

Pendampingan Pengelolaan Keuangan, Inovasi dan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Kapasitas UMKM Geprex Tulen

Marlindawaty*¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Balikpapan

*Penulis korespondensi: marlinda@uniba-bpn.ac.id

Received: 11 Mei 2025/ Accepted: 28 Mei 2025

Abstract

The owner of Geprex Tulen MSME in Balikpapan is a superior youth from Java. His business begins with his own capital and armed with the ability to cook simple cuisine Mas Lalu open the food stalls made from the main chicken. From the survey and interview results found; 1). the financial records are only in the form of improvised records and sometimes their use is mixed with personal needs; 2). chili as a complement to fried chicken is only one variant, namely sasak chili; 3). The banner display/banner is less attractive and 4). Never did a promotion through social media. Limitations of understanding of financial management and the lack of the ability of businesses to maximize the use of smartphones become the goal of implementing this community assistance so that the capacity of Geprex Tulen MSME develops and is able to survive amid the rise of culinary business competition in Balikpapan. Through assistance that combines direct theories and practices, businesses are given understanding and training in manually management and by using the android based Kasvlo application. The addition of two variants of chili product, changes in the appearance of the banner display/banners and promotion through social media to a series of assistance activities. The assistance is expected to increase understanding of financial management in accordance with accounting standards for Geprex Tulen businesses so that can continue their financial recording well and consistently and able to promote their business products by maximizing unique features available on a smartphone. By maximizing the capacity of Geprex Tulen MSME, in the long run the business products will be more widely known and good financial management does not rule of the possibility of obtaining additional business capital from banks or other financial institutions so that sales of Geprex Tulen MSME are able to reach a more broad target market and consumers.

Keywords: Financial Management; Innovation; Social Media

Abstrak

Pemilik UMKM Geprex Tulen di Balikpapan ini adalah pemuda perantauan dari pulau Jawa. Usahanya dimulai dengan modal sendiri dan berbekal kemampuan memasak masakan sederhana Mas Lalu membuka warung makannya yang berbahan utama ayam. Dari hasil survei dan wawancara ditemukan; 1). pencatatan keuangannya hanya berbentuk pencatatan seadanya bahkan terkadang penggunaannya bercampur dengan kebutuhan pribadi; 2). sambal sebagai pelengkap ayam goreng hanya satu varian saja yaitu sambal sasak; 3). tampilan spanduk/banner kurang menarik dan 4). belum pernah melakukan promosi lewat media sosial. Keterbatasan pemahaman pengelolaan keuangan dan minimnya kemampuan pelaku usaha untuk memaksimalkan penggunaan smartphone menjadi tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini agar kapasitas UMKM Geprex Tulen berkembang dan mampu bertahan ditengah maraknya persaingan usaha kuliner di Balikpapan. Melalui pendampingan yang mengkombinasikan teori dan praktik langsung, pelaku usaha diberikan pemahaman dan pelatihan pengelolaan keuangan secara manual dan dengan menggunakan aplikasi kasvlo berbasis android. Penambahan dua varian produk sambal, perubahan tampilan spanduk/banner dan melakukan promosi melalui media sosial menjadi serangkaian kegiatan pendampingan. Pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman akan pengelolaan keuangan yang sesuai standar akuntansi bagi pelaku usaha Geprex Tulen sehingga mampu melanjutkan pencatatan keuangannya dengan baik dan konsisten serta mampu mempromosikan produk usahanya dengan memaksimalkan fitur-fitur unik yang tersedia di smartphone. Dengan memaksimalkan kapasitas UMKM Geprex Tulen, dalam jangka panjang produk usahanya akan lebih banyak dikenal masyarakat serta pengelolaan keuangan yang baik dan benar tidak menutup kemungkinan untuk bisa memperoleh tambahan modal usaha dari Perbankan atau Lembaga Keuangan lainnya sehingga penjualan UMKM Geprex Tulen mampu menjangkau target pasar dan konsumen yang lebih luas lagi.

