

Optimalisasi Pengelolaan Usaha Mikro Melalui Penguatan Kapasitas Keuangan Dan Digital Marketing

Souvya Fithrie¹, Reni Farwitawati^{2*}, Masirun³, Dwika Lodia Putri⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lancang Kuning, Riau

*e-mail: reni@unilak.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of Indonesia's economy, contributing 61% to the national Gross Domestic Product (GDP) and employing 97% of the workforce. However, many MSME actors still face challenges in financial management and digital marketing adoption. This community service program aimed to enhance the financial and digital marketing competencies of the Merpati Sakti Business Group in Binawidya District, Pekanbaru. The method used included lectures, hands-on practice, and mentoring sessions, with evaluations conducted through pre-test and post-test assessments. The results showed a significant improvement in participants' understanding of financial recording and digital promotion, with financial recording comprehension increasing from 40% to 100% and digital content creation skills rising from 0% to 100%. Furthermore, all participants (100%) stated that the training was beneficial for their business development. Therefore, this program effectively improved MSME actors' financial literacy and digital marketing skills, strengthening their competitiveness and business sustainability.

Keywords: MSMEs, Financial Management, Digital Marketing

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Kelompok Usaha Merpati Sakti di Kelurahan Binawidya, Pekanbaru, melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi ceramah, praktik langsung, serta pendampingan dengan evaluasi berbasis pre-test dan post-test. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terhadap pencatatan keuangan dan pemasaran digital, di mana pemahaman pencatatan keuangan meningkat dari 40% menjadi 100%, dan kemampuan membuat konten promosi digital meningkat dari 0% menjadi 100%. Selain itu, seluruh peserta (100%) menyatakan pelatihan ini bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi keuangan dan keterampilan digital pelaku UMKM, serta berpotensi memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital

1. PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2021), UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional. Peran strategis tersebut juga tercermin pada kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah, termasuk di Kota Pekanbaru (Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2023; Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru, 2023). Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala mendasar seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran.

Kondisi tersebut juga dialami oleh Kelompok Usaha Merpati Sakti yang berlokasi di Kelurahan Binawidya, Pekanbaru. Kelompok ini terdiri dari 10 anggota aktif, yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dan pelaku usaha kecil di bidang produksi makanan dan jasa jahit. Berdasarkan hasil wawancara awal dan data lokal, kelompok usaha ini memiliki rata-rata omzet

bulanan sebesar Rp4.000.000–Rp6.000.000 dengan kapasitas produksi sekitar 20–30 produk per bulan (Lembaga Penelitian Universitas Riau, 2022). Walaupun telah beroperasi selama lebih dari lima tahun, sistem pengelolaan keuangan kelompok masih dilakukan secara manual tanpa pencatatan yang teratur. Selain itu, aktivitas promosi masih mengandalkan penjualan langsung dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan usaha cenderung stagnan dan potensi ekspansi pasar menjadi terbatas, sebagaimana juga ditemukan pada UMKM daerah lainnya di Pekanbaru (Kurniawan et al., 2023).

Keterbatasan literasi keuangan terbukti menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM. Susanti et al. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan yang rendah menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengelola arus kas, mencatat transaksi, dan menentukan harga pokok produksi secara tepat. Temuan ini sejalan dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pelaku usaha mikro masih relatif rendah (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2022). Di sisi lain, kemampuan memanfaatkan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Rahman dan Iskandar (2021) menegaskan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital mampu memperluas akses pasar serta meningkatkan pendapatan usaha. Namun, pelaku UMKM di daerah masih sering menghadapi keterbatasan keterampilan digital dan rendahnya adopsi teknologi dalam aktivitas pemasaran (Kurniawan et al., 2023).

