
Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

Tini Kartini, Ade Budi Setiawan, Susy Hambani, Sahlan Hasbi, Ayang Fizahra Annisa, Putri Ananda Eka Puspita, Siti Maulidia Apriliani

Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Djuanda, Indonesia

Penulis korespondensi : Ade Budi Setiawan

E-mail : ade.budi.setiawan@unida.ac.id

Diterima: 01 September 2026 | Direvisi: 04 Oktober 2026 | Disetujui: 11 Oktober 2026 | Online: 28 Oktober 2026
© Penulis 2026

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat, termasuk di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi. Salah satu UMKM yang menjadi sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah UMKM Tempe Hiperasa, yang masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan usaha serta belum memiliki identitas visual yang mendukung *branding* produknya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangan UMKM Tempe Hiperasa melalui penerapan pembukuan sederhana, sekaligus memperkuat branding usaha melalui desain logo, desain *banner*, dan pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, identifikasi, wawancara, sosialisasi, pendampingan praktik, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha mampu memahami dan mempraktikkan pencatatan transaksi keuangan secara sederhana, memiliki logo dan *banner* sebagai identitas visual usaha, serta lokasi usahanya telah dapat ditemukan melalui *Google Maps*. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap tertib administrasi keuangan dan penguatan daya saing UMKM Tempe Hiperasa, baik dalam pemasaran secara luring maupun daring.

Kata kunci: pengelolaan keuangan; branding usaha; pelaku usaha tempe

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting the local economy, including in Kompa Village, Parung Kuda Subdistrict, Sukabumi Regency. One of the MSMEs targeted by this Community Service (PkM) initiative is Tempe Hiperasa, which still faces challenges in managing its business finances and lacks a visual identity to support its product branding. This activity aims to optimize the financial management of Tempe Hiperasa MSME through the implementation of simple bookkeeping, while also strengthening the business's branding through logo design, banner design, and registering the business location on Google Maps. The method used is a participatory approach involving the stages of observation, identification, interviews, socialization, practical mentoring, and evaluation of activity results. The results of the activity showed that business owners were able to understand and practice simple financial transaction recording, now have a logo and banner as visual identities for their businesses, and their business locations can be found on Google Maps. This activity made a positive contribution to orderly financial administration and strengthened the competitiveness of Tempe Hiperasa SMEs, both in offline and online marketing.

Keywords: financial management; business branding; tempe entrepreneur

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang utama perekonomian masyarakat di tingkat desa, termasuk dalam penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan keluarga (Suryana, 2022). Meskipun memiliki peran strategis tersebut, sebagian besar UMKM di tingkat desa masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran. Salah satu kendala yang umum ditemukan adalah pengelolaan keuangan mengenai penerapan pembukuan atau pencatatan keuangan usaha secara sederhana. Pelaku usaha kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usahanya secara akurat, baik dari sisi pemasukan, pengeluaran, maupun keuntungan yang diperoleh. Ketiadaan pembukuan yang tertata juga menyulitkan pelaku usaha dalam menyusun perencanaan keuangan serta mengambil keputusan bisnis secara tepat. Menurut Pratiwi et al., (2023) pencatatan laporan keuangan yang sistematis memiliki manfaat pada posisi keuangan usaha saat tertentu, serta dapat memberikan informasi keuangan mengenai hasil usaha dalam satu periode akuntansi. Sehingga penting bagi UMKM melakukan pencatatan pembukuan keuangan untuk keberhasilan usahanya. Penerapan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM, baik secara manual maupun berbasis digital, terbukti memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan pengambilan keputusan usaha (Irhamuddin et al., 2025).

Selain permasalahan pada aspek keuangan, banyak UMKM di tingkat desa yang belum memiliki identitas visual usaha yang memadai, seperti logo dan *banner*, sehingga produk sulit dikenali dan kurang memiliki daya saing dibandingkan produk sejenis di pasaran. Identitas visual usaha diperlukan sebagai salah satu simbol untuk menunjukkan pelaku usaha atas bidang usahanya (Budiarti et al., 2024). Menurut Ainun et al., (2023) logo merupakan representasi visual berdasarkan identitas merek dalam bentuk ideogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda. Logo usaha bermanfaat bagi pengembangan umkm untuk menambah nilai jual produk dan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas suatu usaha. Hardi et al., (2026) menunjukkan bahwa modernisasi identitas merek melalui pembuatan logo dapat memperkuat daya tarik visual produk sekaligus mendukung perluasan visibilitas digital usaha.

Kondisi tersebut juga tergambar pada tingkat desa, salah satunya di Desa Kompa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Sebagai desa dengan karakteristik pedesaan, Desa Kompa memiliki potensi yang beragam pada sektor pertanian, perkebunan, serta usaha rumahan yang dijalankan oleh warga sekitar. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi wilayah tersebut, berikut disajikan data umum mengenai profil Desa Kompa. Secara geografis, Desa Kompa merupakan wilayah daratan bukan pesisir dengan karakteristik topografi berupa lereng atau punggung bukit pada ketinggian sekitar 500-700 meter di atas permukaan laut (mdpl), dengan tipologi wilayah berupa persawahan. Desa Kompa memiliki luas wilayah sebesar 232 hektar, terdiri atas kawasan daratan seluas 121 hektar dan persawahan seluas 111 hektar, serta terbagi secara administratif ke dalam 4 dusun, 7 RW, dan 27 RT. Berdasarkan hasil sensus administrasi pemerintahan desa tahun 2026, data jumlah penduduk dan mata pencaharian penduduk Desa Kompa disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Desa Kompa