Kata kunci: Pengelolaan Keuangan; Inovasi; Media Sosial

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara didefinisikan sebagai kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang dan jasa ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas tersebut ditentukan oleh adanya kemajuan teknologi, institusional (kelembagaan) dan ideologis terhadap berbagai keadaan yang ada (Halim, 2020). Namun, seiring berjalannya waktu pertumbuhan ekonomi tergantung pada banyak faktor karena yang harus di perhatikan adalah pengaruh dari pertambahan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. Dengan naiknya angka jumlah penduduk, maka pertumbuhan ekonomi akan berkembang karena hal tersebut akan menciptakan rasa ingin berkembang dalam masyarakat.

Salah satu yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah dengan adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dapat memberikan pengaruh dalam pertumbuhan ekonomi karena pembangunan ekonomi berbasis usaha mikro, kecil dan menengah dapat dikatakan menjadi industri kreatif dengan ide-ide inovatif potensial yang dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan produk barang dan jasa. Industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar industri kreatif. Industri kreatif juga menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi dan industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang penuh kreativitas (Halim, 2020).

Adapun peran UMKM menurut Hapsari, dkk. (2024); 1). UMKM berperan sebagai penyedia lapangan kerja; 2). UMKM dapat memperkenalkan berbagai produk lokal ke masyarakat luas dan ke dunia internasional; 3). Menciptakan pasar baru; 4). UMKM ikut berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan neraca pembayaran; 5). UMKM berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara serta dapat berguna untuk mendistribusikan pendapatan perusahaan; 6). UMKM memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga mendukung stabilitas perekonomian; 7). UMKM bisa hidup di tengah-tengah perusahaan besar; 8). UMKM bisa mempekerjakan tenaga kerja yang sangat produktif untuk meningkatkan produktivitas; 9). UMKM memiliki keunggulan karena unit usaha yang relatif kecil namun memiliki ketahanan dan fleksibilitas yang tinggi terhadap perubahan lingkungan strategis.

Kepala Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian (DKUMKMP) kota Balikpapan mengungkapkan bahwa saat ini DKUMKMP mencatat lebih dari 14.000 pelaku UMKM aktif di kota Balikpapan. Jumlah ini didominasi sektor kuliner, kerajinan dan jasa. Dari jumlah tersebut, sekitar 30 persen telah masuk dalam radar pembinaan langsung pemerintah. Sebaran UMKM aktif di kota Balikpapan (per Kecamatan) sesuai data estimasi DKUMKMP per April 2025; 1). Kecamatan Balikpapan Selatan sejumlah 3.200 pelaku usaha; 2). Kecamatan Balikpapan Utara 2.500 pelaku usaha; 3). Kecamatan Balikpapan Barat sebanyak 2.100 pelaku usaha; 4). Kecamatan Balikpapan Timur 2.000 pelaku usaha; 5). Kecamatan Balikpapan Kota sejumlah 1.600 pelaku usaha dan terakhir 6). Kecamatan Balikpapan Tengah sebanyak 1.400 pelaku usaha, maka total UMKM yang terdaftar dan aktif sekitar 12.800 pelaku usaha. Dengan pesatnya pertumbuhan UMKM di Balikpapan maka perlu adanya dukungan yang tepat sehingga pelaku UMKM di Balikpapan dapat terus berkembang dan berkontribusi pada perekonomian daerah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diberikan kepada pelaku usaha Geprex Tulen ini merupakan salah satu upaya dukungan Perguruan Tinggi bagi UMKM dan industri kecil menengah di Balikpapan. UMKM Geprex Tulen yang berlokasi di jalan Milono,

Kelurahan Klandasan Ulu, Kecamatan Balikpapan Kota, Provinsi Kalimantan Timur memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat lokasi usaha berada di tengah kota dan sangat dekat dengan kawasan kampung pelajar Telaga Sari. Di kawasan kampung pelajar yang berada di wilayah Kelurahan Telaga Sari ini terdapat banyak sekolah dan sarana pendidikan lainnya mulai dari Sekolah Dasar Negeri hingga Perguruan Tinggi sehingga target pasar dan konsumen bisa ditentukan dengan jelas.

