

Lamikro and E-Marketing Training as a Strategy to Strengthen Micro Enterprises at Biqis Catering**Pelatihan Lamikro dan E-Marketing sebagai Strategi Penguat Usaha Mikro pada Bilqis Catering****Kadek Sutawan¹, Silah Patricia Agustin², Luh Desi Utami³, dan Ni Luh Eka Ayu Permoni⁴**Program Studi Manajemen, STIE Satya Dharma^{1,2,3,4}kadek1sutawan@gmail.com¹

Diterima: Januari 2022, Revisi : Januari 2022, Terbit: Februari 2022

ABSTRAK

Perilaku ekonomi tidak pernah putus ditambah dengan badai Pandemi Covid-19 yang membuat seluruh sektor mengalami penurunan salah satunya bagi usaha mikro, kecil dan menengah atau yang disingkat dengan UMKM. Bali dikenal dengan salah satu penyumbang devisa terbesar negara di sektor pariwisatanya. Bahkan dikenal diberbagai belahan penjuru dunia. Hal ini menyebabkan kondisi Bali mengalami keterpurukan akibat pandemi covid-19 berbarengan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah salah satunya adalah menutup jalur akses bagi masyarakat pariwisata. Kondisi ini ditambah dengan istilah baru yaitu era disruption. Era Disruption adalah ketika segala aktivitas yang awalnya dilakukan di dunia nyata, bergeser ke dunia maya. Inilah yang menjadikan era disrupsi dianggap sebagai hambatan dari beberapa orang yang kurang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Maka dari itu pelatihan ini diperlukan sebagai strategi penguat pada usaha mikro. Tujuan dari pelatihan ini adalah bagaimana UMKM mampu memahami pemanfaatan teknologi berbasis laporan keuangan dan e-marketing sebagai strategi penguat usaha. Metode yang digunakan adalah teknik observasi lapangan, wawancara dan pengajaran berbasis face to face. Pelaksanaan yang diberikan adalah dengan memberikan pelatihan teknik laporan keuangan berbasis digital serta penerapan aplikasi sosial media. Hasilnya adalah UMKM mampu memahami pemanfaatan berbasis digital dan pada pemanfaatan laporan keuangan belum diterapkan secara maksimal.

Kata Kunci : Pandemi Covid-19, UMKM, Era Disruption, Laporan Keuangan, dan E-Marketing**ABSTRACT**

Economic behavior never stops coupled with the Covid-19 pandemic storm which has made all sectors experience a decline, one of which is for micro, small and medium enterprises or abbreviated as UMKM. Bali is known as one of the country's largest foreign exchange earners in its tourism sector. Even known in various parts of the world. This has caused the condition of Bali to experience a slump due to the Covid-19 pandemic along with government policies, one of which is closing access points for the tourism community. This condition is coupled with a new term, namely the era of disruption. The Disruption Era is when all activities that were originally carried out in the real world, shifted to the virtual world. This is what makes the era of disruption considered an obstacle for some people who are less able to adapt to technological advances. Therefore, this training is needed as a strengthening strategy for micro-enterprises. The purpose of this training is how UMKM are able to understand the use of technology based on financial reports and e-marketing as business strengthening strategies. The method used is a technique of field observation, interviews and face to face based teaching. The implementation provided is by providing training on digital-based financial reporting techniques and the application of social media applications. The result is that UMKM are able to understand digital-based utilization and the utilization of financial reports has not been implemented optimally.

Keywords: Covid-19 Pandemic, UMKM, Era Disruption, Financial Reports, and E-Marketing

1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara kepulauan. Negara dengan jumlah penduduk terbesar ke 4 setelah Amerika. Banyaknya masyarakat, perilaku ekonomi merupakan salah satu sektor yang paling penting di masa sekarang. Masyarakat memenuhi kebutuhan hidup dengan salah satunya adalah usaha rumahan, biasa disebut dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang disingkat dengan UMKM. Permasalahan baru muncul disaat Pandemi Covid-19 hadir ditengah masyarakat. Pandemi hadir sebagai wabah di Dunia salah satunya adalah negara Indonesia. Wabah Pandemi Covid-19 dirasakan terpuruknya di berbagai kalangan.

