

# PELATIHAN DAN BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE* PADA AMANAH SASIRANGAN

Rahma Yuliani\*<sup>1</sup>, Atma Hayat<sup>2</sup>, Ade Adriani<sup>3</sup>, Norlena<sup>4</sup>, Frista Tiara Maharani<sup>5</sup>, Eka Fitri<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

\*Penulis korespondensi: [rahma.yuliani@ulm.ac.id](mailto:rahma.yuliani@ulm.ac.id)

Received: 09 Juli 2024/ Accepted: 29 Agustus 2024

## Abstract

*Sasirangan is a part of South Kalimantan's cultural heritage, possesses significant potential to evolve into a high-value economic product. Beyond preserving regional identity, the sasirangan craft industry offers a viable avenue for local employment generation. Nevertheless, the sector's development is hindered by various challenges. One such enterprise encountering production difficulties is Usaha Amanah Sasirangan, which exhibits deficiencies in financial management expertise. Furthermore, the limited adoption of information technology, particularly e-commerce platforms, impedes market expansion and product competitiveness. This intervention aimed to enhance financial experience and digital user experience by imparting knowledge on business record-keeping, financial reporting, and Shopee e-commerce platform utilization. The three-phased approach encompassed planning, implementation, and evaluation. Employing surveys, outreach, training, intensive mentoring, monitoring, and evaluation methodologies. Results indicate an 80% improvement in participants' comprehension of financial management and digital marketing principles. However, obstacles such as human resource limitations in accounting and administration, coupled with restricted access to technological devices and inadequate network infrastructure at production sites, hampered the full realization of e-commerce implementation.*

**Keywords;** *training, financial reports, e-commerce digital marketing, sasirangan.*

## Abstrak

*Sasirangan merupakan budaya Kalimantan Selatan, berpotensi sebagai produk unggulan bernilai ekonomis tinggi. Dalam rangka melestarikan budaya daerah, industri kerajinan sasirangan juga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Namun, pengembangan produk industri ini masih menghadapi berbagai tantangan, salah satu usaha dengan kendala dalam kegiatan produksinya adalah Usaha Amanah Sasirangan yang pengetahuan dan keterampilannya terbatas dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, minimnya pemanfaatan teknologi informasi, khususnya platform e-commerce, menjadi hambatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan financial experience dan digital user experience berupa pengetahuan tentang pentingnya pencatatan kegiatan usaha dan pelatihan penyusunan laporan keuangan, serta memanfaatkan pemasaran digital (e-commerce) shopee. Terdapat tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Metode yang digunakan meliputi survei, sosialisasi, pelatihan, pendampingan intensif, monitoring, dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan perubahan positif dalam persepsi mitra Amanah Sasirangan berupa peningkatan pemahaman sebesar 80% terkait pentingnya pengelolaan keuangan dan pemasaran digital (e-commerce). Kendati demikian, terdapat sejumlah kendala yang menghambat implementasi tersebut. Sumber daya manusia yang kurang kompeten di bidang akuntansi dan administrasi untuk penyusunan laporan keuangan. Selain itu, keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi, dan infrastruktur jaringan yang kurang memadai di lokasi produksi menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran digital (e-commerce).*

**Kata kunci;** *pelatihan, laporan keuangan, pemasaran digital e-commerce, sasirangan.*

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi suatu keharusan bagi semua sektor usaha termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). (Dhewanto, Belgiawan, Hanifan, & Umbara, 2022) Kehadiran jaringan internet telah memfasilitasi interaksi langsung antara konsumen dan pelaku bisnis, menjadikannya sebagai salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis saat ini. Penggunaan *e-marketplace* secara efektif telah terbukti mampu

mendorong pertumbuhan pendapatan secara signifikan. *E-marketplace* menawarkan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Berdasarkan penelitian (Yuliani, Anwar, & Rahmatiasari, 2021), pemanfaatan teknologi digital *e-commerce*, pelaku usaha dapat berinteraksi dengan konsumen secara lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan nilai tambah bagi bisnis. Menurut (Pradana, 2015), *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai kegiatan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai teknologi informasi, seperti pertukaran data elektronik, surat elektronik, dan transfer dana elektronik, untuk memfasilitasi kegiatan pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa.