No	Keterangan	Jumlah (Jiwa)
1	Penduduk Laki-laki	3.922
2	Penduduk Perempuan	4.024
Jumlah		7.946

Berdasarkan Tabel 1, jumlah penduduk Desa Kompa secara keseluruhan tercatat sebanyak 7.946 jiwa. Jumlah tersebut terdiri atas 3.922 jiwa penduduk laki-laki dan 4.024 jiwa penduduk perempuan. Dengan demikian, penduduk perempuan memiliki jumlah yang sedikit lebih banyak dibandingkan penduduk laki-laki, dengan selisih sebanyak 102 jiwa. Komposisi penduduk tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Desa Kompa terdiri dari jumlah penduduk laki-laki dan perempuan yang relatif seimbang. Kondisi ini menjadi salah satu gambaran demografis yang penting dalam melihat

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

karakteristik masyarakat Desa Kompa serta dapat menjadi dasar dalam penyusunan dan pelaksanaan berbagai kegiatan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di desa.

Tabel 2. Mata Pencaharian Penduduk Desa Kompa

No	Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (orang)
1	Aparatur (Pejabat Negara)	32	17	49
2	Tenaga Pengajar	28	26	54
3	Wiraswasta	1.891	154	2.045
4	Pertanian dan Peternakan	53	3	56
5	Agama dan Kepercayaan	4	0	4
6	Pelajar/Mahasiswa	780	776	1.556
7	Tenaga Kesehatan	3	3	6
8	Pensiunan	17	3	20
9	Nelayan	0	0	0
10	Lainnya	2	2.040	2.042
Total		2.810	3.022	5.832

Berdasarkan tabel 2 tersebut, terlihat bahwa UMKM merupakan salah satu sumber mata pencaharian masyarakat Desa Kompa yang berperan penting dalam menopang perekonomian keluarga sekaligus melestarikan produk olahan khas yang menjadi ciri desa. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di Desa Kompa masih dikelola secara sederhana dan konvensional, sehingga dari sisi pengelolaan keuangan maupun pemasaran belum sepenuhnya optimal. Kondisi ini menjadikan Desa Kompa sebagai salah satu lokasi yang relevan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam upaya pendampingan pengelolaan usaha bagi pelaku UMKM setempat.

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM Tempe Hiperasa yang berlokasi di Kp. Cipanggulaan RT.10 RW.03 Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, UMKM ini belum menerapkan pembukuan sederhana secara konsisten dalam mencatat transaksi keuangan usahanya, serta belum memiliki logo, *banner*, maupun lokasi usaha yang terdaftar pada *Google Maps*. Kondisi ini menjadikan UMKM Tempe Hiperasa memerlukan pendampingan khusus agar pengelolaan keuangan usahanya dapat lebih tertib dan identitas usahanya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM Tempe Hiperasa, diperoleh informasi mengenai kondisi usaha, khususnya dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran produk Tempe Hiperasa masih dilakukan secara langsung dan melalui perantara. Selain aspek pemasaran, hasil wawancara juga menunjukkan adanya beberapa aspek usaha yang masih dapat dikembangkan, seperti penguatan identitas produk serta pencatatan keuangan yang lebih teratur. Kondisi tersebut menjadi dasar untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM Tempe Hiperasa dalam mengembangkan usahanya. Secara lebih rinci, hasil wawancara dengan pelaku Tempe Hiperasa disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Wawancara UMKM Tempe Hiperasa

No.	Aspek	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Profil Usaha	Sejak kapan UMKM Tempe Hiperasa menjalankan usaha?	UMKM Tempe Hiperasa merupakan usaha rumahan yang telah berjalan cukup lama. Selama 2 tahun pelaku usaha UMKM Tempe Hiperasa merintis di Kalimantan hingga pada akhirnya tahun 2021 melanjutkan usahanya yang berlokasi Kp. Cipanggulaan RT.10 RW.03 Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi.

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

No.	Aspek	Pertanyaan	Hasil Wawancara
2	Produk	Produk apa saja yang ditawarkan?	Produk utama yang ditawarkan adalah tempe yang diproduksi secara mandiri.
3	Pemasaran	Bagaimana cara memasarkan produk saat ini?	Pemasaran produk masih dengan menitipkan tempe ke warung-warung sekitar. Selain itu, terdapat pedagang yang mengambil produk menggunakan sepeda motor untuk kemudian menjualnya kembali kepada konsumen.
4	<i>Branding</i>	Apakah Tempe Hiperasa sudah memiliki identitas merek yang kuat?	Merek sudah digunakan dalam kegiatan usaha, tetapi identitas visual seperti logo & <i>banner</i> serta strategi <i>branding</i> masih perlu dikembangkan.
5	Marketplace	Apakah produk sudah dipasarkan melalui marketplace?	Produk belum dipasarkan secara optimal melalui marketplace. Karena, khawatir tidak tahan lama dan hancur.
6	Pencatatan Keuangan	Bagaimana pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha?	Pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum menggunakan sistem yang terstruktur.
7	Kendala	Apa kendala utama dalam mengembangkan usaha?	Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan pengetahuan dalam penguatan <i>branding</i> dan pencatatan keuangan yang sistematis.
8	Harapan	Apa harapan pelaku usaha terhadap pengembangan Tempe Hiperasa?	Pelaku usaha berharap usaha dapat dikenal lebih luas, meningkatkan jumlah pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendampingi UMKM Tempe Hiperasa dalam menerapkan pembukuan sederhana sebagai upaya optimalisasi pengelolaan keuangan usaha dan memperkuat *branding* usaha UMKM Tempe Hiperasa melalui pembuatan logo, *desain banner*, serta pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dalam meningkatkan administrasi keuangan sekaligus memperluas jangkauan promosi dan daya saing produk, baik secara luring maupun daring.