Namun demikian, adanya beberapa temuan permasalahan yang dialami UMKM Geprex Tulen dalam pencatatan keuangan yang hanya berbentuk pencatatan seadanya bahkan terkadang penggunaannya bercampur dengan kebutuhan pribadi dan hanya memiliki satu varian sambal saja yaitu sambal sasak sebagai pelengkap produk utama termasuk tampilan spanduk/banner yang kurang menarik bahkan UMKM Geprex Tulen belum pernah melakukan promosi lewat media sosial menjadi urgensi dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi UMKM Geprex Tulen ini melalui program pendampingan. Keterbatasan pemahaman pengelolaan keuangan dan minimnya kemampuan pelaku usaha untuk memaksimalkan penggunaan *smartphone* akan berdampak pada terhambatnya perkembangan dan pertumbuhan UMKM Geprex Tulen dalam jangka panjang. Kondisi ini sejalan dengan temuan studi yang dilakukan Mulyanti dan Nurhayati (2022) dimana keterbatasan dalam hal keuangan, teknologi, pemasaran, akses pasar dan sumber daya manusia dengan *soft skill* yang rendah menjadi kendala utama bagi UMKM.

Program pendampingan ini dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang dialami pelaku usaha UMKM Geprex Tulen. Dengan memberikan pemahaman dan pelatihan pengelolaan keuangan secara langsung dan melakukan inovasi varian produk sambal serta melakukan perubahan tampilan spanduk/banner sekaligus melakukan promosi melalui media sosial, maka diharapkan tujuan dari serangkaian kegiatan pendampingan yang diberikan dapat meningkatkan pemahaman akan pengelolaan keuangan sesuai standar akuntansi dan pelaku usaha Geprex Tulen mampu mempromosikan produknya dengan memaksimalkan fitur-fitur unik yang tersedia di *smartphone*. Maraknya promosi dengan menggunakan teknologi digital di Indonesia dapat menjadi peluang untuk memaksimalkan kapasitas UMKM Geprex Tulen sehingga penjualan produk usahanya akan lebih banyak dikenal masyarakat serta mampu menjangkau target pasar dan konsumen yang lebih luas lagi.

2. METODE

Mas Lalu selaku pemilik usaha UMKM Geprex Tulen adalah penerima manfaat dari kegiatan pendampingan ini. Lokasi pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan di tempat usaha UMKM Geprex Tulen di jalan Milono 17B RT. 49, Kelurahan Klandasan Ulu, Kecamatan Balikpapan Kota atau tepatnya di belakang rumah sakit Restu Ibu. Metode pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan melakukan identifikasi masalah. Setelah permasalahan teridentifikasi, ditentukan tujuan dari kegiatan yang dilakukan hingga menetapkan jadwal pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan mengkombinasikan teori dan praktik langsung, memberikan pemahaman dan pelatihan pengelolaan keuangan baik secara manual maupun dengan menggunakan aplikasi kasvlo berbasis android. Pelaku usaha dibimbing dan diarahkan bagaimana penggunaan *smartphone* untuk mempromosikan produknya di media sosial. Pengukuran tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pendampingan ini dapat dilihat dari konsisten atau tidaknya pelaku usaha melakukan pencatatan keuangannya. Adanya peningkatan *followers* di media sosial diikuti dengan peningkatan penjualan menunjukkan keberhasilan dari manfaat promosi melalui media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil identifikasi permasalahan di UMKM Geprex Tulen, ditetapkan tujuan dan jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pendampingan yang diberikan secara langsung kepada pemilik usaha UMKM Geprex Tulen berlangsung selama 3 bulan, mulai bulan Pebruari hingga bulan April 2025.