Transformasi digital ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap ekosistem bisnis. (Ellitan, 2023) Perangkat *mobile* telah menjadi bagian krusial dalam hal ini, memungkinkan pelaku UMKM untuk menjalankan bisnis secara *online* dengan lebih efisien. Fleksibilitas waktu dan lokasi yang ditawarkan oleh teknologi telah membuka peluang pasar yang lebih luas. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk membantu UMKM meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Belakangan ini *e-commerce* mengalami pertumbuhan yang pesat. (Putri, et al., 2023) Hal ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena penyediaan layanan yang memungkinkan transaksi dilakukan secara fleksibel, nyaman, dan efisien. Meskipun demikian, sektor ini masih dihadapkan pada sejumlah tantangan kompleks. Mulai dari permasalahan internal seperti manajemen yang belum optimal dan keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, hingga kendala eksternal seperti regulasi yang belum kondusif dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Tantangan-tantangan ini menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih inovatif. (Hartono, Budiarsih, & Rembulan, 2023).

Salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis melalui *e-commerce* adalah pengelolaan keuangan dan pemasaran yang efektif. Laporan keuangan yang akurat dan komprehensif menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis, tujuan utama penyusunan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi yang relevan dan dapat diandalkan kepada pengguna dalam membuat keputusan ekonomi. SAK-EMKM 2016 Bab 3 mengatur persyaratan penyajian laporan keuangan yang sederhana namun efektif bagi entitas mikro, kecil, dan menengah. Laporan keuangan yang disusun harus mencakup Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Catatan atas Laporan Keuangan. Informasi komparatif selama satu tahun serta penerapan prinsip penyajian jujur merupakan aspek penting dalam penyusunan laporan keuangan. Melalui laporan keuangan yang disusun sesuai dengan SAK-EMKM, pengguna dapat menilai kinerja keuangan entitas, mengevaluasi solvabilitas, membuat keputusan investasi atau pembiayaan, dan syarat mempermudah agar memperoleh pinjaman dari Bank.

Kain sasirangan sebagai budaya Kalimantan Selatan memiliki potensi signifikan sebagai produk unggulan bernilai ekonomis tinggi. Selain untuk melestarikan budaya daerah, industri kerajinan sasirangan dapat membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar. Namun, pengembangan produk dan industri ini masih menghadapi berbagai tantangan, salah satu usaha yang memiliki kendala adalah mitra Usaha Amanah Sasirangan Berlokasi di Jalan Tinggiran Tengah No. 11, Kecamatan Mekarsari, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan, UMKM yang bergerak dalam bidang produksi tradisional sasirangan ini menghadapi sejumlah tantangan untuk mengintegrasikan bisnisnya dalam digitalisasi *e-commerce*. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah terbatasnya pengetahuan dan keterampilan dalam penyusunan laporan keuangan yang akurat. Selain itu, UMKM ini juga kesulitan dalam mengoptimalkan pemasaran produk melalui platform *e-*

*commerce*. Praktik penetapan harga jual yang masih bersifat estimasi tanpa perhitungan biaya produksi yang rinci menjadi salah satu faktor yang menghambat daya saing produk di pasar. Di samping itu, strategi pemasaran dari mulut ke mulut yang selama ini diterapkan dinilai kurang efektif khususnya di era digital saat ini.

Perpaduan antara *financial experience* dan *digital user experience* menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku usaha. Kemampuan untuk menyusun laporan keuangan yang akurat dan relevan, serta strategi memasarkan produk agar dapat menjangkau konsumen di dunia digital. *Financial experience* seringkali didefinisikan sebagai akumulasi dari kegiatan finansial yang dilakukan oleh individu, mencakup aktivitas seperti peminjaman tradisional, peminjaman alternatif, dan investasi. (Purwidiyanti & Tubastuvi, 2019). Menurut (Parulian & Tan, 2024) Keberlangsungan usaha UMKM sangat bergantung pada kualitas manajemen keuangan. Pengalaman dalam mengelola keuangan memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan yang lebih baik, terutama terkait dengan pembayaran pajak, pengelolaan pengeluaran, dan peningkatan pendapatan. Dengan demikian, kinerja keuangan UMKM dapat diperkuat dan keberlangsungan usaha dapat terjamin.