METODE

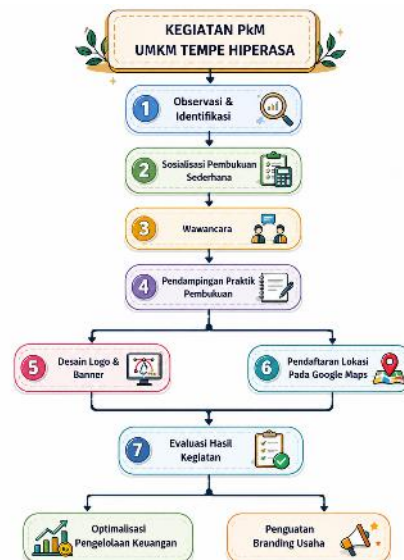
Lokasi dan Mitra

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di UMKM Tempe Hiperasa yang berlokasi di Kp. Cipanggulaan RT.10 RW.03, Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Mitra sasaran kegiatan adalah pelaku usaha selaku pemilik dan pengelola UMKM Tempe Hiperasa, sebuah usaha rumahan pengolahan tempe yang telah beroperasi sejak tahun 2021 di lokasi tersebut. Dalam operasional produksinya, UMKM ini melibatkan 5 (lima) orang tenaga kerja pada bagian produksi dan pengemasan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, kondisi mitra sebelum kegiatan menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih dilakukan secara tradisional, yaitu belum menerapkan pembukuan sederhana secara konsisten, serta belum memiliki identitas visual usaha berupa logo dan *banner*, maupun lokasi usaha yang terdaftar pada *Google Maps*. Kondisi awal inilah yang menjadi dasar penetapan bentuk pendampingan yang diberikan kepada mitra.

Tahap Kegiatan

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

Kegiatan PkM ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta tahap evaluasi dan monitoring. Alur tahapan kegiatan secara ringkas disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Kegiatan PkM pada UMKM Tempe Hiperasa

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana dengan mitra serta pemerintah Desa Kompa untuk memperoleh izin dan dukungan pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya dilakukan pengamatan langsung di lapangan (observasi) yang difokuskan pada pengelolaan keuangan, operasional usaha, pemasaran, serta identitas visual yang digunakan mitra, dilanjutkan dengan wawancara untuk menggali lebih dalam kebiasaan pencatatan keuangan, kendala usaha, serta kebutuhan terkait *branding* dan pemasaran (hasil disajikan pada Tabel 3). Hasil identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar penyusunan materi pendampingan pembukuan sederhana, penyiapan sarana berupa format pencatatan keuangan, serta penyusunan instrumen evaluasi yang digunakan untuk mengukur ketercapaian tujuan kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan kegiatan inti pendampingan yang mencakup empat kegiatan utama. Pertama, sosialisasi pembukuan sederhana, yaitu pemberian materi mengenai pentingnya pembukuan bagi UMKM, mencakup pengenalan konsep pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta perhitungan keuntungan usaha secara sederhana. Kedua, pendampingan praktik pembukuan, yaitu pendampingan langsung kepada pelaku usaha dalam mempraktikkan pencatatan transaksi keuangan harian menggunakan format yang telah disiapkan, sehingga pelaku usaha dapat membiasakan diri mencatat arus kas usahanya secara mandiri dan berkelanjutan. Ketiga, *desain* logo dan *banner*, yaitu perancangan logo dan *banner* yang disesuaikan dengan karakteristik produk UMKM Tempe Hiperasa dengan melibatkan pelaku usaha dalam proses diskusi dan pemilihan desain akhir, sebagai upaya penguatan identitas visual dan *branding* usaha. Keempat, pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps*, yaitu pendampingan proses pendaftaran dan pengisian profil usaha, meliputi penentuan titik lokasi, pengisian informasi usaha, serta penambahan foto produk.

Tahap Evaluasi Dan Monitoring

Monitoring dilakukan secara berkelanjutan oleh tim pelaksana selama periode pelaksanaan kegiatan, yaitu pada tanggal 29 Juli hingga 19 Agustus 2026, untuk memastikan setiap tahapan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Evaluasi dilaksanakan pada akhir rangkaian

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

kegiatan untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan kemampuan mitra dalam menerapkan pembukuan sederhana, serta memastikan *desain* logo dan *banner* serta profil *Google Maps* telah digunakan dan berfungsi dengan baik dalam mendukung operasional usaha. Metode evaluasi yang digunakan berupa observasi langsung terhadap praktik pencatatan keuangan mitra dan wawancara umpan balik (*feedback*) untuk menilai kesesuaian hasil desain identitas visual dan profil digital usaha dengan kebutuhan mitra, yang hasilnya dikaitkan dengan indikator keberhasilan program.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan PkM ini diukur berdasarkan beberapa indikator dan target capaian sebagai berikut:

1. UMKM Tempe Hiperasa mampu memahami dan mempraktikkan pencatatan transaksi keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, dan saldo) secara mandiri;
2. Tersedianya rancangan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar penentuan harga jual dan perhitungan keuntungan usaha;
3. Tersedianya logo dan *banner* sebagai identitas visual usaha yang telah digunakan oleh UMKM Tempe Hiperasa;
4. Lokasi usaha UMKM Tempe Hiperasa terdaftar dan dapat ditemukan melalui *Google Maps* disertai informasi usaha yang lengkap.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi kegiatan dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yaitu dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan pendampingan (*before-after*) pada aspek pengelolaan keuangan, identitas visual, dan visibilitas usaha. Adapun data kuantitatif berupa perhitungan biaya produksi dan Harga Pokok Produksi (HPP) dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, dan gambar untuk menggambarkan perubahan kondisi UMKM Tempe Hiperasa serta ketercapaian indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan urutan kegiatan yang telah dirancang, pelaksanaan kegiatan PkM di UMKM Tempe Hiperasa dilakukan melalui beberapa tahap yang saling terkait. Setiap tahap dijalankan secara partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha agar kegiatan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan masalah yang dihadapi. Berikut adalah penjelasan mengenai setiap tahapan kegiatan:

1. Pengamatan dan Identifikasi Masalah

Tahap pertama dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui keadaan UMKM Tempe Hiperasa. Pengamatan ini difokuskan pada pengelolaan keuangan, operasional usaha, pemasaran, serta identitas visual yang digunakan. Dari tahap ini diperoleh gambaran awal mengenai kondisi dan masalah yang dihadapi oleh UMKM sebagai dasar dalam menetapkan kegiatan pendampingan.

2. Sosialisasi Pembukuan Sederhana

Tim pelaksana memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pembukuan sederhana bagi UMKM, mencakup pengenalan konsep pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta perhitungan keuntungan usaha secara sederhana dan mudah dipahami, sejalan dengan pendekatan yang digunakan dalam pendampingan pembukuan sederhana pada UMKM sejenis.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pelaku usaha Tempe Hiperasa untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai kondisi usaha. Wawancara mencakup kebiasaan pencatatan keuangan, kendala dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran, perkembangan usaha, serta kebutuhan terkait *branding* dan pemasaran. Hasil wawancara digunakan sebagai bahan pendukung dalam menentukan bentuk pendampingan dan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

4. Pendampingan Praktik Pembukuan

Setelah sosialisasi, dilakukan pendampingan langsung kepada pelaku usaha Tempe Hiperasa dalam mempraktikkan pencatatan transaksi keuangan harian, sehingga pelaku usaha dapat membiasakan diri mencatat arus kas usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

5. *Desain Logo dan Banner*

Tim pelaksana mendesain logo dan *banner* yang disesuaikan dengan karakteristik produk UMKM Tempe Hiperasa, dengan melibatkan pelaku usaha dalam proses diskusi dan pemilihan desain akhir, sebagai upaya penguatan identitas visual dan *branding* usaha.

6. Pendaftaran Lokasi Usaha di *Google Maps*

Tim PkM membantu pelaku usaha UMKM dalam proses pendaftaran dan pengisian profil usaha di *Google Maps*, termasuk penentuan lokasi, pengisian informasi mengenai usaha, serta penambahan foto produk, berdasarkan praktik pendampingan digitalisasi lokasi usaha yang telah diterapkan pada UMKM lainnya.

7. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan pembukuan sederhana, memastikan *desain* logo dan *banner* serta profil *Google Maps* telah digunakan dan berfungsi dengan baik dalam mendukung operasional usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) pada UMKM Tempe Hiperasa di Desa Kompa dilakukan secara bertahap sesuai dengan metode yang telah dirancang sebelumnya, mulai dari observasi hingga evaluasi akhir kegiatan. Melalui rangkaian tahapan tersebut, tim PkM memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha, kebutuhan pendampingan, serta perubahan yang terjadi pada UMKM Tempe Hiperasa setelah kegiatan berlangsung. Secara garis besar, hasil kegiatan dapat diuraikan ke dalam empat aspek utama, yaitu observasi awal UMKM Tempe Hiperasa, proses optimalisasi pengelolaan keuangan melalui pembukuan sederhana, penguatan *branding* melalui *desain* logo dan *banner*, serta peningkatan visibilitas usaha melalui pendaftaran *Google Maps*.

Observasi Awal UMKM Tempe Hiperasa di Desa Kompa

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan pada tanggal 29 Juli 2026 hingga 19 Agustus 2026, dilaksanakan oleh Tim PkM Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda. Kegiatan diawali dengan observasi oleh Tim PkM. Berdasarkan hasil observasi, UMKM Tempe Hiperasa merupakan usaha rumahan yang telah berjalan cukup lama. Selama 2 tahun pelaku usaha UMKM Tempe Hiperasa merintis di Kalimantan hingga pada akhirnya tahun 2021 melanjutkan usahanya yang berlokasi Kp. Cipanggulaan RT.10 RW.03 Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi.



Gambar 2. Observasi UMKM Tempa Hiperasa

Namun, dari hasil observasi pengelolaan UMKM Tempe Hiperasa masih dilakukan secara tradisional. pelaku usaha belum melakukan pencatatan transaksi keuangan secara tertib, sehingga kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara pasti. Kondisi ini sejalan dengan temuan pada UMKM sejenis, di mana sebagian besar pelaku usaha mikro cenderung hanya mengandalkan

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

ingatan dalam mencatat uang masuk dan uang keluar tanpa memperhitungkan laba atau rugi usaha secara sistematis. Selain itu, UMKM Tempe Hiperasa juga belum memiliki logo, *banner*, maupun lokasi usaha yang terdaftar pada *Google Maps*, sehingga identitas usaha maupun visibilitasnya di ruang digital masih sangat terbatas.