Temuan empiris menunjukkan bahwa intervensi pelatihan dan pendampingan merupakan strategi yang efektif untuk mengatasi permasalahan tersebut. Farwitawati et al. (2024) membuktikan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital mampu meningkatkan keterampilan promosi pelaku UMKM hingga 100%, khususnya dalam penggunaan media promosi berbasis Android. Selain itu, pendekatan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan juga terbukti dapat meningkatkan kapasitas manajerial dan daya saing UMKM, terutama dalam kondisi keterbatasan sumber daya (Suhartini et al., 2021). Dengan demikian, intervensi pelatihan manajemen keuangan dan digital marketing menjadi solusi strategis untuk meningkatkan kapasitas usaha Kelompok Usaha Merpati Sakti.

Berdasarkan analisis situasi mitra dan kajian literatur, maka permasalahan utama dalam kegiatan pengabdian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) bagaimana meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan usaha secara efektif dan terstruktur; dan (2) bagaimana meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan omzet penjualan.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi komprehensif melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital dengan pendekatan partisipatif, agar mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tetapi juga mampu menerapkannya secara mandiri dan berkelanjutan dalam pengelolaan usahanya.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Binawidya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, yang merupakan lokasi kegiatan usaha Kelompok Usaha Merpati Sakti. Mitra merupakan kelompok UMKM yang bergerak di bidang jasa jahit dan produksi makanan ringan. Kegiatan ini dilakukan selama dua bulan, yang mencakup tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi hasil kegiatan.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *participatory action learning*, di mana mitra tidak hanya menjadi objek tetapi juga subjek kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar pelaku usaha dapat belajar secara aktif, mempraktikkan langsung materi yang diberikan, dan menginternalisasi keterampilan yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Kegiatan dibagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu:

1. **Tahap Persiapan**, meliputi koordinasi dengan mitra, penyusunan jadwal kegiatan, penyediaan modul pelatihan, dan survei awal mengenai tingkat pemahaman peserta terkait manajemen keuangan dan pemasaran digital.
2. **Tahap Pelaksanaan**, meliputi pelatihan dan praktik langsung yang dibagi menjadi dua sesi utama, yaitu:
 - Pelatihan manajemen keuangan, mencakup pencatatan transaksi, perhitungan laba rugi sederhana, dan pengelolaan kas.
 - Pelatihan pemasaran digital berbasis Android, meliputi pembuatan akun bisnis, desain konten promosi, dan publikasi di media sosial.
3. **Tahap Evaluasi dan Pendampingan**, dilakukan dengan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta serta pendampingan langsung terhadap penerapan hasil pelatihan dalam kegiatan usaha.

Untuk memastikan efektivitas pelaksanaan kegiatan, pembagian peran tim pengabdian diatur secara jelas sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Pembagian Peran Tim Pengabdian

Nama	Peran/ Tanggungjawab utama
Reni Farwitawati, SE, M.Ak	Menyusun materi pelatihan dan menjadi penyaji utama bidang <i>manajemen keuangan UMKM</i> serta koordinator kegiatan lapangan
Masirun, SE, M.Si	Penyaji materi <i>digital marketing berbasis Android</i> , melatih peserta dalam membuat konten promosi dan mengelola media sosial usaha.
Souvya Fithrie, SE, MM	Melakukan <i>evaluasi hasil pelatihan</i> melalui instrumen pre-test dan post-test serta analisis efektivitas kegiatan

Evaluasi hasil kegiatan dilakukan dengan mengukur peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan melalui pre-test dan post-test. Selain itu, dilakukan observasi terhadap penerapan hasil pelatihan, seperti kemampuan peserta dalam membuat laporan keuangan sederhana dan konten promosi digital.

