

Pelatihan Pengemasan Produk, Pemasaran Digital Dan Pembuatan Laporan Keuangan Di Desa Banjarsari, Gresik

Nadia Anridho*¹, Tantri Sun², Vidya Intani³, Dina Indriana⁴, Anna Retnawati⁵, Iswajuni⁶
^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia
*e-mail: tantri.estuning@feb.unair.ac.id²

Abstrak

Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik merupakan salah satu desa yang memiliki beragam jenis UMKM. Namun terdapat tantangan berupa persaingan usaha yang semakin ketat. **Metode** yang digunakan dalam melakukan pengabdian masyarakat adalah dengan memberikan pelatihan tentang pengemasan produk, pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana. **Tujuan** dari pelatihan adalah untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengembangkan usahanya. Kegiatan Pengabdian Masyarakat diikuti oleh 32 peserta UMKM. **Hasil** dari pelatihan ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan wawasan yang dimiliki oleh UMKM. Hal tersebut didasarkan dari peningkatan nilai pre test dan post test yang dikerjakan oleh peserta kegiatan. **Kesimpulan** dari kegiatan ini adalah dengan adanya pelatihan tersebut, diharapkan UMKM akan lebih siap untuk mempromosikan barang dagangannya dan lebih mudah mendapatkan pendanaan.

Kata kunci: Pengabdian Masyarakat, Pengemasan Produk, Pemasaran Digital, Laporan Keuangan

Abstract

One of the communities with a variety of MSMEs is Banjarsari Village, located in Cerme District, Gresik Regency. Nonetheless, there are challenges in the form of increasingly tight business competition. The method used in carrying out community service is to provide training on product packaging, digital marketing, and making simple financial reports. The purpose of the training is to improve the ability of MSMEs to develop their businesses. The Community Service activity was attended by 32 MSME participants. The results of this training showed that there was an increase in insight possessed by MSMEs. This is based on the increase in the pre-test and post-test scores carried out by the participants of the activity. This activity concludes that with this training, it is hoped that MSMEs will be better prepared to promote their merchandise and more easily obtain funding.

Keywords: Community Service, Product Packaging, Digital Marketing, Financial Reports

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan tingkat perekonomian yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Ekonomi Indonesia triwulan I-2024 terhadap triwulan I-2023 tumbuh sebesar 5,11 persen (y-on-y) (BPS, 2024). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 18,88 persen [1]. Pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan tersebut ditunjang berbagai jenis sektor usaha, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Kontribusi UMKM ada pada penambahan lapangan pekerjaan sebesar 60% dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 40%. Kontribusi ini diperoleh hanya dari UMKM yang sudah memiliki badan hukum formal. Apabila UMKM yang belum memiliki badan hukum formal juga dihitung, maka jumlah kontribusi UMKM akan lebih besar [2]. UMKM menyerap tenaga kerja di sektor informal dan semi-formal, terutama bagi kelompok berpendidikan rendah dan Perempuan [3]. Saat ini transformasi digital sangat berkembang pesat di kalangan UMKM, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran sangat mendongkrak omset yang diperoleh UMKM. Hal tersebut juga konsisten dengan penelitian yang menjelaskan bahwa transformasi digital dapat mendukung UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam mencapai pembangunan berkelanjutan (sustainable development)[4]. Pentingnya sektor UMKM diakui secara luas di seluruh dunia karena kontribusinya yang signifikan dalam memenuhi berbagai tujuan sosial-ekonomi, seperti peningkatan pertumbuhan lapangan kerja,

output, promosi ekspor, dan pengembangan kewirausahaan [5]. UMKM penting karena perannya sebagai penggerak utama lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan inovasi. Menurut Organisasi Perdagangan Dunia, UKM mewakili lebih dari 90% populasi bisnis, 60-70% lapangan kerja, dan 55% PDB di negara-negara maju.[6].

Seiring dengan perkembangan teknologi, transformasi digital telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemanfaatan media sosial dan platform digital seperti e-commerce telah memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Banyak studi menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan omzet yang signifikan dibandingkan dengan yang belum beradaptasi. Digitalisasi juga membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif. Lebih dari sekadar berkontribusi pada ekonomi, UMKM juga memainkan peran dalam pembangunan berkelanjutan. Dengan menciptakan lapangan kerja inklusif dan mengurangi ketimpangan ekonomi, UMKM turut berkontribusi dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Beberapa UMKM bahkan telah mulai menerapkan praktik bisnis berkelanjutan, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang lebih baik. Selain itu, UMKM juga memiliki potensi besar dalam pengembangan ekspor dan inovasi. Digitalisasi dan kemudahan akses ke pasar global telah membuka peluang bagi UMKM untuk menembus pasar internasional. Dengan kreativitas dan fleksibilitasnya, UMKM sering kali mampu menciptakan produk inovatif berbasis kearifan lokal yang memiliki daya tarik tinggi di pasar global. Oleh karena itu, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai tulang punggung ekonomi domestik, tetapi juga sebagai pendorong inovasi dan daya saing nasional di kancah internasional.