Pendampingan Awal Pengelolaan Keuangan Melalui Pembukuan Sederhana

Kegiatan pendampingan pembukuan sederhana disambut baik oleh pelaku usaha UMKM Tempe Hiperasa. Pada tahap awal, pelaku usaha diperkenalkan dengan format pencatatan sederhana yang mencakup kolom tanggal, keterangan transaksi, pemasukan, pengeluaran, dan saldo (Fitriana et al., 2022). Format ini dipilih karena kesederhanaannya sehingga mudah dipahami dan diterapkan oleh pelaku usaha mikro yang belum memiliki latar belakang akuntansi, sebagaimana ditekankan dalam berbagai kegiatan pendampingan pembukuan sederhana pada UMKM. Pembukuan sederhana membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan, khususnya melalui pencatatan transaksi dan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha (Fadillah et al., 2026). Dalam melakukan pembukuan sederhana terdapat beberapa tahapan pencatatan yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya penyusutan peralatan, biaya overhead pabrik, biaya produksi dan perhitungan HPP selama satu minggu. Pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital dapat diberikan kepada pelaku UMKM sebagai bentuk upaya meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan usaha (Agung et al., 2026).

Berikut adalah rancangan Laporan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) untuk UMKM Tempe berdasarkan periode produksi selama 1 Minggu (7 Hari Produksi Kontinu) dengan total pengolahan kedelai sebesar 1.225 kg dan estimasi hasil panen sebanyak 7.350 bungkus tempe.

Tabel 4. Biaya Bahan Baku (1 Minggu)

No	Keterangan	Kuantitas	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kedelai (175 kg/hari × 7 hari)	1.225 kg	11.000	13.475.000
2	Ragi Tempe (1 kantong / minggu)	1 kantong	15.000	15.000
3	Tepung Beras Putih	1 bal	8.000	8.000
4	Plastik Pembungkus (4 kg/hari × 7 hari)	28 kg	40.000	1.120.000
Total (Rp)				14.618.000

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa total biaya bahan baku yang dibutuhkan untuk tempe selama 1 minggu sebesar Rp14.618.000,-. Hal ini berarti rata-rata biaya bahan baku sebesar Rp2.088.286,-/hari agar produksi berjalan sesuai dengan standar operasional usaha.

Tabel 5. Biaya Tenaga Kerja Langsung (1 Minggu)

Jenis Pekerjaan	Jumlah Karyawan	Upah Borongan (Rp)	Jumlah (Rp)
Produksi & Pengemasan	5 Orang	2.150 / kg kedelai	Rp 2.633.750
Total (Rp)			2.633.750

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk upah karyawan tempe selama 1 minggu sebesar Rp2.633.750,- per orang dari jumlah upah borongan sebesar Rp2.150,- dikalikan jumlah bahan baku kedelai sebesar 1.225kg. Hal ini berarti rata-rata biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp13.168.750,- per 5 orang, agar produksi berjalan sesuai dengan standar operasional usaha.

Tabel 6. Biaya Penyusutan Peralatan

Keterangan	Kuantitas	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Drum Rebusan / Dandang Besar	2	350.000	700.000
Mesin Pengupas & Pemisah Kulit	1	2.500.000	2.500.000

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

Keterangan	Kuantitas	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Tabung Gas & Regulator	2	150.000	300.000
Rak Fermentasi & Terpal Penutup	4	400.000	1.600.000
Tampah, Ayakan, & Timbangan	5	50.000	250.000
Impulse Sealer (Press Plastik)	2	200.000	400.000
Total Investasi Alat Peralatan			5.750.000
Estimasi Masa Pergantian / Manfaat			5 Tahun (260 Minggu)
Bop Tetap (Penyusutan Alat Per Minggu)			22.115

Berdasarkan Tabel 6, UMKM Tempe Hiperasa memiliki total investasi peralatan sebesar Rp5.750.000 yang digunakan untuk menunjang proses produksi. Peralatan dengan nilai investasi terbesar adalah mesin pengupas dan pemisah kulit sebesar Rp2.500.000, diikuti oleh rak fermentasi dan terpal penutup sebesar Rp1.600.000. Sementara itu, peralatan lainnya terdiri dari drum rebusan atau dandang besar, tabung gas dan regulator, tampah, ayakan dan timbangan, serta impulse sealer. Dengan estimasi masa manfaat peralatan selama 5 tahun atau 260 minggu, total investasi tersebut menghasilkan biaya penyusutan peralatan sebesar Rp22.115 per minggu. Biaya penyusutan ini termasuk dalam biaya overhead tetap (BOP tetap) yang perlu diperhitungkan dalam biaya produksi, meskipun peralatan tersebut tidak mengeluarkan biaya secara langsung setiap kali proses produksi dilakukan. Dengan demikian, pencatatan biaya penyusutan membantu UMKM Tempe Hiperasa mengetahui biaya produksi secara lebih akurat dan menjadi dasar dalam menentukan harga jual serta keuntungan usaha.