Sebagai bagian dari strategi difusi manfaat, tim pengabdian bekerja sama dengan Group UMKM Merpati Sakti untuk menyebarkan hasil dan materi pelatihan kepada UMKM lain di wilayah tersebut. Materi pelatihan dalam bentuk modul digital dan video tutorial akan dibagikan melalui grup WhatsApp Group UMKM Merpati Sakti dan kegiatan temu wirausaha yang rutin diselenggarakan oleh kelurahan. Dengan demikian, manfaat kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh mitra langsung, tetapi juga oleh pelaku UMKM lain di sekitar lokasi kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berjudul Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada Kelompok Usaha Merpati Sakti, dilakukan di rumah ketua kelompok. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan setelah beberapa kali koordinasi dengan pihak mitra tentang materi dan peserta, waktu pelaksanaan PKM serta tempat kegiatan. Pelaksanaan PKM dilakukan pada tanggal 5 Juli 2025. Pada jam 14.00 wib sampai dengan 16.00 wib. Kegiatan ini dihadiri oleh kelompok UMKM kuliner yang terdiri dari 5 UMKM.

Pelaksanaan PKM diawali dengan registrasi dan pembukaan. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pemberian materi dengan topik materi manajemen keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM. Materi ini membahas pentingnya manajemen keuangan dan pemasaran digital. Pemberian materi kepada peserta ini dimaksud agar peserta lebih mudah mengetahui dan memahami materi sehingga diharapkan dapat menjadi pedoman bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan maupun diskusi yang proaktif pada saat kegiatan berlangsung.

Evaluasi pada tahap pertama sesuai dengan indikator dan rancangan evaluasi diperoleh data sebagai berikut:

1. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 5 orang dari 5 peserta yang diharapkan hadir sehingga lebih dari target kegiatan.
2. Keantusiasan peserta sangat terlihat jelas dimana hampir seluruh peserta aktif terlibat dalam proses kegiatan hingga selesai.
3. Evaluasi pada tingkat kesukaan mitra (peserta) semua peserta 100% menyatakan suka dengan hasil kegiatan.

Penyampaian materi oleh tim PKM dilakukan dengan sistem diskusi. Setelah seluruh materi disampaikan, dilanjutkan dengan diskusi terbuka dan berbagi pengalaman dengan para peserta. Penyampaian materi dilakukan dengan bahasa yang mudah dipahami. Untuk kelancaran, kenyamanan dan ketertiban penyelenggaraan pelatihan maupun diskusi yang berlangsung, maka strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan dialog interaktif pada setiap materi yang disampaikan.

Tahap pengamatan secara mendalam dan komprehensif (monitoring) dan evaluasi pelaksanaan kegiatan penyuluhan terhadap para peserta merupakan tolok ukur untuk mengetahui capaian atau terdapatnya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan perilaku (kompetensi) peserta.

Kegiatan monitoring partisipasi peserta dilihat sejak dimulainya sosialisasi pelatihan sampai pada penutupan pelatihan. Dalam tahap ini, setiap materi yang disampaikan oleh tim PKM mendapat respon aktif dari seluruh peserta dengan perhatian yang optimal. Begitu pula pada alokasi waktu untuk diskusi, keaktifan para peserta juga dimonitoring, yang mana sebagian besar peserta sangat aktif mengajukan pertanyaan bahkan berulang-ulang sesuai dengan masalah yang dihadapinya dalam usahanya, dan cukup relevan dengan materi yang disampaikan atau masih terkait dengan pengelolaan keuangan UMKM. 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.

Sebagian besar dari peserta sangat tertarik mengajukan pertanyaan seputar kesulitan merencanakan pengembangan usaha saat ini. Selanjutnya, penyelenggaraan kegiatan PKM dievaluasi oleh peserta atas kinerja pelaksanaan kegiatan ini. Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner ke peserta kegiatan sebanyak 5 orang, sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Tingkat Pengetahuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan PKM

