Abdimas Siliwangi
p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

Pelatihan *frugal business* untuk penguatan kapasitas UMKM di Desa Widasari

Turini[1], Suwandi[2], Sudadi Pranata[3], Lena Magdalena[4], Rifqi Fahrudin[5], Feri Fauzi[6], Safitri Akbari[7]
[1,2,3,4,5,6,7] **Universitas Catur Insan Cendekia - Cirebon**
* suwandi@cic.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting dalam menunjang perekonomian lokal. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM meliputi pengelolaan biaya operasional, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Widasari, Kabupaten Indramayu, melalui pelatihan penerapan prinsip Frugal Business. Kegiatan dilaksanakan pada 9 Juni 2026, pukul 09.00–14.30 WIB, dengan melibatkan 66 pelaku UMKM. Metode pelaksanaan menerapkan pendekatan partisipatif melalui observasi, identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, praktik, diskusi, dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil sebelum dan sesudah pelatihan yang mencakup empat aspek, yaitu pemahaman Frugal Business, pengelolaan biaya operasional, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan keterampilan digital marketing. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap prinsip *Frugal Business* meningkat dari 45% menjadi 85%, sedangkan penggunaan media sosial untuk pemasaran meningkat dari 48% menjadi 88%. Peserta juga mulai melakukan pencatatan sederhana pengeluaran usaha dan memanfaatkan media sosial untuk promosi produk. Hasil tersebut menggambarkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan efisiensi biaya serta strategi pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung penguatan kemampuan manajerial dan digital pelaku UMKM.
Kata Kunci: *Frugal Business*, UMKM, Pemasaran Digital, Pengelolaan Keuangan

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the local economy. The challenges faced by MSME owners include operational cost management, financial recordkeeping, and the utilization of digital media for marketing. This Community Service Program aimed to strengthen the capacity of MSME owners in Widasari Village, Indramayu Regency, through training on the application of *Frugal Business* principles. The program was conducted on June 9, 2026, from 9:00 a.m. to 2:30 p.m. Western Indonesia Time (WIB), involving 66 MSME owners. The program adopted a participatory approach consisting of observation, needs identification, material presentation, practical exercises, discussions, and mentoring. Evaluation was conducted by comparing results before and after the training across four aspects: understanding of Frugal Business, operational cost management, the use of social media for marketing, and digital marketing skills. The evaluation results showed that participants' understanding of *Frugal Business* principles increased from 45% to 85%, while the use of social media for marketing increased from 48% to 88%. Participants also began keeping simple records of business expenses and utilizing social media to promote their products. These findings indicate improvements in participants' understanding and skills in applying cost-efficiency principles and digital marketing strategies. The program is expected to support the development of MSME owners' managerial and digital capabilities.
Keywords: *Frugal Business*, MSMEs, Digital Marketing, Financial Management.

Articel Received: 05/08/2026; **Accepted**: 28/10/2026

Abdimas Siliwangi
p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

How to cite: Turini., Suwandi, S., Pranata, S., Magdalena, L., Fahrudin, R., Fauzi, F., & Akbari, S. (2026). Pelatihan frugal business untuk penguatan kapasitas UMKM di Desa Widasari. *Abdimas Siliwangi,* Vol 9 (3), 543-554. doi: 10.22460/as.v9i3.32899

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal (Novitasari 2022). Di tengah perkembangan ekonomi digital, keberlangsungan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga oleh kecakapan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya, mengendalikan biaya, dan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran (Asrah et al. 2024), (Krisna 2024). Pengelolaan keuangan yang belum tertata dan keterbatasan pemanfaatan media digital dapat menghambat pelaku UMKM dalam mengambil keputusan bisnis secara efektif (Lestari et al. 2023). Oleh karena itu, penguatan kapasitas manajerial dan digital menjadi salah satu kebutuhan penting dalam pengembangan UMKM.