Bali merupakan penyumbang devisa terbesar dengan sektor pariwisatanya. Bali dikenal diseluruh penjuru negeri dengan keindahan alamnya dan mampu menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat lokal maupun manca negara. Kondisi akibat pandemi covid-19 mengakibatkan terpuruknya kondisi perekonomian bali. Hal ini mengubah seluruh kehidupan masyarakat dimana masyarakat mengubah tatanan kehidupan secara tidak langsung dengan kebijakan-kebijakan datang disaat pandemi-covid-19 yaitu bekerja dari rumah, pengurangan aktivitas dari luar ruangan, sampai kepada pembatasan jam malam serta akses bagi pariwisata lokal maupun manca negara. Seluruh kegiatan dilakukan secara *online* atau *daring*. Rapat kerja, melakukan pembelian melalui *marketplace*, dan lain sebagainya.

Era Disrupsi adalah ketika segala aktivitas yang awalnya dilakukan di dunia nyata, bergeser ke dunia maya. Sesuatu terjadi secara random, baik secara positif maupun negatif dapat menjadi viral hanya dalam hitungan detik. Hal ini memberikan kemudahan bagi siapapun untuk melakukan banyak hal didunia maya. Jika tidak segera beradaptasi, tentu saja akan tergerus dan tertinggal. Inilah yang menjadikan era disrupsi dianggap sebagai hambatan dari beberapa orang yang kurang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Menurut Khasali (2017) beradaptasi terhadap setiap perkembangan yang terjadi adalah salah satunya cara untuk mengatasi berbagai dinamika inovasi dan teknologi. Pemerintah harus cepat merespon perkembangan tersebut dengan membuat regulasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi dan pelaku usaha dituntut untuk lebih adaptif agar tidak tertinggal dan terus berkembang (Sukmajaya et al., 2020).

Bilqis merupakan salah satu bisnis yang ada di Bali. Tepatnya berada di Jln. Abimanyu No.3 X Singaraja, Kabupaten Buleleng, Bali. Dikembangkan oleh mahasiswa asal universitas di Bandung sejak tahun 2004 hingga tahun 2010 dimulai dengan menjual kebutuhan masyarakat seperti spre, sepatu, dan kain-kain. Tahun 2011 mulai merintis Bilqis Catering hingga saat ini. Penjualan dilakukan melalui mulut ke mulut, *door to door*, serta sampel pada masyarakat disekitar tempat tinggal.



Gambar 1. Situasi Bilqis Catering

Bilqis catering cukup dikenal dikalangan masyarakat. Baik masyarakat muda maupun masyarakat dewasa. Data dan informasi yang didapat bahwa dari 10 perguruan tinggi di

kabupaten buleleng 6 perguruan tinggi melakukan pemesanan catering snack ataupun tumpeng di bilqis catering. Hal ini cukup menjadi kebanggaan karena selama ini pemasaran hanya dilakukan secara langsung atau *offline*. Tetapi, yang menjadi permasalahan adalah datangnya pandemi covid-19 mengakibatkan penurunan yang sangat signifikan yang dahulunya setiap hari memiliki stock karena pemesanan bisa datang kapan saja, tetapi pada saat pandemi covid-19, masyarakat mengurangi kegiatan diluar ruangan mengakibatkan penurunan yang signifikan. Serta dalam pencatatan laporan keuangan tidak ditemukannya sistem pencatatan laporan keuangan pada bilqis catering. Solusi yang ditawarkan adalah melakukan pelatihan Lamikro dan E-Marketing sebagai strategi penguat usaha. Melakukan pelatihan E-Marketing berbasis digital dengan pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp. Serta pemanfaatan aplikasi Lamikro sebagai bentuk UMKM adatif terhadap progam pemerintah dan pemanfaatn tekhnologi digital. Dengan hal demikian, diharapkan UMKM mampu memahami pentingnya laporan keuangan dalam dunia bisnis dan mampu menerapkan tekhnologi digital sebagai alat untuk memudahkan melakukan pemasaran baik *offline* ataupun *online*, serta mampu mengaplikasikannya dalam bidang kehidupan.