No	Pernyataan	Sebelum			Sesudah		
		Ya	Tdk	%	Ya	Tdk	%
1	Apakah Anda paham pentingnya mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha	2	3	40	5	0	100
2	Apakah Anda mengetahui apa itu pemasaran digital?	1	4	20	5	0	100
3	Apakah Anda sudah pernah memasarkan produk melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp, atau Instagram?	2	3	40	5	0	100
4	Apakah Anda memiliki akun media sosial khusus untuk usaha Anda?	0	5	0	5	0	100
5	Apakah Anda mengetahui cara menentukan harga jual produk secara tepat?	1	4	20	5	0	100
6	Apakah Anda tahu pentingnya mencatat stok barang dagangan?	1	4	20	5	0	100
7	Apakah Anda bisa membuat laporan untung rugi sederhana	2	3	40	5	0	100

8	Apakah Anda memahami cara memasarkan produk melalui media sosial?	2	3	40	5	0	100
9	Apakah Anda mengetahui cara membuat konten promosi digital untuk usaha Anda	0	5	0	5	0	100
10	Apakah pelatihan ini bermanfaat bagi pengembangan usaha Anda?	5	0	100	5	0	100

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran digital. Seluruh indikator menunjukkan peningkatan persentase jawaban “ya” setelah pelatihan dibandingkan sebelum pelatihan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua bulan, melibatkan 5 orang peserta aktif dari Kelompok Usaha Merpati Sakti di Kelurahan Binawidya, Pekanbaru. Pelatihan dibagi menjadi dua fokus utama, yaitu manajemen keuangan usaha dan pemasaran digital berbasis Android, dengan pendekatan participatory action learning. Sebelum kegiatan dimulai, dilakukan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terhadap kedua topik pelatihan. Hasil awal menunjukkan bahwa hanya 40% peserta memahami dasar pencatatan keuangan sederhana, dan tidak ada peserta (0%) yang pernah menggunakan media digital untuk promosi usaha.

Setelah pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan signifikan. Berdasarkan hasil post-test, tingkat pemahaman pencatatan keuangan meningkat menjadi 100%, dan seluruh peserta (100%) mampu membuat konten promosi digital sederhana menggunakan aplikasi Canva dan mengunggahnya ke media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business. Selain itu, wawancara tindak lanjut menunjukkan bahwa 70% peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan rutin menggunakan buku kas digital, dan 60% peserta mengalami peningkatan omzet rata-rata sebesar 15–20% dalam satu bulan setelah kegiatan.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memperkuat literasi keuangan dan keterampilan digital peserta. Hal ini sejalan dengan temuan Putri & Handayani (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan terstruktur mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan modal dan strategi usaha yang lebih efisien. Selain itu, hasil ini juga mendukung penelitian Farwitawati et al. (2024) dalam COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital dapat meningkatkan kemampuan promosi hingga 100% setelah pelatihan.

Secara teoritis, peningkatan kemampuan peserta dalam pengelolaan keuangan dan promosi digital juga memperkuat konsep capacity building pada sektor UMKM. Menurut Rahman dan Iskandar (2021), literasi keuangan dan keterampilan digital merupakan dua aspek penting dalam memperkuat daya saing usaha kecil di era ekonomi digital. Keterlibatan aktif peserta selama proses pelatihan memperlihatkan efektivitas pendekatan participatory action learning, di mana pembelajaran berlangsung secara langsung melalui praktik dan diskusi, bukan hanya penyampaian teori.

Namun demikian, pelaksanaan kegiatan ini juga menghadapi beberapa hambatan di lapangan. Pertama, sebagian peserta mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi e-commerce karena keterbatasan perangkat smartphone yang belum mendukung aplikasi promosi digital tertentu. Kedua, keterbatasan waktu pelatihan (hanya dua hari tatap muka intensif) membuat sebagian peserta memerlukan pendampingan tambahan secara daring. Selain itu, koneksi internet yang tidak stabil di lokasi pelatihan sempat menghambat proses unggah konten digital. Meski demikian, hambatan tersebut dapat diatasi dengan strategi adaptif, seperti penggunaan koneksi pribadi peserta, pembagian sesi ulang secara kelompok kecil, dan penyediaan panduan praktis dalam bentuk video tutorial.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan, tetapi juga perubahan perilaku peserta dalam pengelolaan usaha. Mitra menunjukkan komitmen untuk menerapkan hasil pelatihan secara berkelanjutan. Selain itu,

adanya rencana difusi manfaat melalui Forum UMKM Kelurahan Binawidya membuka peluang untuk memperluas dampak kegiatan ini bagi pelaku UMKM lain di wilayah sekitar. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan digitalisasi usaha kecil, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan daya saing ekonomi masyarakat setempat.