Kebutuhan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bagi pelaku UMKM di Desa Widasari, Kabupaten Indramayu. Berdasarkan uraian kondisi mitra dalam observasi awal, permasalahan yang teridentifikasi mencakup pencatatan keuangan usaha yang masih sederhana, pengendalian biaya operasional yang belum optimal, serta pemanfaatan media sosial yang belum maksimal sebagai sarana promosi. Kondisi ini menunjukkan perlunya pelatihan yang tidak hanya memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan usaha, tetapi juga membekali peserta dengan praktik sederhana yang dapat diterapkan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki (Sucipto et al. 2025).

Sejumlah kegiatan PkM terdahulu telah membahas penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan pengelolaan keuangan maupun pemasaran digital. (Hamzah, Nurhayati, and Suhendar 2023) mengkaji pelatihan perencanaan dan pengelolaan keuangan UMKM, sedangkan (Suwandi et al. 2025) membahas pendampingan pengelolaan keuangan digital.

Pendampingan digital marketing juga dilaporkan mampu memperluas jangkauan pasar (Fitriani and Permatasari 2025), meningkatkan visibilitas produk, serta mendorong peningkatan penjualan melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian tersebut masih

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

dilaksanakan secara terpisah, yaitu hanya berfokus pada aspek pengelolaan keuangan atau hanya menitikberatkan pada pemasaran digital.

Berdasarkan permasalahan mitra tersebut, kegiatan PkM ini bertujuan memperkuat kapasitas pelaku UMKM di Desa Widasari dalam memahami dan menerapkan prinsip *Frugal Business* (Ashari and Waskita 2025), khususnya pada pengelolaan biaya operasional dan pemasaran digital berbiaya rendah (Purnomo et al. 2025). Pendekatan ini dipilih karena menekankan pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara lebih efisien dan penggunaan sarana digital yang mudah diakses, tanpa mengharuskan pelaku usaha bergantung pada investasi teknologi yang besar (Mandala et al. 2026). Pelaksanaan kegiatan diarahkan pada peningkatan pemahaman Frugal Business, kemampuan mengelola biaya operasional, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan keterampilan digital marketing (Riandi et al. 2025). Keempat aspek tersebut menjadi dasar evaluasi kegiatan untuk menilai perubahan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan (Deri et al. 2025).

B. LANDASAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait pengelolaan keuangan, keterbatasan sumber daya, dan pemanfaatan teknologi digital (Meilani et al. 2025), (Nursyafa and Heriyanto 2025). Pengelolaan keuangan yang baik mencakup pencatatan transaksi, perencanaan pengeluaran, dan pengendalian biaya agar penggunaan sumber daya lebih terarah (Sholeha, Nurafifah, and Misra 2025).

Keterbatasan literasi keuangan dapat memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam menentukan prioritas pengeluaran dan mengambil keputusan bisnis (Riyani and Virgi 2025). Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penguatan kemampuan manajerial yang dapat diterapkan secara sederhana sesuai dengan kapasitas usaha.

Frugal Business dalam kegiatan ini dimaknai sebagai pendekatan pengelolaan usaha yang menekankan penggunaan sumber daya secara efisien, pengendalian biaya, dan pemanfaatan alternatif yang lebih hemat tanpa mengurangi nilai produk atau layanan bagi pelanggan (Septiana and Ardiansyah 2026). Pendekatan ini sejalan dengan pembahasan mengenai praktik frugal innovation pada usaha kecil dan menengah yang

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

menekankan pemanfaatan sumber daya secara optimal sebagai bagian dari kelincahan strategis usaha. Dalam penerapannya, prinsip tersebut dapat diwujudkan melalui pencatatan dan peninjauan pengeluaran usaha, pengendalian biaya operasional, serta pemilihan sarana pemasaran yang sesuai dengan kemampuan finansial pelaku usaha. Dengan demikian, penghematan tidak semata-mata berarti mengurangi pengeluaran, tetapi mengarahkan sumber daya pada kegiatan yang memberikan manfaat bagi usaha dan pelanggan.

Pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu alternatif untuk mendukung penerapan prinsip *Frugal Business* (Putra, Solechan, and Hartono 2023), khususnya dalam kegiatan pemasaran. Digital marketing memungkinkan pelaku UMKM memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk dan menjangkau calon konsumen dengan biaya yang relatif terjangkau (Az-Zahra 2021). Transformasi digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan kegiatan pemasaran dan meningkatkan daya saing melalui penggunaan platform digital. Pemanfaatan teknologi perlu disesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan usaha agar biaya yang dikeluarkan tetap proporsional dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi relevan bagi pelaku UMKM yang membutuhkan alternatif pemasaran praktis dan hemat biaya (Aulia and Rizki 2025).