1). Identifikasi Masalah

Pra-kegiatan diawali dengan melakukan survei di tempat usaha UMKM dan wawancara langsung dengan pemilik usaha UMKM Geprex Tulen. Hasil survei dan wawancara ditemukan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, antara lain; 1). pencatatan keuangannya hanya berbentuk pencatatan seadanya bahkan terkadang penggunaannya bercampur dengan kebutuhan pribadi; 2). sambal sebagai pelengkap ayam goreng hanya satu varian saja yaitu sambal sasak; 3). tampilan spanduk/banner kurang menarik dan 4). belum pernah melakukan promosi lewat media sosial. Temuan ini menjadi dasar pembuatan kegiatan pendampingan yang relevan sehingga mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM Geprex Tulen.



Gambar 1. Pra-kegiatan; wawancara dengan pemilik UMKM Geprex Tulen

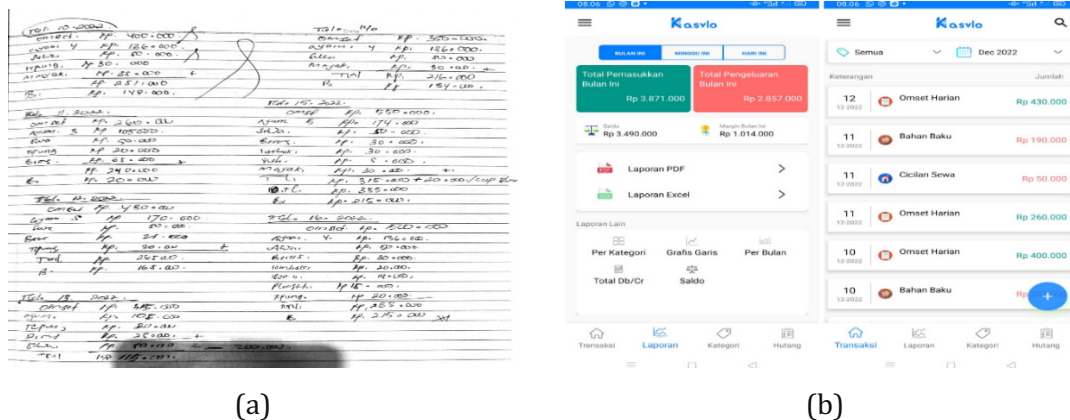
2). Menentukan Tujuan Kegiatan

Pada bagian ini, pelaksana kegiatan menentukan tujuan kegiatan yang diangkat dari permasalahan yang dihadapi pelaku usaha UMKM Geprex Tulen. Kegiatan pendampingan menjadi pilihan utama pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM Geprex Tulen. Tujuan kegiatan ditetapkan dengan memberikan pemahaman dan pelatihan pengelolaan keuangan secara langsung kepada pemilik UMKM Geprex Tulen. Pendampingan pengelolaan keuangan mengkombinasikan teori dan praktik langsung baik secara manual maupun dengan menggunakan aplikasi kasvlo berbasis android. Selain itu, ide dan masukan juga diberikan untuk inovasi varian sambal di Geprex Tulen sehingga konsumen dapat memilih varian sambal yang tersedia sebagai pelengkap ayam geprek. Perubahan desain spanduk/banner untuk tampilan outlet dan pembuatan akun di media sosial juga menjadi tujuan kegiatan untuk mempromosikan produk dengan memaksimalkan fitur-fitur unik yang tersedia di *smartphone* sehingga jangkauan pemasaran UMKM Geprex Tulen bisa lebih luas dan mudah dikenal masyarakat luas.