Tabel 7. Biaya Overhead Pabrik (1 Minggu)

No	Keterangan	Kuantitas	Biaya (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Tetap				
1	Biaya Penyusutan Peralatan (per Minggu)	-	-	22.115
Total Bop Tetap				22.115
Biaya Variabel				
1	Gas LPG (6,5 tabung/hari × 7 hari)	45,5 Tabung	20.000	910.000
2	Air PDAM (Estimasi 1 Minggu)	1 Minggu	100.000	100.000
3	Listrik Pabrik (Estimasi 1 Minggu)	1 Minggu	50.000	50.000
Total Biaya Variabel				1.060.000
Total Biaya Overhead Pabrik (Bop)				1.082.115

Berdasarkan tabel 7 biaya overhead pabrik (BOP) UMKM Tempe Hiperasa, dapat diketahui bahwa total biaya overhead yang dikeluarkan dalam satu minggu sebesar Rp1.082.115. Biaya tersebut terdiri atas BOP tetap sebesar Rp22.115 dan BOP variabel sebesar Rp1.060.000. BOP tetap berasal dari biaya penyusutan peralatan produksi sebesar Rp22.115 per minggu. Sementara itu, BOP variabel terdiri dari biaya Gas LPG sebesar Rp910.000, biaya air PDAM sebesar Rp100.000, dan biaya listrik pabrik sebesar Rp50.000. Dari ketiga komponen tersebut, penggunaan Gas LPG menjadi biaya variabel terbesar, yaitu sekitar 85,85% dari total BOP variabel, sehingga menjadi salah satu komponen biaya yang cukup berpengaruh terhadap biaya produksi.

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa total biaya produksi UMKM Tempe Hiperasa selama satu minggu sebesar Rp18.333.865. Biaya tersebut terdiri atas biaya bahan baku sebesar Rp14.618.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp2.633.750, dan biaya overhead pabrik sebesar Rp1.082.115. Dari ketiga komponen tersebut, biaya bahan baku menjadi komponen biaya terbesar, yaitu sekitar 79,72% dari total biaya produksi. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan bahan baku menjadi faktor utama yang memengaruhi besarnya biaya produksi Tempe Hiperasa. Sementara itu, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik masing-masing memberikan kontribusi sekitar 14,36% dan 5,90% terhadap total biaya produksi. Dalam satu minggu, UMKM Tempe Hiperasa mampu menghasilkan sebanyak 7.350 bungkus produk. Berdasarkan perbandingan antara total biaya produksi

dengan jumlah produksi tersebut, diperoleh Harga Pokok Produksi (HPP) sebesar Rp2.494 per bungkus. Untuk memudahkan dalam penerapan harga dan perhitungan usaha, HPP tersebut kemudian dibulatkan menjadi Rp2.500 per bungkus.

Tabel 8. Biaya Produksi & Perhitungan Hpp (1 Minggu)

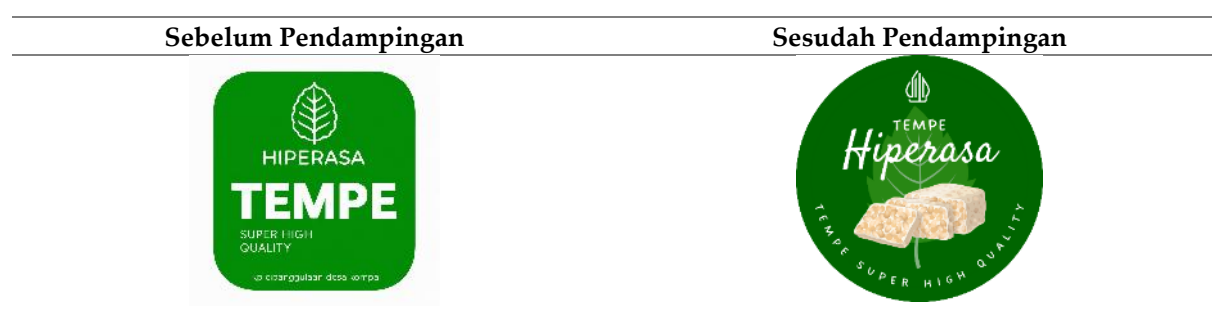
No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	14.618.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.633.750
3	Biaya Overhead Pabrik	1.082.115
Total Biaya Produksi		18.333.865
Jumlah Produksi Per Unit (1 Minggu)		7.350 Bungkus
Hpp Per Unit		2.494
Pembulatan Hpp Per Bungkus		2.500

Sumber: UMKM Tempe Hiperasa

Setelah melalui tahap pendampingan, pelaku usaha UMKM Tempe Hiperasa mulai membiasakan diri mencatat transaksi keuangan setiap hari. Penerapan pembukuan melalui praktik langsung dan pendampingan dapat membantu pelaku usaha menghubungkan pencatatan keuangan dengan aktivitas usaha sehari-hari, sehingga mendorong terbentuknya pengelolaan keuangan yang lebih tertib dan profesional (Ardiansyah et al., 2026). Pembiasaan pencatatan transaksi secara rutin ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam memahami kondisi keuangan usaha secara lebih tepat, menyusun anggaran, serta membuat perencanaan keuangan yang lebih terarah ke depannya. penerapan pembukuan sederhana pada pelaku usaha penting untuk lebih mudah dalam memisahkan uang usaha dan uang pribadi, sehingga risiko kerugian akibat pengelolaan keuangan yang tidak tertib dapat diminimalisasi (Ariningrum & Alansori, 2021).

Penguatan *Branding* Melalui *Desain* Logo dan *Banner*

Menurut Ainun et al., (2023) Logo berperan sebagai elemen dasar dalam membangun citra dan identitas usaha, sekaligus menjadi pembeda produk di antara produk sejenis di pasaran. Penentu keberhasilan pelaku UMKM yaitu mengembangkan produk dengan permintaan sekunder, inovasi, estetika, dan strategi *branding*.