2. Metode

Metode yang digunakan adalah teknik observasi lapangan, wawancara serta pelatihan melalui metode ceramah. Sasaran dalam pembinaan UKM ini adalah pemilik UMKM pada bilqis catering. Ditemukannya permasalahan dari dua aspek yaitu pada aspek pemasaran dan aspek keuangan. Aspek pemasaran sangat relevan dengan kondisi masyarakat kita saat ini, perlu adanya sifat adatif bagi masyarakat UMKM khususnya. Langkah-langkah yang digunakan adalah dengan memberikan penjelasan betapa pentingnya media pemasaran berbasis *online*. Selama ini, UMKM hanya memasarkan produk hanya sampai kepada pemasaran secara langsung yaitu sampel produk sekitar masyarakat yang dekat dengan usaha, pemasaran langsung seperti relasi yang ada sebelumnya, sampai pada tehnik pemasaran sepuluh tahun sudah berlalu. Kini, masyarakat hidup di tengah pandemi covid-19 yang merubah tatanan kehidupan masyarakat kita dan di era baru yang mengubah dunia nyata menjadi dunia maya atau yang dikenal dengan *era disruption*. Metode yang digunakan selanjutnya adalah perancangan strategi yang digunakan dan dapat diimplementasikan oleh UMKM yaitu pembuatan akun sosial media seperti instagram, facebook dan whatsapp web. Serta pemanfaatan media *online* salah satunya adalah bagaimana UMKM mampu memasarkan hasil produknya memalui postingan pada masing-masing media sosial. Memberikan arti penting profil di laman sosial media instagram maupun facebook dengan memberikan pelatihan pada whatsapp web yang terhubung dengan aplikasi sosial media. Dan metode yang terakhir adalah bagaimana UMKM menjalin relasi dengan masyarakat *online* berbarengan dengan kondisi tatanan kehidupan masyarakat saat ini.

Metode pada aspek keuangan, seperti yang sudah diketahui bahwa aspek keuangan merupakan aspek yang penting bagi sebuah transaksi pada dunia bisnis, hal ini dapat membantu pemilik salah satunya pada UMKM untuk mengetahui bagaimana kondisi keuangannya melalui pembukuan atau pencatatan laporan keuangan. Sebelum UMKM memahami dengan cermat bagaimana kondisi keuangannya, terlebih dahulu mengetahui apa saja yang ada dalam laporan keuangan tersebut, serta biaya-biaya yang dikeluarkan akan masuk pada akun-akun pencatatan laporan keuangan yang mana. Pada laporan keuangan biasanya terdapat neraca dan laporan laba rugi, kedua bentuk laporan ini sangat membantu pelaku UMKM. Namun mengingat kita berada pada *era disruption* atau era yang sudah menggunakan media online, dalam pembuatan laporan keuangan sekarang sudah ada aplikasi atau perangkat yang dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan (Yunia et al., 2020). Aplikasi yang dimaksud adalah aplikasi Lamikro. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang dirancang bagi usaha mikro yang sesuai dengan standart akuntansi keuangan EMKM oleh pemerintah untuk membantu dalam pencatatan laporan keuangan. Pada aplikasi ini pelaku UMKM hanya memasukan angka atau jumlah keuangan pada akun-akun keuangan seperti akun kas, pendapatan, dan lainnya sehingga

nantinya akan dihitung secara otomatis berapa jumlah keuangan dan sudah terhubung pada laporan laba rugi. Aplikasi ini sangat membantu pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan dan dapat mengefisienkan waktu. Metode yang kedua adalah dengan memberikan pemahaman bahwa perlu adanya sifat adatif UMKM dalam melaksanakan usahanya yaitu dengan menggunakan aplikasi ini penting bagi masyarakat dalam proses pencatatan laporan keuangan berbasis digital mengingat pengurangan pada pelaksanaan pencatatan berbasis kertas, dan membantu dalam kebijakan pemerintah di *era disruption*.

Tabel 1. Prosedur Kerja

Tujuan
<ol style="list-style-type: none">1. Memberikan Pelatihan dan Pembinaan pada Aplikasi Lamikro2. Memberikan Pembinaan pada Pembuatan Akun Sosial Media
Prosedur Kerja
<ol style="list-style-type: none">1. Pukul 10.00 semua tim sudah ada di lokasi praktik2. Pukul 10.30 memberikan arahan untuk menginstal aplikasi Lamikro, Instagram, dan Facebook jika diperlukan3. Pukul 10.45 proses penjelasan oleh tim mengenai aplikasi Lamikro, dengan teknik slide share komputer dan mitra menggunakan gadget pribadi bertepatan dengan langsung mempraktikkan dan dibantu oleh tim pembinaan.4. Pukul 11.15 diharapkan mitra setidaknya-tidaknya paham dengan cara mengisi laporan keuangan digital oleh aplikasi Lamikro5. Setelah selesai, dilanjutkan proses pembuatan sosial media dan cara <i>upload</i> serta proses marketing oleh tim.