3). Pelaksanaan Kegiatan

1. Pendampingan Pengelolaan Keuangan

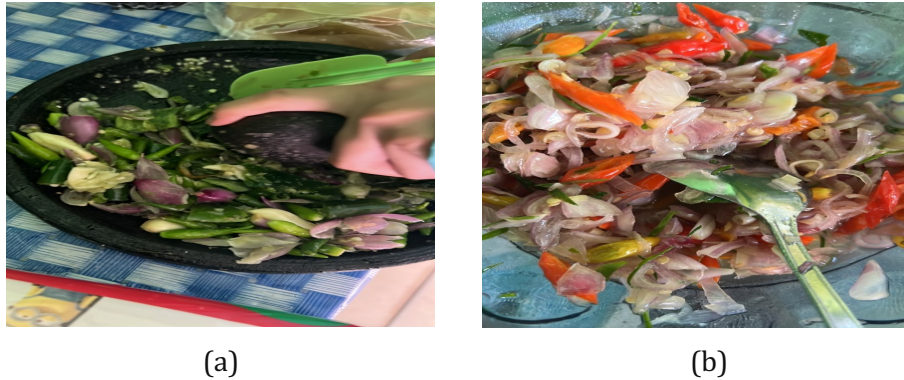
Pendampingan pengelolaan keuangan mengkombinasikan teori dan praktik langsung baik secara manual maupun dengan menggunakan aplikasi kasvlo berbasis android. Kegiatan ini diawali dengan melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan UMKM Geprex Tulen secara manual untuk memberikan pemahaman atau gambaran seperti apa biaya-biaya yang masuk dalam pengeluaran dan mana yang tergolong dalam pendapatan usaha. Selama proses pendampingan pengelolaan keuangan, pada bulan kedua pelaku usaha mulai tidak konsisten melakukan pencatatan. Hal ini menjadi salah satu hambatan dalam pencapaian pelatihan yang telah diberikan sehingga untuk memudahkan pelaku usaha maka pendampingan dilanjutkan dengan menggunakan aplikasi kasvlo di android. Kegiatan ini dimulai dengan mengunduh aplikasi kasvlo di *handphone* pelaku usaha hingga proses pencatatan keuangan dilakukan pada aplikasi tersebut. Dengan melakukan pencatatan keuangan yang baik dan konsisten, pelaku usaha tidak hanya mudah untuk mengatur keuangannya tetapi juga bisa mengontrol perkembangan usahanya sehingga dapat mengambil keputusan tepat bagi keberlanjutan usahanya.



Gambar 2. Pengelolaan keuangan; (a) Manual; (b) Aplikasi Kasvlo

2. Inovasi Produk

Inovasi yang dilakukan di UMKM Geprex Tulen yaitu membuat dua varian sambal, yaitu sambal ijo dan sambal matah. Proses pembuatan dua varian sambal baru ini dilakukan pelaksana kegiatan bersama-sama dengan pelaku usaha dan di akhir kegiatan resep untuk dua varian sambal ini diserahkan ke pelaku usaha dengan harapan varian sambal baru tersebut bisa terus dilanjutkan agar UMKM Geprex Tulen mampu bersaing dengan kompetitor sejenis yang marak di kawasan lokasi pelaku usaha. Pilihan varian sambal sebagai pelengkap sajian ayam goreng geprek juga diharapkan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk UMKM Geprex Tulen.