Berdasarkan landasan tersebut, pelatihan *Frugal Business* dalam kegiatan PkM di Desa Widasari menghubungkan dua komponen utama, yaitu pengelolaan biaya operasional dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Pengelolaan biaya memberikan dasar bagi pelaku UMKM untuk memahami dan mengendalikan pengeluaran usaha, sedangkan pemasaran digital memperkenalkan alternatif promosi yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan sarana yang mudah diakses. Kedua komponen tersebut saling melengkapi karena efisiensi usaha tidak hanya berkaitan dengan pengendalian pengeluaran, tetapi juga dengan pemilihan cara pemasaran yang sesuai dengan sumber daya yang tersedia. Integrasi ini menjadi dasar pelaksanaan pelatihan dan pendampingan agar peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis dalam pengelolaan usaha.

Hubungan antara landasan teori dan pelaksanaan kegiatan dievaluasi melalui empat aspek, yaitu pemahaman Frugal Business, pengelolaan biaya operasional, pemanfaatan

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

media sosial untuk pemasaran, dan keterampilan digital marketing. Pemahaman *Frugal Business* digunakan untuk menilai penguasaan peserta terhadap prinsip efisiensi penggunaan sumber daya. Aspek pengelolaan biaya operasional berkaitan dengan pemahaman dan penerapan pencatatan sederhana pengeluaran usaha. Selanjutnya, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dan keterampilan digital marketing digunakan untuk menilai kemampuan peserta dalam menggunakan kanal digital sebagai sarana promosi. Keempat aspek tersebut menjadi indikator evaluasi perubahan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan, bukan ukuran langsung atas peningkatan laba, penurunan biaya aktual, atau keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

C. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada 9 Juni 2026, pukul 09.00–14.30 WIB, bertempat di Desa Widasari, Kabupaten Indramayu. Kegiatan diikuti oleh 66 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalankan usaha pada sektor perdagangan, makanan dan minuman, serta jasa skala kecil. Peserta ditentukan berdasarkan hasil observasi awal dan koordinasi dengan pemerintah desa serta pelaku usaha setempat, dengan mempertimbangkan kebutuhan pendampingan dalam pengelolaan biaya operasional dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta dalam penyampaian materi, diskusi, dan kegiatan praktik. Tahapan kegiatan meliputi observasi dan identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi, pelatihan praktis, diskusi interaktif, serta pendampingan. Materi pelatihan berfokus pada penerapan prinsip *Frugal Business*, khususnya pengelolaan biaya operasional dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Penyampaian materi diarahkan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan sumber daya secara efisien dan pemilihan sarana promosi yang sesuai dengan kemampuan usaha.

Dalam pelaksanaannya, tim PkM bertanggung jawab atas penyampaian materi, fasilitasi diskusi, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi kegiatan. Pemerintah desa berperan dalam koordinasi dengan mitra dan mendukung keterlibatan peserta. Pelaku UMKM berpartisipasi dalam mengikuti materi, berdiskusi mengenai permasalahan usaha, serta mengikuti kegiatan praktik dan pendampingan.

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

Evaluasi kegiatan difokuskan pada empat aspek, yaitu pemahaman prinsip *Frugal Business,* pengelolaan biaya operasional, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan keterampilan digital marketing. Penilaian dilakukan oleh tim pelaksana melalui pengamatan terhadap pemahaman dan keterampilan peserta selama penyampaian materi, diskusi, dan kegiatan pelatihan. Hasil evaluasi disajikan secara deskriptif dalam bentuk persentase untuk menggambarkan capaian peserta pada setiap aspek yang dinilai. Analisis dilakukan dengan membandingkan persentase capaian sebelum dan sesudah kegiatan sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Hasil evaluasi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi perubahan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan *Frugal Business*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengenai penerapan prinsip *Frugal Business* dilaksanakan di Desa Widasari, Kabupaten Indramayu, dengan melibatkan 66 pelaku UMKM. Kegiatan berfokus pada pengelolaan biaya operasional dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Evaluasi kegiatan mencakup empat aspek, yaitu pemahaman *Frugal Business*, pengelolaan biaya operasional, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan keterampilan digital marketing. Hasil evaluasi yang dilaporkan dalam kegiatan ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pemahaman dan Keterampilan Peserta UMKM