Tahap selanjutnya adalah menguraikan langkah evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program dilapangan. Dengan mengontrol kondisi UMKM selama satu pekan kedepan, dan membina melalui jejaring *online* sehingga nantinya dapat menerapkan proses kedepan dalam jangka panjang.

3. Hasil Pelaksanaan

A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pembinaan UMKM di jalan Abimanyu difokuskan pada UMKM Bilqis Catering, dimana UMKM Bilqis Catering yaitu proses pada pengemasan, pembuatan *snack* kotak, pemasangan identitas catering (logo) sampai dengan proses pengantaran kepada tangan konsumen. Bilqis catering memiliki beberapa relasi salah satunya adalah relasi secara *offline* adalah tim dari prodia. Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pembinaan UMKM ini sudah sampai tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Berikut dijelaskan tahapan yang sudah dilaksanakan:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini telah dilakukan koordinasi dan memberikan surat permohonan izin untuk melaksanakan pembinaan UMKM dengan mitra atau pemilik usaha Bilqis Catering. Pada tahap ini diawali dengan memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan dari adanya pembinaan UMKM ini, setelah diberikan izin untuk melaksanakan pembinaan UMKM Bilqis Catering, selanjutnya melakukan observasi lapangan secara langsung untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung, dari mulai proses pengemasan hingga pada sampai praktik pengiriman ke tangan konsumen. Selanjutnya juga melakukan sesi wawancara mengenai produk lainnya seperti tumpeng dan prasmanan.



Gambar 2. Izin Koordinasi PKL



Gambar 3. Kemasan Kue Oleh Bilqis Catering



Gambar 4. Proses Pengemasan Snack Kotak



Gambar 5. Proses Penataan Snack Kotak



Gambar 6. Snack Kotak Sampai Ke Tangan Konsumen

Tahapan berikutnya yaitu tahapan wawancara, tahapan ini merupakan tahapan dimulai dari sejarah berdirinya usaha ini dan juga kendala yang dihadapi selama UMKM Bilqis Catering ini berlangsung. Ada dua kendala yang ditemukan yaitu dari aspek pemasaran dan juga aspek keuangan. Dalam aspek pemasaran yaitu tidak tersedianya akun media sosial dalam memasarkan produknya dan yang kedua aspek keuangan yaitu pemilik tidak membuat laporan keuangan, tidak dipisahkan kebutuhan keuangan pribadi dengan usahanya. Selanjutnya adalah berkoordinasi kepada pemilik UMKM Bilqis Catering terkait pelaksanaan kegiatan pembinaan UMKM.

Setelah selesai melakukan observasi dan wawancara, mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk melaksanakan pembinaan UMKM Bilqis Catering. Dari membuat akun media sosial usaha Bilqis Catering, membuat akun Lamikro dan membuat neraca dan laba rugi pada bulan Januari 2022.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pembinaan UMKM Bilqis Catering ini. Perlengkapan yang dipersiapkan yaitu akun media sosial, akun Lamikro, editor foto dan materi oleh tim praktik mengenai pembinaan aplikasi Lamikro.

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 15 Januari 2022, dilaksanakannya pembinaan UMKM Bilqis catering pada aspek pemasaran dengan pemiliknya, yaitu dengan memberikan informasi bahwa ketika pada era sekarang semua sudah canggih dengan membuka profil sosial media dari Bilqis Catering sudah bisa langsung terhubung dengan teknologi jejaring whatsapp web, kemudian penjelasan mengenai pentingnya pengenalan akun sosial media Bilqis Catering dengan editan foto dengan identitas, sampai pada praktik menggunakan akun sosial media. Pembinaan berlangsung dengan memberikan pembinaan dari aspek pemasaran yaitu membuat akun media sosial dari Catering Bilqis lengkap dengan nama, alamat, whatsapp web, logo dan juga produknya.