Gambar 3. Logo UMKM Tempe Hiperasa

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing dan memperkuat identitas usaha, pendampingan pada UMKM Tempe Hiperasa juga dilakukan melalui pengembangan *branding* produk, salah satunya melalui pembaruan *desain* logo (Sirait, 2025). Logo memiliki peran penting sebagai identitas visual yang dapat membangun citra produk, meningkatkan daya tarik konsumen, serta memudahkan konsumen dalam mengenali produk di tengah persaingan pasar. Perancangan logo yang efektif tidak hanya memperhatikan aspek estetika, tetapi juga dapat meningkatkan daya ingat konsumen terhadap suatu merek dan memperkuat citra usaha, oleh karena itu dilakukan penyempurnaan logo Tempe Hiperasa agar memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan

merepresentasikan karakteristik produk (Dawami, 2025). Menurut Mulyono et al., (2024). Pemanfaatan *banner* sebagai media promosi terbukti dapat menarik minat konsumen serta memperkuat pengenalan usaha di lingkungan sekitar, sebagaimana ditemukan dalam kegiatan *rebranding* media promosi pada UMKM lain. Selain logo, tim PkM juga membuat *desain banner* usaha yang menampilkan identitas visual, jenis produk, serta informasi kontak UMKM Tempe Hiperasa. *Banner* ini digunakan sebagai sarana promosi di lokasi usaha sekaligus penguat citra usaha di hadapan konsumen.

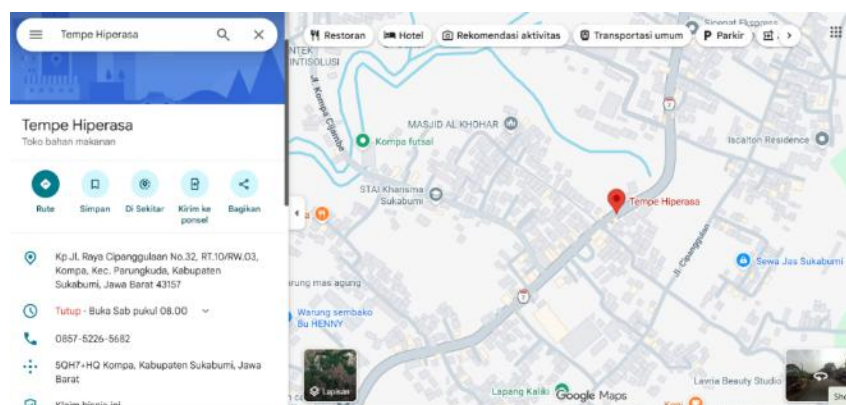


Kp. Cipanggulaan RT 10/ RW 03., Desa Kompa., Kec. Parungkuda Kab. Sukabumi

Gambar 4. Desain Banner UMKM Tempe Hiperasa

Peningkatan Visibilitas Usaha Melalui Pendaftaran *google Maps*.

Pada tahap ini, tim pelaksana PKM mendampingi pelaku usaha UMKM Tempe Hiperasa dalam mendaftarkan lokasi usahanya pada *Google Maps*, mulai dari penentuan titik koordinat, pengisian nama usaha, kategori bisnis, jam operasional, hingga penambahan foto produk. Menurut (Adelia et al., 2026) pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* dapat membantu meningkatkan visibilitas digital UMKM sehingga usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen di luar wilayah. Melalui kegiatan ini, UMKM Tempe Hiperasa diharapkan tidak hanya memiliki lokasi usaha yang tercantum secara digital, tetapi juga dapat memperluas jangkauan informasi mengenai usahanya. Dengan demikian, calon konsumen, khususnya konsumen dari luar wilayah, dapat lebih mudah menemukan lokasi, memperoleh informasi mengenai usaha, serta mengetahui produk yang ditawarkan secara daring.



Gambar 5. *Google Maps* UMKM Tempe Hiperasa

<https://www.google.com/maps/place/Tempe+Hiperasa/> Diakses, 21 Agustus 2026

Setelah proses pendaftaran selesai, lokasi UMKM Tempe Hiperasa telah dapat ditemukan melalui pencarian pada aplikasi *Google Maps*, dilengkapi dengan informasi dasar usaha dan foto produk. Menurut Lestari et al., (2022) *Google Maps* merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang efektif dan terjangkau bagi pelaku UMKM. Hal ini memberikan nilai tambah bagi UMKM Tempe Hiperasa dalam memperluas jangkauan promosi tanpa memerlukan biaya besar. Pemanfaatan *Google Maps* sebagai media digital dapat membantu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, sehingga

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

konsumen lebih mudah menemukan lokasi, memperoleh informasi produk, serta mengakses kontak usaha (Husain et al., 2023).

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan pembukuan sederhana dan penguatan *branding* usaha memberikan dampak positif bagi UMKM Tempe Hiperasa diantaranya adalah:

1. Dari sisi pengelolaan keuangan, pelaku usaha kini memiliki catatan transaksi yang lebih tertib sebagai dasar dalam memantau kondisi usaha dan mengambil keputusan bisnis.
2. Dari sisi *branding*, tersedianya logo, *banner*, dan profil usaha pada *Google Maps* memperkuat identitas visual UMKM Tempe Hiperasa sekaligus memperluas jangkauan promosi, baik secara luring melalui *banner* yang dipasang di lokasi usaha, maupun secara daring melalui pencarian pada *Google Maps*.

Kombinasi antara tertib administrasi keuangan dan penguatan identitas visual ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM Tempe Hiperasa secara berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Tempe Hiperasa telah terlaksana dengan baik melalui pendampingan pengelolaan keuangan dan penguatan *branding* usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan pembukuan sederhana membantu pelaku usaha mulai melakukan pencatatan transaksi secara lebih tertib sehingga kondisi pemasukan, pengeluaran, dan saldo usaha dapat dipantau dengan lebih mudah. Selain itu, pembuatan logo dan *banner* memberikan identitas visual yang lebih jelas bagi UMKM Tempe Hiperasa, sedangkan pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* meningkatkan kemudahan konsumen dalam menemukan keberadaan usaha secara daring. Dengan demikian, kegiatan pendampingan yang dilakukan mampu memberikan peningkatan pada aspek administrasi keuangan dan identitas usaha serta menjadi langkah awal dalam mendukung pengelolaan dan daya saing UMKM Tempe Hiperasa secara berkelanjutan.