Perkembangan UMKM tersebut juga terkait dengan aspek terpenting dalam Sustainable Development Goals (SDGs), yaitu SDG 1: Pengentasan kemiskinan - Meningkatkan pendapatan UMKM; SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi - Meningkatkan daya saing UMKM; dan SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur - Menerapkan teknologi untuk meningkatkan pemasaran dan manajemen [7]. Poin tersebut mempunyai peran penting untuk pengembangan sumber daya manusia yang dapat menopang pertumbuhan ekonomi berkelanjutan inklusif yang didasarkan pada metode inovatif.

Salah satu pengembangan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan pertumbuhan ekonomi yang dimulai dari sektor mikro dimana merupakan sektor terdekat dengan masyarakat adalah pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [8]. Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, menjadi tempat bagi lebih dari 40 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Desa Banjarsari memiliki berbagai produk yang sangat menarik [9]. Beberapa diantaranya adalah kerajinan pembuatan tas dan sandal dengan bahan baku dari kresek / tas plastik bekas, usaha jual makanan (nasi, gorengan dan lauk pauk) dan usaha lainnya [10]. Terdapat juga UMKM yang menjual hasil pertanian sawah maupun non-sawah. Hasil pertanian sawah meliputi pupuk, padi, tebu, dan jagung. Masyarakat desa memiliki banyak peluang untuk meningkatkan perekonomian melalui sektor pertanian. Pendapatan masyarakat dapat ditingkatkan melalui berbagai kegiatan ekonomi [11].

Keberadaan UMKM di bidang daur ulang plastik mencerminkan kesadaran lingkungan masyarakat Desa Banjarsari dalam mengatasi masalah limbah plastik [12]. Transformasi limbah plastik menjadi produk kerajinan tidak hanya memberikan nilai tambah pada bahan yang dapat didaur ulang, tetapi juga berpotensi menjadi solusi yang berkelanjutan dalam Upaya mengurangi dampak negatif limbah plastik terhadap lingkungan [13]. Dengan adanya UMKM ini, Desa Banjarsari tidak hanya menjadi contoh dalam pengembangan ekonomi lokal tetapi juga dalam implementasi praktik berwawasan lingkungan.

Adanya COVID-19 pada 2019 silam yang melanda seluruh dunia membuat perekonomian di berbagai negara jatuh, termasuk di Indonesia. Kondisi UMKM Indonesia selama pandemi mengalami berbagai penurunan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mencatat terdapat 60 juta pelaku UMKM yang berkontribusi menyumbang pendapatan negara sebesar Rp 8.573,9 triliun atau setara dengan 57,8% dari PDB. Namun, akibat pandemi COVID-19, sebanyak 48,6% UMKM Indonesia menutup sementara usahanya, 30% mengalami gangguan

permintaan domestik, 20% mengalami gangguan produksi, dan 14,1% mengalami pembatalan kontrak [14].

Berdasarkan hasil survei dan wawancara menemukan bahwa pelaku UMKM di Desa Banjarsari juga merasakan dampak COVID-19 ini. Baik dari sisi penghasilan maupun hasil produksi tiap bulannya [15]. Situasi ini membuat UMKM harus mampu melakukan inovasi bisnis melalui digitalisasi bisnis dan inovasi keuangan melalui pembuatan laporan keuangan. Perlu dilakukan inovasi-inovasi ini agar UMKM tetap dapat bertahan. Inovasi diharapkan dapat dilakukan UMKM Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Gresik.

