti prosedur yang terstandarisasi, mencakup seleksi bahan baku, teknik pengeringan, penggilingan, hingga pengemasan tepung siap saji dengan alat-alat yang telah disediakan. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi, aman dikonsumsi, dan sesuai dengan standar industri.

Gambar 2. Produk tepung praktis Adee

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mitra mampu memproduksi tepung siap saji dengan masa simpan lebih lama, yang memperluas jangkauan pasar dan memberikan nilai tambah bagi produk mereka. Dengan adanya tepung siap saji ini, konsumen tidak hanya dapat menikmati kue Adee segar yang dibuat di rumah tetapi juga dapat membawa produk ini dalam perjalanan jarak jauh tanpa khawatir terhadap daya tahan. Inovasi ini memberikan solusi yang efektif terhadap kendala utama daya tahan produk, sekaligus meningkatkan efisiensi proses produksi. Sebagai contoh, waktu yang

sebelumnya digunakan untuk mempersiapkan bahan baku kini dapat dialihkan untuk mempercepat tahap produksi lainnya, sehingga memungkinkan mitra memenuhi permintaan pasar yang lebih besar, khususnya pada masa-masa dengan lonjakan permintaan.

3.2. Pelatihan manajemen keuangan usaha

Masalah utama yang dihadapi mitra terkait pencampuran antara keuangan usaha dan rumah tangga berhasil diatasi melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya manajemen keuangan yang tepat dan sistematis dalam menjalankan usaha kecil dan menengah (Nasution et al., 2021; Yuliani & Suhaeli, 2018). Selama pelatihan, mitra diberikan panduan praktis untuk menggunakan buku kas pemasukan dan pengeluaran sebagai alat pencatatan yang sederhana namun efektif. Pendekatan ini bertujuan untuk memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha agar mitra memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi finansial usaha mereka (Gambar 3). Dalam pelaksanaan pelatihan, simulasi pencatatan juga dilakukan dengan contoh transaksi harian yang sering terjadi di usaha mitra, sehingga memudahkan pemahaman dan penerapan konsep manajemen keuangan.

Gambar 3. Kegiatan pelatihan manajemen keuangan usaha bagi mitra

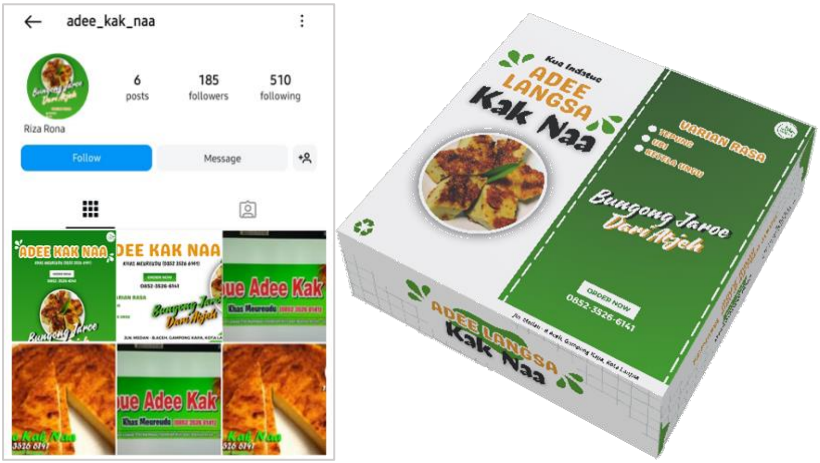
Hasil pelatihan ini menunjukkan perubahan dalam cara mitra mengelola keuangan. Dengan metode pencatatan tunggal yang diajarkan, mitra kini dapat memantau arus kas secara lebih terstruktur, menghitung profitabilitas usaha dengan akurat, dan mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu. Data keuangan yang sistematis ini juga menjadi dasar penting bagi mitra untuk merencanakan pengembangan usaha ke depan. Sebagai contoh, mitra mulai memanfaatkan data keuangan untuk menentukan waktu yang tepat untuk investasi peralatan baru dan menyiapkan strategi pengembangan produk. Kemampuan untuk mengelola keuangan secara profesional tidak hanya membantu menjaga stabilitas usaha, tetapi juga memberikan kepercayaan diri kepada mitra dalam menghadapi tantangan bisnis.