Aspek yang dinilai	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Selisih
Pemahaman *Frugal Business*	45%	85%	40%
Pengelolaan biaya operasional	50%	82%	32%
Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	48%	88%	40%
Keterampilan *digital marketing*	42%	80%	38%

Tabel 1 menunjukkan adanya perbedaan capaian pada keempat aspek yang dievaluasi. Pemahaman *Frugal Business* dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran masing-masing menunjukkan selisih sebesar 40 poin persentase. Keterampilan digital marketing

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

menunjukkan selisih 38 poin persentase, sedangkan pengelolaan biaya operasional memiliki selisih 32 poin persentase. Selisih tersebut dihitung dari pengurangan persentase setelah kegiatan dengan persentase sebelum kegiatan.



Gambar 1. Sambutan dari Perwakilan Dosen UCIC (perkenalan Dosen dan Mahasiswa)

Materi pelatihan terdiri dari pengendalian biaya operasional dan pemasaran digital melalui media sosial. Hasil kegiatan juga mencatat bahwa peserta mulai melakukan pencatatan sederhana atas pengeluaran usaha serta menggunakan Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk. Dokumentasi kegiatan memperlihatkan penyampaian materi, diskusi dan tanya jawab, serta interaksi antara tim pelaksana dan peserta. Naskah belum menyertakan contoh pencatatan biaya maupun konten promosi yang dibuat peserta secara terperinci sehingga hasil praktik tersebut belum dapat dianalisis berdasarkan luaran masing-masing peserta.

2. Pembahasan

Hasil evaluasi memperlihatkan perbedaan capaian pada empat aspek pelatihan. Pemahaman *Frugal Business* dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran menunjukkan selisih tertinggi, yaitu masing-masing 40 poin persentase. Keterampilan digital marketing mencatat selisih 38 poin persentase, sedangkan pengelolaan biaya operasional memperoleh selisih 32 poin persentase. Perbedaan ini menggambarkan variasi capaian evaluasi pada materi yang diberikan.

Pada aspek pengelolaan biaya operasional, selisih yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya menjadi bahan pertimbangan untuk memperkuat praktik dan

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

pendampingan pada kegiatan berikutnya. Pencatatan pengeluaran membantu pelaku usaha memahami penggunaan sumber daya dan menjadi dasar dalam menentukan prioritas pengeluaran. Temuan kegiatan di Desa Widasari menunjukkan relevansi materi pengelolaan biaya dalam pelatihan, tetapi belum membuktikan adanya penurunan pengeluaran usaha secara aktual.



Gambar 2. Pemaparan Materi Tentang "Efisiensi dalam Pengelolaan Keuangan"

Pada bidang pemasaran, media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen melalui kanal digital. Meski capaian evaluasi pada pemanfaatan media sosial dan keterampilan digital marketing menunjukkan selisih yang cukup besar, hasil tersebut belum membuktikan peningkatan jangkauan pasar, jumlah pelanggan, atau penjualan karena aspek-aspek tersebut tidak diukur dalam kegiatan ini.

Penerapan prinsip *Frugal Business* dalam program ini menghubungkan pengelolaan biaya operasional dengan pemanfaatan media pemasaran yang relatif terjangkau. Pengelolaan biaya membantu pelaku usaha memahami penggunaan sumber daya, sedangkan pemasaran digital memberikan alternatif promosi yang dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial usaha. Pendekatan tersebut sejalan dengan pembahasan (Amah, Aviyanti, and Mursidik 2024) mengenai praktik frugal innovation sebagai salah satu pendekatan strategis bagi usaha kecil dan menengah. Kontribusi program terletak pada penerapan pengelolaan biaya dan pemasaran digital dalam satu rangkaian pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM di Desa Widasari.