Gambar 3. Varian sambal; (a) Sambal Ijo; (b) Sambal Matah

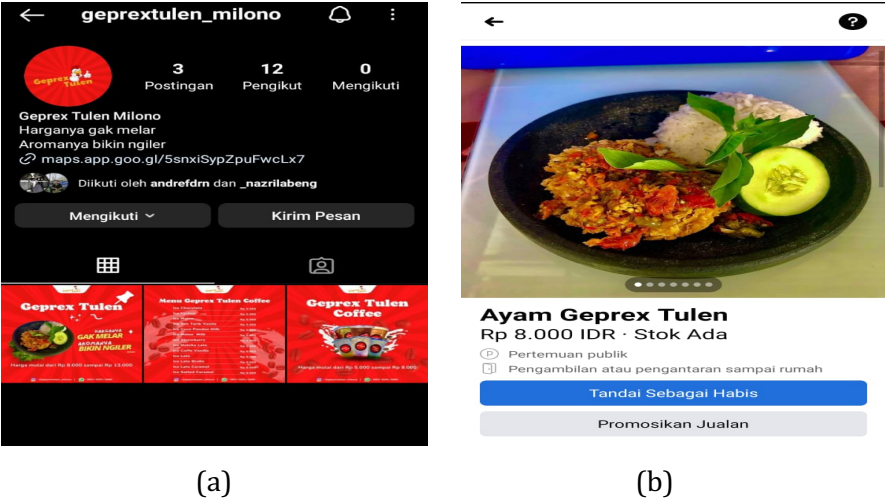
3. Pemanfaatan Media Sosial

Sebelum diberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bisnis, pelaku usaha didampingi dalam pembuatan spanduk mengingat spanduk/banner yang dimiliki UMKM Geprex Tulen kurang menarik. Rancangan perubahan tampilan spanduk/banner ini mencakup logo, merek, deskripsi singkat, kontak bisnis dan photo produk. Pelaku usaha juga dipandu dalam pemilihan warna, tata letak dan *font* yang menunjukkan karakteristik usahanya sehingga perubahan spanduk/banner yang dihasilkan menarik dan siap digunakan untuk keperluan promosi di warung UMKM Geprex Tulen atau sebagai bahan konten visual di media sosial.



Gambar 4. (a) Spanduk; (b) Banner; (c) Stiker

Pada pelatihan dan pendampingan pembuatan akun media sosial bisnis, pelaku usaha diajarkan cara membuat akun media sosial bisnis di *platform instagram* dan *facebook*. Pengaturan bio, logo, tautan yang relevan, pengelolaan konten hingga jadwal posting merupakan strategi yang digunakan untuk berinteraksi dengan calon pembeli. Kekuatan pemasaran melalui media sosial terletak pada kemampuan untuk menghubungkan bisnis dengan audiens yang luas, membangun kesadaran merek dan meningkatkan keterlibatan konsumen melalui alat seperti iklan berbayar dan promosi konten (Burlac dan Frumosu, 2024). Pengelolaan media sosial yang baik membantu pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkuat hubungan dengan konsumen secara *online*.



Gambar 5. Tampilan; (a) Instagram; (b) Market Place

Untuk mengetahui ketercapaian keberhasilan kegiatan pendampingan pengelolaan keuangan, pelaksana kegiatan melakukan monitoring secara langsung dengan pelaku usaha secara berkala selama kegiatan pendampingan berlangsung. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, diketahui adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM Geprex Tulen.

Tabel 1. Peningkatan Keterampilan Pelaku Usaha UMKM Geprex Tulen

Aspek Keterampilan	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
Pengetahuan Dasar	25	80
Pengelolaan Arus Kas	30	85
Pemisahan Keuangan Bisnis dan Pribadi	15	85
Perencanaan Anggaran	40	80
Pencatatan Transaksi Keuangan	40	85

Dari hasil evaluasi (Tabel 1), diketahui adanya peningkatan keterampilan pelaku usaha dalam pengelolaan keuangan. Aspek-aspek keterampilan yang digunakan untuk mengukur peningkatan keterampilan pelaku usaha menunjukkan peningkatan yang signifikan antara sebelum dan sesudah dilaksanakannya pendampingan dan pelatihan yang telah mencapai 80-85%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha menyadari akan pentingnya penempatan pencatatan-pencatatan keuangan dilakukan agar arus keluar masuknya modal usaha dapat di kontrol dengan baik. Pemisahan antara keuangan bisnis dengan keperluan pribadi juga telah diterapkan pelaku usaha sehingga dapat diketahui untung rugi dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Sedangkan untuk evaluasi kegiatan inovasi dan pemanfaatan media sosial dapat dilihat dari adanya peningkatan *followers* di media sosial diikuti dengan peningkatan penjualan menunjukkan keberhasilan dari manfaat promosi yang dilakukan melalui media sosial.