3.3. Optimalisasi strategi pemasaran digital

Di sisi pemasaran, pelatihan pemasaran digital memberikan solusi nyata bagi tantangan yang dihadapi mitra dalam mempromosikan produk tradisional di era digital (Sukmasetya et al., 2020; Susanto et al., 2021). Mitra diajarkan cara memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Gambar 4). Pelatihan ini mencakup pembuatan konten visual menarik, mulai dari fotografi produk

hingga video promosi yang dapat meningkatkan minat konsumen. Pendekatan ini dirancang untuk membantu mitra menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan preferensi generasi muda yang lebih tertarik pada tampilan visual produk. Selain itu, strategi *branding* melalui media sosial berhasil menciptakan citra produk yang lebih modern, tanpa menghilangkan identitas tradisionalnya. Pelatihan *visual marketing* juga menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik produk, menjadikan produk Adee Kak Na lebih kompetitif di pasar lokal maupun digital.

Tidak hanya dari sisi promosi, pengemasan produk juga diperbaiki untuk meningkatkan nilai jual dan menjaga kualitas produk. Desain kemasan baru yang lebih menarik dan higienis (Gambar 4) memberikan kesan profesional sekaligus memastikan produk tetap *fresh* saat diterima konsumen (Mulyono & Kurniawan, 2021). Perbaikan pengemasan ini juga memungkinkan produk untuk lebih aman saat dikirimkan dalam jarak jauh. Di sisi produksi, penggunaan teknik pengolahan bahan baku menjadi tepung siap saji memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional. Mitra yang sebelumnya kesulitan memenuhi pesanan dalam jumlah besar kini mampu mempercepat proses produksi untuk memenuhi lonjakan permintaan, terutama pada hari-hari besar. Bantuan peralatan produksi yang diberikan selama program semakin mempercepat proses kerja, memungkinkan mitra memproduksi dalam skala lebih besar tanpa mengurangi kualitas produk.



Gambar 4. Promosi melalui sosial media dan bentuk *packaging* produk Adee

3.4. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkala selama pelaksanaan program untuk memastikan bahwa setiap aktivitas berjalan sesuai rencana dan memberikan hasil yang diharapkan (Gambar 5). Evaluasi menunjukkan dampak pada berbagai aspek usaha mitra. Dari sisi produksi, mitra mampu meningkatkan kapasitas hingga 30%, terutama saat terjadi lonjakan permintaan pada momen tertentu seperti hari besar Islam. Peningkatan ini tidak hanya didukung oleh inovasi pengolahan bahan baku menjadi tepung siap saji, tetapi juga oleh bantuan peralatan yang mempercepat proses produksi. Dalam aspek manajemen keuangan, pelatihan yang diberikan berhasil membantu mitra memisahkan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara terstruktur. Dengan metode pencatatan sederhana, mitra kini memiliki gambaran yang lebih jelas tentang profitabilitas usaha mereka, sehingga mampu mengidentifikasi potensi pengembangan usaha dengan lebih baik.

Di sisi pemasaran, pelatihan *digital marketing* memberikan hasil dalam memperluas jangkauan pasar. Jumlah pengikut di media sosial terus bertambah, yang berdampak pada peningkatan pesanan produk. Mitra juga mulai memanfaatkan strategi *visual marketing* untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif yang terukur terhadap usaha mitra, mulai dari peningkatan kapasitas produksi, perbaikan manajemen keuangan, hingga penguatan strategi pemasaran. Selain meningkatkan kesejahteraan mitra dan tenaga kerjanya, kegiatan pengabdian ini menjadi salah satu upaya dalam melestarikan produk tradisional khas Aceh.

Gambar 5. Dokumentasi tim pengabdian bersama mitra

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa berbagai solusi inovatif yang dirancang berhasil mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM Adee Kak Na. Inovasi yang diberikan adalah penerapan teknik pengolahan pangan berupa pembuatan tepung siap saji dari bahan baku kue Adee. Teknik ini tidak hanya meningkatkan daya tahan produk hingga beberapa bulan, tetapi juga mempercepat proses produksi, sehingga mitra mampu memenuhi lonjakan pesanan, terutama pada hari-hari besar. Produk tepung siap saji ini memberikan nilai tambah dengan memungkinkan konsumen untuk menikmati kue Adee segar yang dibuat langsung di rumah mereka, tanpa kehilangan cita rasa khasnya.