Gambar 7. Dokumentasi Pembinaan Lamikro dan Sosial Media

Selanjutnya pada tahap ini membantu dalam proses pengisian identitas sampai dengan memberikan penjelasan mengenai tata cara pengisian biaya-biaya pada aplikasi laporan keuangan. Setelah melakukan penjelasan tersebut membuat rincian biaya, neraca, dan laba rugi usaha Bilqis Catering langsung menggunakan media *online* yaitu pada aplikasi Lamikro. juga menjelaskan sangat penting pembuatan laporan keuangan tersebut dan memisahkan kebutuhan pribadi dengan kebutuhan usahanya

Pada hasil kegiatan, terdapat tiga tahap adalah sebagai berikut :

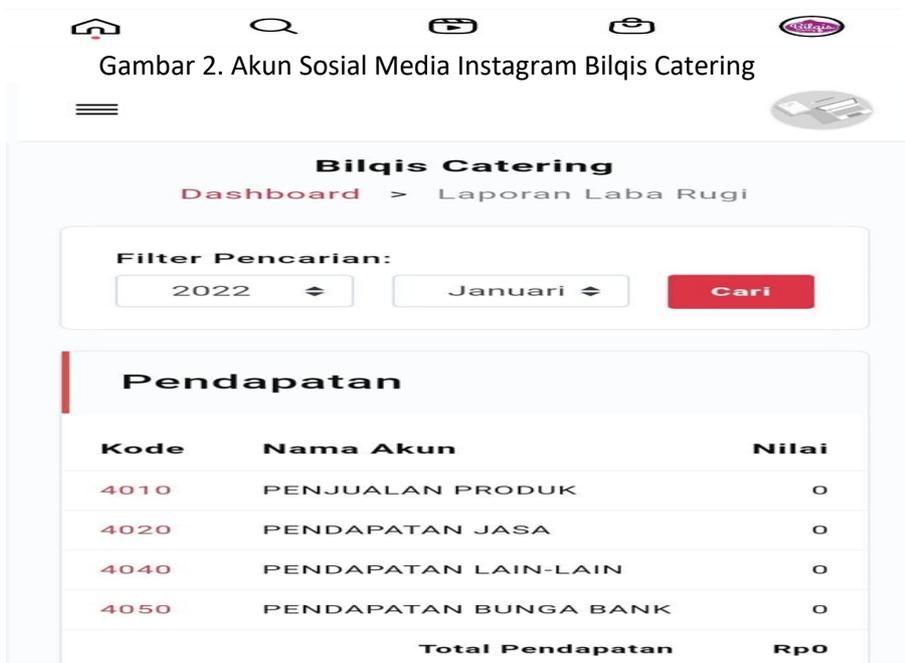
1. Tahap Persiapan
2. Tahap Pelaksanaan
3. Tahap Evaluasi

Pada tahap persiapan, mitra mampu memahami maksud dan tujuan dari apa yang seharusnya dipersiapkan oleh mitra demi tercapainya bisnis dengan pemanfaatan teknologi salah satunya adalah memanfaatkan aplikasi Lamikro sebagai alat laporan keuangan digital bagi usaha mikro. Kemudian pada tahap persiapan mampu memahami pentingnya sosial media pada era sekarang yang sudah canggih pada saat ini. Mampu memahami arti dan maksud tujuan tim praktik dan memberikan kebebasan untuk membantu dan melakukan proses pembinaan atau pelaksanaan.

Pada tahap pelaksanaan, mitra mampu mengkomunikasikan arti penting laporan keuangan digital salah satunya adalah dengan menghemat kertas, mampu untuk memahami pengisian mengenai posisi laporan keuangan, serta memahami pola sosial media.



Gambar 2. Akun Sosial Media Instagram Bilqis Catering



Gambar 8. Aplikasi Lamikro Bilqis Catering

Pada tahap evaluasi hasil kegiatan selama 2 hari kedepan mitra kurang memiliki waktu mengenai pengisian laporan keuangan dikarenakan pesanan yang cukup padat saat setelah pembinaan.

Selama kegiatan berlangsung pemilik usaha Bilqis Catering sangat antusias dan kegiatan berjalan sangat lancar. Berikut luaran yang dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM ini, seperti yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Luaran Kegiatan