Inovasi yang saat ini mulai digaungkan oleh berbagai UMKM adalah tentang Transformasi Digital. Adapun transformasi dalam dunia bisnis mengacu pada pemanfaatan teknologi untuk menunjang pemasaran produk UMKM. Transformasi digital menguatkan cara berbisnis dan mengelola pelanggan dengan baik [16]. Transformasi digital dapat dilakukan dalam berbagai aspek bisnis mulai dari pemasaran hingga produksi [17]. Terbatasnya pengetahuan dan penguasaan Masyarakat Desa Banjarsari dalam meningkatkan penjualan melalui digitalisasi UMKM menyebabkan sulit bersaing. Padahal pelaku UMKM dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang sangat pesat untuk memasarkan produknya [18]. Pemanfaatan internet yang sebelumnya adalah sebagai alat tukar informasi saat ini telah berkembang menjadi aplikasi strategis yang bermanfaat untuk pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan [19]. Perkembangan teknologi internet memunculkan berbagai macam platform seperti situs – situs belanja online yang dapat menunjang kegiatan pemasaran produk UMKM. Saat ini dengan adanya Shopee, Tokopedia, Instagram, Tiktok, produk UMKM dapat dikenal secara luas dalam waktu yang singkat. Hal tersebut dimanfaatkan pelaku UMKM untuk menjual produknya ke seluruh pelanggan di Indonesia maupun di luar Indonesia.

Selain transformasi digital, Pembuatan Laporan keuangan juga merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM karena ia menjadi alat untuk mengendalikan dan memantau kinerja bisnis, meminimalkan keputusan dalam pengelolaan usaha, mengungkapkan informasi untuk pengambilan keputusan, meningkatkan transparansi, dan mendukung keputusan pemerintah. Dengan membuat laporan keuangan secara rapi dan akurat, pemilik UMKM dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian dan juga mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan usaha [20]. Oleh karena itu, pemilik UMKM harus selalu membuat laporan keuangan dengan rapi dan akurat sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk memberikan ilmu dan wawasan kepada UMKM Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme tentang Transformasi digital yang meliputi ilmu tentang pengemasan produk (packaging), pemasaran digital melalui media sosial dan teknik pengambilan foto produk. Selain itu, Pengabdian Masyarakat ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana membuat laporan keuangan sederhana yang dapat diterapkan UMKM dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran atas usahanya. Dengan adanya sharing ilmu dan wawasan, diharapkan UMKM Desa Banjarsari dapat memasarkan produk mereka lebih maksimal dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Selain itu, diharapkan UMKM juga mampu membuat laporan keuangan sederhana sehingga mereka mengetahui besar laba yang didapat dan dengan adanya pencatatan yang rapi UMKM dapat membangun kepercayaan investor dan lembaga keuangan, sehingga memudahkan dalam mendapatkan modal usaha.

2. METODE

Pelatihan ini menyasar mitra yaitu warga pelaku UMKM (Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah) yang ada di Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. *Pre-event* dilakukan pada tanggal 27 Juni 2024, dimana beberapa perwakilan dosen mengunjungi Balai Desa Banjarsari untuk bertemu langsung dengan Kepala Desa dan Ketua Paguyuban UMKM beserta perwakilan warga yang tergabung dalam UMKM. Peserta yang berminat untuk mengikuti Pelatihan diminta mendaftar melalui Ketua Paguyuban UMKM Desa Banjarsari dan *contact person* yang tertera pada flyer. Peserta dari mitra yang telah mendaftar dan pihak penyelenggara pengabdian masyarakat dari Universitas Airlangga dikumpulkan dalam satu

Whatsapp Group untuk mempermudah koordinasi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara tatap muka, yang dilaksanakan 2 (dua) kali yaitu sharing knowledge & pelatihan yang dilaksanakan pada hari Minggu, 28 Juli 2024 dan kegiatan monitoring & evaluasi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 7 September 2024. Pelatihan tatap muka merupakan metode pelatihan di mana instruktur dan peserta berada di lokasi yang sama dan berinteraksi secara langsung, sehingga memungkinkan komunikasi langsung, interaksi dinamis, dan umpan balik real-time. Keuntungan metode ini adalah adanya interaksi dan pengawasan langsung antara instruktur dalam hal ini adalah pelaksana pengabdian masyarakat dari Universitas Airlangga, dengan peserta yang berasal dari mitra pelaku UMKM di Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Metode ini mengakomodir keterlibatan aktif antara kedua belah pihak, dan memungkinkan adanya penyesuaian materi dan metode pengajaran sesuai respon dan kebutuhan pada saat pelaksanaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sharing knowledge dilakukan secara tatap muka menggunakan metode ceramah dan simulasi (baik role play maupun peragaan langsung), dan simulasi. Tahap ini dibagi menjadi beberapa sesi:

1. Sesi 1 materi berjudul "Pengemasan Produk (Packaging)" yang disampaikan oleh Ibu Dien Mardiyah, menggunakan metode ceramah.
2. Sesi 2 materi berjudul "Pemasaran Digital" yang disampaikan oleh Ibu Tantri Sun Estuning Dasih, menggunakan metode ceramah.
3. Sesi 3 materi berjudul "Pelatihan Membuat Laporan Keuangan Dasar untuk UMKM" yang disampaikan oleh Ibu Dina Indriana menggunakan metode ceramah dan simulasi mengisi buku catatan kas.
4. Sesi 4 materi berjudul "Cara mengedit dan mengambil foto untuk katalog produk" yang disampaikan oleh Ibu Vidya Intani Athfalina menggunakan metode ceramah dan simulasi, berupa peragaan langsung cara mengambil foto produk dan mengedit foto menggunakan aplikasi "Snapseed".

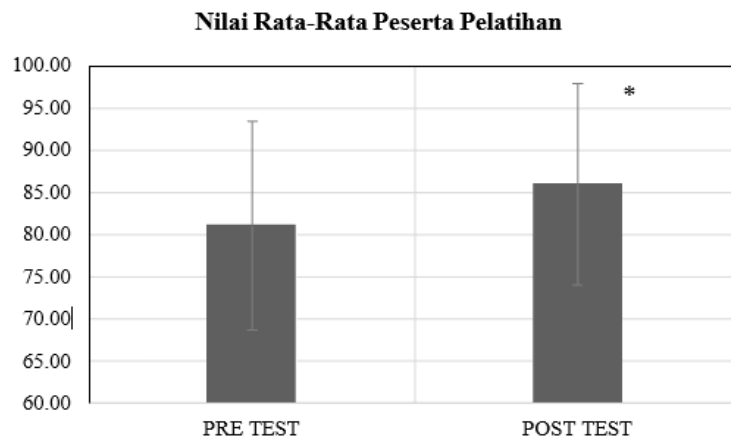
Untuk mengukur keberhasilan pembelajaran, ada dua tes yang dilaksanakan selama kegiatan: Pre-test dan post test. Tiga topik utama yang dibahas dalam 33 soal pada kedua tes tersebut adalah pemasaran digital, pengemasan produk, dan pembuatan laporan keuangan dasar. Dalam proses pelatihan, awalnya terdapat 32 peserta UMKM yang terdaftar. Namun, dalam analisis data pre-test dan post-test, hanya 28 peserta yang hasilnya dapat diolah lebih lanjut. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu: 1) beberapa peserta harus meninggalkan acara lebih awal sehingga hanya mengikuti pre-test, 2) beberapa peserta datang terlambat sehingga hanya dapat mengikuti post-test, dan 3) ada beberapa peserta yang datanya tidak dapat dikonfirmasi secara lengkap, karena tidak tercantum nama atau ada ketidaksesuaian dalam data pre-test maupun post-test.



Gambar 1. Kegiatan mengisi Pre-Test



Gambar 2. Pelaksanaan Pengams (a) Memberikan Pelatihan (b) Diskusi dan Tanya Jawab (c) Pengerjaan Post-test



Gambar 3. Hasil Pre-test dan Post-test peserta pelatihan

Setelah dilakukan perhitungan, nilai rerata untuk Pre-test adalah 81,0714 dan nilai rata-rata untuk post test adalah 85,9529 (lihat Gambar 3). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta UMKM meningkat setelah pelatihan. Analisis lebih lanjut berdasarkan konten Pre-test dan Post-test menunjukkan:

1. Pengemasan Produk: Peserta menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman yang lebih baik terkait merek, fungsi, dan persyaratan untuk kemasan yang berkualitas.