*Digital user experience* (Wijayanto, Nursanti, Novandalina, & Rivai, 2024) telah berkembang menjadi komponen kritis dalam kesuksesan strategi pemasaran platform digital, terutama dalam sektor *e-commerce*. Pemasaran digital yang efektif tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan visibilitas merek tetapi juga mendorong loyalitas dan keterlibatan pelanggan yang berkelanjutan. Kedua pengalaman ini merupakan bagian krusial yang perlu dimiliki oleh mitra usaha Amanah Sasirangan agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pengembangan UMKM seperti Amanah Sasirangan membutuhkan perhatian yang serius, terutama dalam hal peningkatan kapasitas manajemen dan pemasaran. Sejalan dengan temuan oleh (Yuliani & Widyakanti, 2020), memerlukan dukungan aktif dari pemerintah dan akademisi untuk dapat memberikan pelatihan dan bimbingan dalam penyusunan laporan keuangan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai langkah strategis untuk mendorong UMKM agar memiliki daya saing lebih, inovatif dan sebagai usaha meningkatkan pendapatan.

Program pengabdian ini diharapkan untuk mampu memberikan pendampingan mendalam kepada Amanah Sasirangan dalam hal penyusunan laporan keuangan dan strategi pemasaran digital melalui *e-commerce*. Melalui pelatihan dan bimbingan yang komprehensif, diharapkan dapat meningkatkan kompetensi sumber daya manusia mitra usaha Amanah Sasirangan dalam mengelola aspek keuangan dan pemasaran secara profesional, sehingga mampu mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan survei dan mengurus izin kegiatan.
2. Sosialisasi terkait kegiatan pelatihan dan bimbingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce*.
3. Memberikan pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan yang baik dan pembuatan serta pemasaran produk melalui *e-commerce*.
4. Pendampingan intensif dan *monitoring* pada mitra usaha kegiatan pengabdian.
5. Evaluasi berupa survei terkait kebermanfaatan kegiatan pengabdian pada mitra usaha.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan survei lokasi produksi dan pengurusan izin koordinasi panitia dengan pihak usaha mitra dilaksanakan sebanyak tiga kali. Pada koordinasi pertama, panitia kegiatan pengabdian mendiskusikan terkait program pengabdian masyarakat dengan pemilik usaha. Koordinasi ini menghasilkan kesepakatan terkait akan diadakannya program pengabdian ini yang berlokasi di Jalan Tinggiran Tengah No. 11 Kecamatan Mekarsari, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan.

Berdasarkan hasil koordinasi kedua yang dilaksanakan pada tanggal 26 Juni 2024, teridentifikasi beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra usaha Usaha Aminah Sasirangan. Kendala utama yang ditemukan adalah ketidakmampuan mitra dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku bagi entitas mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, mitra juga menunjukkan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai sarana pemasaran produk. Panitia kegiatan memaparkan kepada pemilik usaha Amanah Sasirangan terkait program pelatihan dan bimbingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce*. Program ini berfokus pada peningkatan kemampuan dalam menyusun laporan keuangan yang akurat dan efektif serta pada optimalisasi pemasaran produk melalui platform *e-commerce*. Program ini disambut pihak mitra dengan antusias. Koordinasi akhir pada tanggal 28 Juni 2024 difokuskan pada penyepakatan jadwal pelaksanaan program pengabdian, sekaligus pelengkapan dokumen administratif yang berkaitan dengan mitra usaha dan panitia, serta pemastian ketersediaan ruangan dan peralatan yang diperlukan untuk proses produksi kain sasirangan dan pelaksanaan pelatihan serta bimbingan.



Gambar 1. Sosialisasi penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce*.

Kegiatan PKM dimulai dengan pemaparan materi terkait pentingnya laporan keuangan dan manfaatnya untuk UMKM, kegiatan ini dimulai pada pukul 09.00 dengan pembukaan pelatihan selama 10 menit, yang dilanjutkan dengan sambutan. Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan yang baik, peserta tampak antusias saat kegiatan praktik ini.

Sosialisasi terkait pemasaran produk dengan memanfaatkan platform *e-commerce* dilaksanakan pada kegiatan selanjutnya pada pukul 13.00 yang dihadiri oleh 10 karyawan usaha mitra amanah sasirangan. Sesi ini dimulai dengan pemaparan materi terkait pemasaran melalui sosial media dan *e-commerce*, dan strategi pemasaran yang efektif. Selanjutnya peserta dibimbing untuk pembuatan akun *e-commerce* dengan aplikasi *shopee* yang kemudian akan digunakan untuk memasarkan produknya. Panitia juga memberikan pelatihan terkait bagaimana membuat pemasaran yang efektif, dan membuat online shop menarik Setelah menyelesaikan kegiatan praktik, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi. Semangat peserta terlihat dari pertanyaan yang ditunjukkan

kepada pemateri, diharapkan kegiatan ini dapat mengubah pola pikir usaha mitra untuk terus berkembang mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.