Untuk keberlanjutan kegiatan, pelaku Usaha Tempe Hiperasa disarankan untuk mempertahankan pencatatan keuangan secara rutin dan konsisten serta mulai menggunakan hasil pembukuan sebagai dasar dalam menentukan harga jual, menghitung keuntungan, dan merencanakan kebutuhan usaha. Pelaku usaha juga disarankan untuk menjaga konsistensi penggunaan logo dan *banner* serta mengoptimalkan *Google Maps* dengan memperbarui informasi, foto produk, dan jam operasional secara berkala. Kegiatan PkM selanjutnya dapat dikembangkan melalui pendampingan pemasaran digital, pengelolaan media sosial, pengembangan kemasan produk, serta peningkatan kemampuan dalam penyusunan laporan keuangan yang lebih terstruktur. Salah satu hambatan yang perlu diperhatikan adalah keterbatasan waktu dan kebiasaan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan secara rutin, sehingga diperlukan pendampingan lanjutan agar hasil kegiatan dapat diterapkan secara konsisten dan memberikan dampak yang lebih berkelanjutan..

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan sehingga dapat berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Universitas Djuanda yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan PkM. Selanjutnya, terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Kompa dan seluruh perangkat Desa Kompa yang telah memberikan izin, dukungan, serta membantu memfasilitasi pelaksanaan kegiatan di lingkungan desa. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pelaku usaha Tempe Hiperasa dan membantu dalam setiap tahapan kegiatan sehingga seluruh rangkaian kegiatan PkM dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adelia, I., Lubis, D., Fahira, A., & Apriliza, S. (2026). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Umkm Di Desa Huta Bahtangan, Nagori Mekar Sari Raya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjüt Nyak Dhien*, 5(1), 193-201.

Optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding usaha pada umkm tempe hiperasa di Desa Kompa, Kecamatan Parung Kuda, Kabupaten Sukabumi

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya: Jural Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681.
- Ardiansyah, Budiansyah, Hariono, T., & Lenniwati, D. (2026). *Pemberian Materi dan Pendampingan Pembukuan Keuangan Sederhana kepada Pedagang Sentra Wisata Kuliner (SWK) Ikan Duyung Surabaya*. 5(7), 2963–184. <https://doi.org/10.55681/swarna.v5i7.3427>
- Ariningrum, H., & Alansori, A. (2021). Sosialisasi dan pelatihan mengenai pembukuan sederhana bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 53–57.
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760>
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo Dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37.
- Fadillah, H., Yudianto, A., Hasanah, N., Rifani, J., Tinggi, S., Administrasi, I., & Amuntai, I. (2026). Pengelolaan Keuangan dan Pembukuan Keuangan Usaha pada Masyarakat di Desa Kayakah. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora (EKSHUM)*, 4(2), 191–195. <http://jurnalekshum.ulm.ac.id/index.php/id>
- Fitriana, A., Hasibuan, R.R., Tyas, K.Z. & Supriatin, D (2022). Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM Bidang Pariwisata di Desa Petahunan, Kab. Banyumas. *PakMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 17–22. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.787>
- Hardi, B., Putra, A., Ramadona, A., Manurung, T. I., Putra, H. & Akasta, D. (2026). Pendampingan Pendaftaran Lokasi Usaha pada Google Maps dan Penguatan Branding bagi Pelaku UMKM di Desa Mangkai Baru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 5(1), 1595–1600. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7481>
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303–310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- Irhamuddin, I., Aryani, W. N., Umar, N. H., Sukaisih, S., & Sari, L. (2025). Strategi Digital Accounting Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 25(1), 17–26. <https://doi.org/10.30596/24331>
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (n.d.). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 887(3), 2022. <https://doi.org/10.37905/dikmas.2.3.887-894.2022>
- Pratiwi, A., Huda, N., Nurulrahmatiah, N., & Rimawan (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Pengolahan Hasil Laut Di Kelurahan Kolo Kota Bima. In *Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (DEPATI)* (Vol. 3, Number 1). <http://journal.ubb.ac.id/index.php/depati/index>Halaman|50
- Mulyono, R., Rejokirono, R., Maryono, M., Purbonuswanto, W., Wahyu Prasetyaningtyas, S., Evan Eka Syahputri, C., & Irmayanto, D. (2024). *AMONG: Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Rebranding media promosi UMKM melalui pembuatan banner dan pemanfaatan Google Maps untuk menarik minat pelanggan*.
- Sari, P.A.P., Usadi, M.P.P., Dewi, N.W.S. & Sepiani, N.K.A (2026). Pembuatan Logo Usaha Dan Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital Pada Umkm Jajan Upakara Desa Blahbatuh. *Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasarakswati Denpasar* (Vol. 5, No. 1, pp. 412-419).
- Sirait, I. H. (2025). *Ekonomi Mikro untuk UMKM: Buku Ekonomi Mikro untuk UMKM: Konsep Dasar & Strategi Mengembangkan Bisnis*. CV. Mitra Edukasi Negeri.
- Suryana. (2022). *Strategi pengembangan UMKM berbasis kebutuhan lokal*. Alfabeta.