Dari sisi manajemen, pelatihan pencatatan keuangan sederhana menjadi inovasi penting yang membantu mitra memisahkan keuangan rumah tangga dari keuangan usaha. Dengan sistem pencatatan yang terstruktur, mitra kini dapat memantau arus kas, menghitung keuntungan, dan mengidentifikasi potensi kerugian dengan lebih jelas. Inovasi lain yang signifikan adalah penerapan strategi pemasaran digital dan perbaikan desain kemasan. Pelatihan pemasaran digital memungkinkan mitra memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sementara kemasan baru yang menarik dan higienis meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat merek. Keseluruhan kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan daya saing usaha mitra di pasar lokal maupun digital, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pelestarian budaya kuliner tradisional khas Aceh, menjadikannya relevan di tengah tantangan modernisasi dan globalisasi.

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian Kepada Masyarakat ini terlaksana berkat dukungan berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi atas pendanaan kegiatan ini (Nomor Kontrak 478/UN54.6/PM/2024), serta LPPM-PM Universitas Samudra atas dukungan administratif. Penghargaan juga kami sampaikan kepada mitra, Ibu Riza Rona (Adee Kak Na) dan tim, atas partisipasi aktifnya, serta seluruh tim mahasiswa yang turut membantu dalam pelaksanaan pengabdian.

Kontribusi Penulis

Pelaksana kegiatan: ANF, MM, MK; Penyiapan artikel: MK; Analisis dampak pengabdian: ANF, MM; Penyajian hasil pengabdian: MK; Revisi artikel: MK.

Daftar Pustaka

Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3*(2), 442–448. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866

Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP), 3*(1), 47–65.

Apandi, A., Sampurna, D. S., Santoso, J. B., Syamsuar, G., & Maliki, F. (2023). Pentingnya Laporan Keuangan yang Baik bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan, 3*(2), 53–60.

Arif, M. E. (2023). *Internasionalisasi Usaha Kecil Menengah.* Malang: Universitas Brawijaya Press.

Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya, 9*(4). https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941

Murni, M., Lubis, N. K., Asnidar, A., & Fajriah, A. N. (2023). Increased Productivity and Sales of the Dapu Rindu Home Industry. *Community Empowerment*, *8*(9), 1368-1375. https://doi.org/10.31603/ce.10266

Mukramah, Purba, N., & Mulyadi. (2022). Culinary Names in Aceh: A Natural Semantic Metalanguage Study. *Matondang Journal, 1*(1), 10–16.

Nasution, L. K., Dewi, I. S., Murni, M., & Peranginangin, M. I. (2021). PKM Peningkatan Kemampuan Merias dan Manajemen Usaha WO Wiwik Pengantin. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 89-97. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.940

Nazaruddin, N., Furda, Y. P. E., Suprihadi, Susiani, R., Fuady, F., Mukhlis, A., & Umar, U. (2023). Pelatihan Pembuatan Kuweh Adee dengan Menggunakan Oven Sirib untuk Peningkatan Perekonomian di Pesantren Ruhul Falah Samahani Aceh Besar. *Jurnal ABDIMAS Indonesia, 1*(3), 28–35. https://doi.org/10.59841/jurai.v1i3.317

Redi, A., Marfungah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. (2022). Perizinan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): Bentuk Pemberdayaan, Perlindungan Hukum dan Mewujudkan Negara Kesejahteraan. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, *6*(1).

Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, *5*(2), 28-35. https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514

Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, *6*(1), 42-47. https://doi.org/10.31603/ce.4244

Syahril, S., Purwanto, E., Isdiantoni, I., Kurdi, M., Hermanto, B., & Fatmawati, F. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM Masyarakat Kepulauan Desa Ketupat Kecamatan Raas. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi)*, *2*(2), 14–18.

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 170–186.

Yuliani, N. L., & Suhaeli, D. (2018). Pendampingan bagi KUB Makanan Khas Magelang Guna Mewujudkan Tata Kelola Keuangan yang Akuntabel. *Community Empowerment*, *3*(2), 67-70. https://doi.org/10.31603/ce.v3i2.2463

This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License