Gambar 2. Praktik penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce*

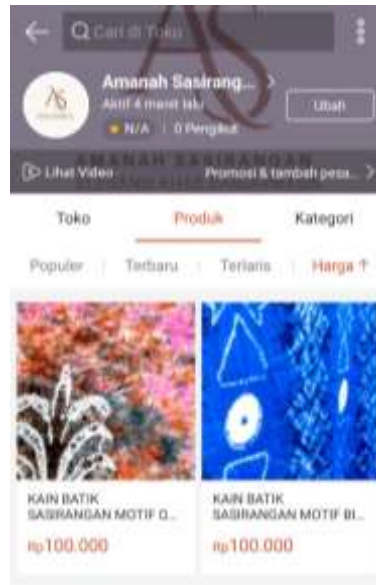
Pasca pelatihan dan bimbingan teknis, mitra usaha mendapatkan pendampingan intensif dan monitoring secara berkala mulai tanggal 7 Juli hingga bulan November 2024. Metode pendampingan yang digunakan meliputi kunjungan lapangan, konsultasi, dan pemberian umpan balik secara berkala. Kegiatan ini diarahkan untuk memastikan keberhasilan implementasi program dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu aspek penting yang menjadi fokus pendampingan adalah pembinaan dalam menyusun laporan keuangan. diharapkan mitra usaha dapat mengambil keputusan bisnis yang tepat, termasuk mampu menganalisis kinerja keuangan dan menyusun laporan keuangan secara mandiri, dan penentuan harga jual yang optimal.



Gambar 3. Sesi diskusi bersama mitra usaha Amanah Sasirangan

Tahapan akhir dalam kegiatan pelatihan ini adalah evaluasi pemahaman laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce shopee* yang berbentuk survei terkait kebermanfaatan kegiatan pengabdian. Hasil dari kuesioner yang terkumpul hingga bulan September menunjukkan adanya perubahan positif dalam persepsi mitra Amanah Sasirangan berupa peningkatan pemahaman sebesar 80% terkait pentingnya pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Sejalan dengan penelitian oleh (Pritazahara & Sriwidodo, 2015) dan (Parulian & Tan, 2024) sumber daya manusia yang telah memiliki pengalaman dalam mengelola keuangannya menjadi landasan bagi mereka untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam membuat keputusan finansial yang bijak. Tindakan ini dibuktikan dengan para pekerja di Amanah Sasirangan yang mulai peduli dengan laporannya. Peserta telah berhasil mencapai pemahaman yang mendalam mengenai penerapan prinsip-prinsip pemasaran digital dalam konteks pemasaran produk

kain sasirangan. Keterampilan yang diperoleh seperti pembuatan konten visual yang menarik, dan pengelolaan akun online shop, memungkinkan peserta untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Selain menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, *digital user experience* yang baik terbukti menjadi pendorong utama dalam peningkatan kinerja UMKM secara menyeluruh. Studi oleh (Wijayanto, Nursanti, Novandalina, & Rivai, 2024) menunjukkan bahwa implementasi strategi promosi online yang tepat sasaran secara langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis dan perluasan pangsa pasar. Hal ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan bisnis Amanah Sasirangan.



Gambar 4. Online shop Amanah Sasirangan di e-commerce shopee

Komitmen kuat yang ditunjukkan mitra usaha tidak sepenuhnya mampu mengatasi sejumlah kendala signifikan yang menghambat pencapaian kinerja optimal. Salah satu tantangan utama terletak pada kompetensi sumber daya manusia yang terlibat. Kurangnya pengetahuan serta keterampilan teknis di bidang akuntansi dan administrasi berimplikasi langsung pada kualitas penyusunan laporan keuangan. Akibatnya, informasi keuangan yang dihasilkan tidak sepenuhnya akurat dan relevan, sehingga dapat menghambat pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan. Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi seperti smartphone yang *compactable*, serta infrastruktur jaringan pada lokasi produksi yang kurang memadai menjadi penghalang dalam upaya UMKM untuk melakukan pemasaran digital secara optimal. Kombinasi dari kedua faktor ini secara signifikan menghambat pertumbuhan dan pengembangan usaha Amanah Sasirangan.