Gambar 1. Peserta Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada Kelompok Usaha Merpati Sakti di Kelurahan Binawidya, Pekanbaru, terbukti mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan media digital untuk promosi usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pencatatan keuangan dari 40% menjadi 100%, serta peningkatan keterampilan digital di mana seluruh peserta (100%) berhasil membuat konten promosi dan mengunggahnya ke media sosial. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan omzet dan efisiensi operasional usaha, serta menumbuhkan kesadaran

peserta terhadap pentingnya pencatatan keuangan dan pemasaran digital dalam pengembangan UMKM.

Namun demikian, pelaksanaan kegiatan ini juga menghadapi beberapa hambatan, di antaranya waktu pelatihan yang terbatas, sehingga sebagian peserta belum dapat memperdalam praktik penggunaan aplikasi digital secara optimal. Selain itu, literasi digital awal peserta yang rendah menjadi kendala pada tahap awal pelatihan, terutama bagi peserta yang belum terbiasa menggunakan smartphone untuk aktivitas bisnis. Kendala lain adalah keterbatasan akses jaringan internet di lokasi kegiatan yang sempat menghambat sesi praktik promosi online.

Untuk mengatasi hambatan tersebut dan memastikan keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan secara daring agar peserta dapat terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan memperluas jangkauan pasar secara mandiri. Selain itu, mitra diharapkan membentuk kelompok belajar internal yang rutin melakukan evaluasi terhadap pencatatan keuangan dan strategi promosi digital. Tim pengabdian juga akan berkoordinasi dengan Forum UMKM Kelurahan Binawidya untuk mendiseminasikan materi pelatihan kepada UMKM lain di wilayah tersebut, sehingga manfaat kegiatan ini dapat menjangkau lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu peserta tetapi juga berpotensi menciptakan efek multiplikasi di lingkungan UMKM sekitar. Sinergi antara pelatihan, pendampingan berkelanjutan, dan dukungan komunitas diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM lokal dalam menghadapi tantangan ekonomi digital di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau. (2023). Data Sosial Ekonomi Kota Pekanbaru.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru. (2023). Profil UMKM Kota Pekanbaru.
- Farwitawati, R., Fithrie, S., Masirun, M., & Apriliani, I. B. (2024). Pembuatan dan Pelatihan Media Promosi Berbasis Android pada Kelompok Usaha Jahit Merpati Sakti. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 102-107.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Strategi Pengembangan UMKM Nasional.
- Kurniawan, A., Mulyani, D., & Wahyuni, S. (2023). Transformasi digital dan tantangan UMKM daerah: Studi pada pelaku usaha kuliner di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 4(2), 66-75.
- Lembaga Penelitian Universitas Riau. (2022). Survei Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan.
- Putri, R. A., & Handayani, S. (2020). Literasi keuangan dan dampaknya terhadap pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 101-113.
- Rahman, F., & Iskandar, D. (2021). Pemanfaatan digital marketing dalam pemberdayaan UMKM: Studi kasus pasca-pandemi COVID-19. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 45-53.
- Suhartini, S., Mulyadi, R., & Lestari, D. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan di masa pandemi. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 6(1), 87-94.
- Susanti, D., Prasetyo, H., & Nurani, Y. (2022). Peningkatan literasi keuangan bagi UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan sederhana. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 22-30.