Tabel 2. Evaluasi Kegiatan Inovasi dan Pemanfaatan Media Sosial UMKM Geprex Tulen

Aspek	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Keterangan
Pengikut (orang)	Belum ada	53	<i>Instagram</i>
Postingan	Belum ada	25	<i>Instagram</i>
Jumlah Pesanan Via <i>Instagram</i>	1-2	4-5	Kali per hari
Jumlah Pesanan Via <i>Market Place</i>	Belum ada	5-6	Kali per hari
Omset Penjualan	900.000	4.950.000	Per bulan

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM Geprex Tulen melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan pengelolaan keuangan berhasil memberikan dampak positif. Hal ini dibuktikan dari hasil evaluasi peningkatan keterampilan pelaku usaha yang diukur melalui indikator pengetahuan dasar, pengelolaan arus kas, pemisahan keuangan bisnis dan pribadi, perencanaan anggaran dan pencatatan transaksi keuangan menunjukkan peningkatan yang signifikan antara sebelum dan sesudah dilaksanakannya pendampingan dan pelatihan yang telah mencapai 80-85%.

Dampak positif dari hasil inovasi dan pemanfaatan media sosial terlihat dari adanya peningkatan *followers* di media sosial diikuti dengan peningkatan penjualan menunjukkan keberhasilan dari manfaat promosi yang dilakukan melalui media sosial. Meskipun hasilnya belum maksimal namun pertumbuhannya cenderung meningkat, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pesanan melalui *online* baik via *instagram* maupun *market place* sehingga omset penjualan pun mengalami peningkatan.

Tantangan yang dihadapi, adanya kekhawatiran pelaku usaha tidak konsisten dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan secara manual meskipun pelaku usaha sudah diajarkan dengan menggunakan aplikasi kasvlo untuk memudahkan pencatatan secara online melalui *smartphone* namun kondisi ini pernah terjadi di saat proses pelatihan sedang berlangsung. Demikian pula dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial, selama pelaku usaha meluangkan waktu untuk merespon dengan sigap komunikasi yang terjadi di media sosial konsumen akan merasa senang. Postingan yang menarik yang dijadwalkan sesering mungkin juga akan menarik minat konsumen sehingga menambah jumlah *followers* sekaligus meningkatkan omset penjualannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana kegiatan program pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Mas Lalu selaku pemilik usaha UMKM Geprex Tulen yang telah memberi kesempatan bagi pelaksana untuk melakukan kegiatan pendampingan dan mendukung program pemerintah daerah bagi perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Balikpapan.

DAFTAR PUSTAKA

Burlac, A., & Frumosu, X. (2024). The Power of Social Media Marketing for Businesses. Simpozion Stiintific Al Tinerilor Cercetatori, Editia a 21-a: Culegere de Lucrari Stiintifice, Vol. 1, 221-224. DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc.v1.51>

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. Jurnal GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1 (2), 157-172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>

Hapsari, Y.A., Apriyanti, P., H. Aldi & R. Fahrur. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif (JUMEK), 2 (4), 53-62. DOI: <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>

Kepala Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian (DKUMKMP) Kota Balikpapan. (2025). Kurasi UMKM 2025, DKUMKMP Balikpapan Jaring Pelaku Usaha Baru. Smarttr.news. <https://smarttr.news>.

Mulyanti, D., & Nurhayati, A. (2022). Penerapan Literasi Keuangan dan Penggunaan Financial Technology untuk Menilai Kinerja Keuangan UMKM di Jawa Barat. Ekono Insentif: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 16 (2), 63-81. DOI: <https://doi.org/10.36787/jei.v16i2.887>