Abdimas Siliwangi
p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899



Gambar 3. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab dengan Peserta Kegiatan Pengabdian

Hasil kegiatan memberikan gambaran mengenai capaian evaluasi peserta dalam aspek pemahaman dan keterampilan yang menjadi sasaran pelatihan. Penggabungan materi efisiensi pengelolaan usaha dan pemasaran digital menjadi pendekatan yang relevan untuk penguatan kapasitas pelaku UMKM. Hasil kegiatan ini lebih tepat menggambarkan capaian pelatihan dalam penguatan kapasitas pelaku UMKM daripada dampak langsung terhadap kinerja usaha.



Gambar 4. Penyerahan Sertifikat di Akhir Acara Kegiatan

E. KESIMPULAN

Pelatihan *Frugal Business* yang diikuti oleh 66 pelaku UMKM di Desa Widasari, Kabupaten Indramayu, menunjukkan peningkatan hasil evaluasi pada empat aspek yang

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

dinilai. Pemahaman *Frugal Business* meningkat dari 45% menjadi 85%, pengelolaan biaya operasional dari 50% menjadi 82%, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dari 48% menjadi 88%, dan keterampilan digital marketing dari 42% menjadi 80%. Hasil tersebut menunjukkan adanya perubahan pada aspek pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Namun, evaluasi ini belum dapat memastikan apakah pelatihan telah menurunkan biaya operasional, meningkatkan penjualan, atau mendukung keberlanjutan usaha.

Evaluasi kegiatan masih terbatas pada empat aspek tersebut dan belum mengukur perubahan kinerja usaha secara langsung. Untuk mengetahui penerapan hasil pelatihan, pendampingan lanjutan dapat dilakukan dengan memantau penggunaan pencatatan keuangan sederhana dan media sosial untuk promosi selama tiga bulan setelah pelatihan. Pemantauan juga dapat dilengkapi dengan perbandingan catatan biaya dan penjualan serta dokumentasi promosi. Hasil tersebut dapat menjadi bahan evaluasi untuk melihat sejauh mana materi pelatihan diterapkan dalam kegiatan usaha peserta.



Gambar 5. Foto Bersama Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Widasari

F. ACKNOWLEDGMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) Kota Cirebon atas dukungan pendanaan dan fasilitasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, serta kepada Pemerintah Desa Widasari, Kabupaten Indramayu, dan seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif sebagai mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

Amah, Nik, Richo Diana Aviyanti, and Elly's Mersina Mursidik. 2024. "Strengthening The Concept of Frugal Strategy for MSMEs: Study Based on Javanese Philosophy 'Gemi,

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

Nastiti, Ngati-Ati.'" *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science* 4(04): 1448–71.

Ashari, Denny Rakhmad Widi, and Gautama Sastra Waskita. 2025. "The Art of Doing More with Less: Exploring Frugal Innovation Practices as Strategic Agility Drivers in SMEs." *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies* 5(2): 71–82.

Asrah, Bengi, Herlin Syahdina Lubis, Cut Tarisa, and Nurwani Nurwani. 2024. "Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 7(2): 215–24.

Aulia, Yesi Rahma, and Novia Rizki. 2025. "Menuju Umkm Berkelanjutan: Integrasi Digitalisasi Akuntansi, Kompetensi Sdm, Dan Pengelolaan Keuangan: Towards Sustainable Msmes: Integrating Accounting Digitalization, Human Resource Competence, And Financial Management." *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini* 6(2): 417–31.

Az-Zahra, Nafisa Salma. 2021. "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM." In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, , 77–88.

Deri, Rahmi Rismayani, Moch Dida Dejah Golfantara, Syifa Azzahra, Muhammad Hafidz Al-Azka, and Khairil Anam. 2025. "Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Untuk Optimalisasi Strategi Pemasaran UMKM." *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri* 6(1): 9–18.

Fitriani, Khusnia, and Ita Rifiani Permatasari. 2025. "Penerapan Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Feed Dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Foodnaku Di Kota Malang." *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(5b): 3781–90.