- Mereka juga menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kemasan yang aman bagi lingkungan dan sesuai dengan peraturan.
2. Pemasaran Digital: Meskipun tidak ada pertanyaan yang secara khusus berkaitan dengan pemasaran digital dalam tes, peningkatan skor secara keseluruhan menunjukkan bahwa peserta memperoleh manfaat dari materi pemasaran pelatihan.
 3. Laporan Keuangan: Pemahaman peserta tentang laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi dan pencatatan buku kas, telah meningkat. Pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pencatatan yang tepat dan komponen laporan keuangan ditunjukkan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Desa Banjarsari, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik memberikan dampak positif bagi UMKM Desa Banjarsari. Pelatihan tentang pengemasan produk, pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS dengan memasukkan data Pre Test dan Post Test dapat disimpulkan adanya kenaikan nilai rerata dari peserta kegiatan. Adapun pre test menunjukkan rerata nilai 81 dan post test menunjukkan rerata nilai 85,9. Hal tersebut membuktikan bahwa wawasan UMKM Desa Banjarsari meningkat setelah dilakukan pelatihan. Antusiasme peserta juga terlihat dengan berkontribusi secara aktif selama kegiatan. Dengan adanya pelatihan tersebut, diharapkan UMKM Desa Banjarsari lebih siap dalam menghadapi tantangan berupa persaingan usaha yang semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Airlangga yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini, serta Paguyuban UMKM Desa Banjarsari Kabupaten Gresik yang telah bekerjasama dan mensukseskan acara pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS, "No Title," *Badan Pusat Statistik*, 2024.
- [2] S. H. Permana, "Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia," *Aspirasi*, vol. 8, no. 1, pp. 93–103, 2017.
- [3] B. M. PULKA and M. S. Gawuna, "Contributions of SMEs to employment, gross domestic product, economic growth and development," *Jalingo J. Soc. Manag. Sci.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–18, 2022.
- [4] S. Philbin, R. Viswanathan, and A. Telukdarie, "Understanding how digital transformation can enable SMEs to achieve sustainable development: A systematic literature review," *Small Bus. Int. Rev.*, vol. 6, no. 1, p. e473, 2022.
- [5] H. Keskgñ, C. Gñtürk, O. Sungur, and H. M. Kğrgg, "The importance of SMEs in developing economies," in *2nd international symposium on sustainable development*, 2010, vol. 183.
- [6] N. Algan, "The importance of SMEs on world economies," in *Proceedings of International Conference on Eurasian Economies, Turkish Republic of Northern Cyprus*, 2019, vol. 12.
- [7] N. Feriyanto, "Digitalisasi UMKM untuk meningkatkan ekonomi dan pencapaian SDGs," *Pidato Pengukuhan Guru Besar, Novemb.*, pp. 1–44, 2021.
- [8] T. Tambunan, "Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia," *J. Glob. Entrep. Res.*, vol. 9, no. 1, p. 18, 2019.
- [9] N. F. Fachroni, "Peran Pengusaha Industri Kecil Makanan Ringan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan Di Dusun Ngebet Desa Morowudi Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik Ditinjau dari Teori Kesejahteraan Islam." Skripsi. Universitas Islam Negeri

- Surabaya, 2020.
- [10] S. Samsiyah, E. Sulistyawan, M. M. Rachman, and S. P. Utomo, "Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada UMKM Di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik," *EKOBIS ABDIMAS J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 81–88, 2022.
- [11] L. A. Martinelli, R. Naylor, P. M. Vitousek, and P. Moutinho, "Agriculture in Brazil: impacts, costs, and opportunities for a sustainable future," *Curr. Opin. Environ. Sustain.*, vol. 2, no. 5–6, pp. 431–438, 2010.
- [12] L. Malihah and A. Nazairin, "Sampah Plastik Sachet Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan," *YUMEJ. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 198–210, 2024.
- [13] A. Mursalat *et al.*, "EKO-KREASI: Transformasi Botol Plastik menjadi Interior Inovatif dan Hidroponik Desa Kalosi Alau," *Madaniya*, vol. 4, no. 4, pp. 1432–1440, 2023.
- [14] D. Finance, "No Title," *Detik Finance*, 2020. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5110727/duh-nyaris-30-juta-umkm-tutup-dihajar-corona>
- [15] D. Susilowati, L. Dewi, M. F. Riziqiyah, R. I. Yuniawati, and S. Firdausia, *Antologi Lembaga Keuangan Mikro Berbasis Kearifan Lokal*. TOHAR MEDIA, 2024.
- [16] R. Rosita, "Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia," *J. Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 109–120, 2020.
- [17] E. Erwin *et al.*, *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia, 2023.
- [18] L. D. Fitriah *et al.*, "Optimalisasi Pemasaran Melalui Media Sosial pada UMKM Se-Kecamatan Bulak Dalam Era Disrupsi," *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 6, no. 3, pp. 1074–1081, 2022.
- [19] T. Purwanto, Y. Sukandani, I. M. B. Dwiarta, A. Prasetyo, and M. R. Ardiani, "Memaksimalkan Potensi Usaha Pelaku Umkm Melalui Inovasi Produk Olahan Hasil Pertanian Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik," *Ekobis Abdimas J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 98–103, 2020.
- [20] N. Nden, *Strategies for Ensuring the Timeliness of Small Business Financial Reporting in Nigeria*. Walden University, 2019.