NO	ASPEK KEGIATAN	KONDISI AWAL	CAPAIAN
1	Pembinaan tentang aspek pemasaran secara <i>online</i>	Pemilik usaha Bilqis Catering tidak terlalu menghiraukan pentingnya atau kegunaan melakukan pemasaran secara <i>online</i>	Pengetahuan tentang pentingnya atau kegunaan jika menggunakan pemasaran secara <i>online</i> atau melalui media sosial
2	Pembuatan akun media sosial	Pemilik tidak memiliki atau menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya	Bilqis Catering Memiliki akun media sosial sendiri untuk memasarkan produknya
3	Pembinaan tentang foto produk	Pemilik tidak pernah memfoto hasil produknya dan menyebarkan ke media sosial	Bilqis catering sudah bisa memfoto produknya sehingga terlihat lebih menarik untuk dipasarkan
4	Pembinaan tentang aspek keuangan	Pemilik usaha Bilqis catering tidak memisahkan kebutuhan pribadi dengan kebutuhan usaha dan tidak membuat penggolongan biaya-biaya yang digunakan dalam memproduksi produk	Pengetahuan tentang pentingnya laporan keuangan dan memisahkan kebutuhan pribadi dengan kebutuhan Usaha dan bisa menggolongkan biaya-biaya produksinya
5	Pembuatan laporan keuangan (neraca dan laba rugi)	Pemilik usaha Bilqis Catering tidak membuat laporan keuangan secara rinci	Pemilik mengetahui biaya-biaya dan juga laba yang diperoleh selama produksi dan penjualan bulan Januari 2022
6	Pembinaan pembuatan aplikasi Lamikro	Pemilik usaha Bilqis Catering tidak mengetahui aplikasi yang dapat memudahkan dalam penyusunan laporan keuangan	Pemilik mengetahui cara menggunakan aplikasi Lamikro dan bisa mengoperasikan aplikasi ini

5. Penutup

Dari pelatihan yang telah dilaksanakan, tepatnya pada Bilqis Catering Jalan Abimanyu No 3x Singaraja, Kabupaten Buleleng, Bali ini dapat di tarik kesimpulan bahwa pembinaan ini mampu memberikan nilai tambah atau ide dan motivasi bagi usaha dan pemilik UMKM Bilqis Catering. Nilai tambah atau ide dan motivasi tersebut diantaranya pemasaran Bilqis Catering dapat bersaing atau beradaptasi di era saat ini. Dengan menggunakan teknologi, dan juga di masa Pandemi ini dapat mempermudah dalam memasarkan produk, dan serta pemilik bisa mengetahui pengeluaran biaya dan juga mengetahui laba atau rugi usaha yang dijalankan dan dapat mengetahui cara yang mudah dalam membuat laporan keuangan. Adanya program pembinaan UMKM ini melalui aspek pemasaran dan aspek keuangan diharapkan mampu menjadi salah satu produk catering yang bisa bertahan ditengah arus yang terjadi saat ini yaitu pandemi covid-19 dan khususnya UMKM diharapkan memiliki sifat adaptif, kreatif dan inovatif di *era disruption* dan dapat bersaing sehingga nantinya usaha catering ini bisa semakin maju dan bisa mendirikan cabang dimana-mana sehingga kuliner di Indonesia terutamanya di Bali beragam.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses kegiatan hingga saat pelaksanaan dan hasil kegiatan berlangsung. Tak lupa mengucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM pada Bilqis Catering yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam program praktik kerja lapangan.

Daftar Pustaka

- Gedon, R. (2019). Ini 10 Negara Berpenduduk Terpadat Di Dunia. *Journal of zonapedia*, (1).
- Hamid, E. S. (2017). Disruptive Innovation: Manfaat Dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi. *fh uii semnas* , 3.
- Mortigor Afrizal Purba, S. A. (2020). *Revolusi Industri 4.0*. Batam: Cv Batam.
- Nurmala Ahmad, D. E. (2021). Implementasi Industri 4.0 dan Aplikasi Lamikro Untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila* , 16,18.
- Soraya, Y. R. (2020). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berbasis Online dengan Aplikasi LAMIKRO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 79-80.
- Sukmajaya, F., Husen, O. O., & Ishak, A. (2020). Pemanfaatan Infrastruktur Digital Go Online Dalam Meningkatkan Produktifitas Petani di Desa Belatu Kecamatan Pondidaha Kabupaten Konawe. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 1(1), 24-29.
- Timorrria, I. F. (2020). Survei BPS : Covid-19 Tekan Semua Sektor Usaha. *Ekonomi dan Bisnis* , 1.
- Wiralestari Wiralestari, R. F. (2019). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Aplikasi Lamikro Pada Usaha Kuliner Tm Cemal Cemil. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* , 9.
- Wijaya, A. (2020). Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Karoke Keluarga di Kota Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 1-12.
- Yunia, D., Mulyasari, W., Nofianti, N., & Astuti, K. D. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan Smartphone. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 1(1), 58-64.