Hamzah, Amir, Enung Nurhayati, and Dadang Suhendar. 2023. "Pelatihan Perencanaan Dan Pengelolaan Keuangan Usaha Berbasis Akuntansi Umkm." *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1): 19–25.

Krisna, Andy Endra. 2024. "Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 3(4): 66–81.

Lestari, Bekti Wiji, Wisang Candra Bintari, Evi Mufrihah Zain, Ramli Lewenussa, Febry Jein Andjar, and Rais Dera Pua Rawi. 2023. "Pelatihan Perencanaan Dan Pengelolaan Keuangan Yang Efektif Dan Efisien Pada UMKM Di Kabupaten Sorong Papua Barat Daya." *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)* 1(2): 71–78.

Mandala, Kesha Meiva, Abdul Fahri Hoerudin, Elisabet Natalia Sinaga, Dimas Sheva Alfareza, Erna Apriani, and Adibah Yahya. 2026. "Pelatihan Pencatatan Daily Stock Berbasis Microsoft Excel Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Meningkatkan Efisiensi Pengelolaan Usaha." *Jurnal Pengabdian Sosial* 3(4): 495–502.

Meilani, Ayla Nisha, Hasybi Abdillah Nugraha, Siti Nuraini Pane, Indah Maulidia, and Adila Khairani Tambunan. 2025. "Peran UMKM Jasa Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal." *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(2): 2672–78.

p-ISSN 2614-7629 Vol 9 (3) Oktober, 2026, 543-554
e-ISSN 2614-6339 DOI: 10.22460/as.v9i3.32899

Novitasari, Anindita Trinura. 2022. "Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 9(2): 184–204.

Nursyafa, Rani Rifania, and Heriyanto Heriyanto. 2025. "TANTANGAN DAN STRATEGI MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM CV BIDWI KARYA." *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)* 6(2): 280–86.

Purnomo, Susanto Yogo, Lisandari Gunawan, Ari Prihatni, Lolitandari Gunawan, Hasrat Putera Damai Daeli, and Teuku Alexander Azwani Amzul. 2025. "Strategi Inovasi Dalam Pengelolaan Bisnis UMKM:(Studi Kasus Pada Sektor Kreatif Di Indonesia)." *Jurnal Tadbir Peradaban* 5(2): 198–219.

Putra, Toni Wijanarko Adi, Achmad Solechan, and Budi Hartono. 2023. "Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar." *Jurnal Informatika Upgris* 9(1): 7–12.

Riandi, Arif, Rachmawaty Rachmawaty, Muhammad Havizh, Suradi Suradi, Satriyadi Febrianto, Firda Islami, and Masno Marjohan. 2025. "Strategi Pengelolaan Keuangan Dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM Di Sindang Jaya Kabupaten Tangerang." *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1): 25–30.

Riyani, Rani, and Etika Virgi. 2025. "Tantangan Dan Hambatan Dalam Implementasi Literasi Keuangan Di Kalangan UMKM Di Pesawaran, Lampung." In *MDP Student Conference*, , 944–49.

Septiana, Pajar, and Ardiansyah Ardiansyah. 2026. "Analisis Tantangan UMKM Kuliner Kabupaten Tasikmalaya Dalam Mengadopsi Sistem Point of Sales Digital." *Ekspektasi: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11(1): 136–44.

Sholeha, Alfiatus, Afia Nurafifah, and Isra Misra. 2025. "Peran Manajemen Keuangan Dalam Pengelolaan UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis." *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 3(1): 18–41.

Sucipto, Kiki Reski Ramdhani, Rezty Amalia Aras, Muhammad Fachrul Salam, Aulia Rahmawati, Yogi Hadi Afrizal, and Syamsul Rijal. 2025. "UMKM Go Digital: Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps Dan Media Sosial." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 6(3): 3731–37.

Suwandi, Suwandi, Jeammy Nolen, Marsani Anggara Putra, Dian Ismawarni, Turini Turini, and Ika Iryanti. 2025. "Pendampingan Pengelolaan Keuangan Digital Bagi Umkm Genzpreneur Dalam Menghadapi Era Ekonomi Kreatif." *Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Baubau* 2(1): 45–52.