Gambar 5. Foto bersama peserta pelatihan dan bimbingan

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi yang telah dilaksanakan selama kegiatan pelatihan dan bimbingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce* pada amanah sasirangan di kabupaten Barito Kuala dengan kerjasama antara prodi sarjana Akuntansi dan Universitas Lambung Mangkurat dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Pelatihan dan bimbingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce* memiliki manfaat yang besar terhadap usaha amanah sasirangan dikarenakan mitra usaha memperoleh pengetahuan terkait proses penyusunan laporan keuangan yang baik, dan strategi pemasaran efektif.
2. Mitra usaha mampu mengembangkan bisnisnya dengan menjangkau *customer* yang lebih luas, sekaligus meningkatkan nilai jual produk dan memperkenalkan warisan budaya kalimantan Selatan.
3. Peserta memiliki pengetahuan untuk membuat dan mengoperasikan akun online shop pada aplikasi *e-commerce shopee*.
4. Para pekerja di usaha mitra Amanah Sasirangan memperoleh pemahaman terkait pentingnya penyusunan laporan keuangan yang baik, serta pemasaran melalui platform *e-commerce* yang efektif untuk dapat mengembangkan usahanya. Meski demikian, terdapat tantangan berupa keterbatasan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pesertanya dalam penyusunan laporan keuangan. Selain itu, kendala eksternal seperti *smartphone* yang dan sinyal internet yang terbatas masih harus dihadapi oleh mitra usaha amanah.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pembimbingan dan pelatihan yang komprehensif serta berkelanjutan diperlukan untuk memastikan seluruh peserta mampu menginternalisasi pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam penyusunan laporan keuangan dan pemasaran melalui *e-commerce*.
2. Platform *e-commerce* yang digunakan dalam pelatihan dan bimbingan dapat lebih beragam.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini tidak dapat terlaksana tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat – Universitas Lambung Mangkurat atas dukungan finansialnya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Lambung Mangkurat atas dukungan akademisnya, serta Mitra Usaha Amanah Sasirangan atas kerjasamanya sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terselenggara dengan baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2016. Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta: Grha Akuntan.
- Dhewanto, W., Belgiawan, P. F., Hanifan, R., & Umbara, A. N. (2022). Strengthening Entrepreneurial Ecosystem to Achieve Sustainability Through Digitalization and Innovation: A Case of Indonesian MSMEs Ecosystem. Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations. Johor Bahru.
- Ellitan, L. (2023). Digital Marketing Training for MSMEs in Surabaya. JOONG-KI : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 484-489.
- Hartono, S., Budiarsih, R., & Rembulan, G. D. (2023). OPTIMALISASI PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL DALAM UPAYA. Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan.
- Parulian, & Tan, E. (2024). The Effect of Financial Access, Financial Literacy and Financial Experience on MSME Financial Behavior. Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation.
- Pradana, M. (2015). KLASIFIKASI JENIS-JENIS BISNIS E-COMMERCE. Neo-bis, 9(2).
- Pritazahara, R., & Sriwidodo, U. (2015). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Pengalaman Keuangan terhadap Perilaku Perencanaan Investasi dengan Self Control sebagai Variabel Moderating. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 15(1), 28-37.
- Purwidiyanti, W., & Tubastuvi, N. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Experience on SME Financial Behavior in Indonesia. Jurnal Dinamika Manajemen, 10(1), 40-45.
- Putri, A. R., Saadah, D. M., Nurkamillah, I., Yonathan, S., Yuliana, S. S., & Firmansyah, R. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. Jurnal Kajian dan Penelitian Umum, 01-16.
- Wijayanto, G., Nursanti, A., Novandalina, A., & Rivai, Y. (2024). The Effect of E-commerce Platforms, Digital Marketing, and User Experience on Market Reach and Competitiveness of Indonesian MSMEs (Vol. 5, Issue 1).
- Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI INOVASI KEMASAN DAN LABEL PADA UMKM. Jurnal Kuat, 2(2), 71-76.
- Yuliani, R., Anwar, K., & Rahmatiasari, A. (2021). Pendampingan Pembuatan e-Marketplace dan Laporan Keuangan Pada UP2K "mulan" Khususnya Dasa Wisma "mawar". Jurnal Pengabdian Inovasi Lahan Basah Unggul, 1(2), 112-123.