

Pemasaran dan Keuangan Digital untuk Tingkatkan Pendapatan Usaha Batik di Desa Srowot

Dwi Winarni^{1*}, Iwan Fakhruddin², Ani Kusbandiyah³

¹⁻³Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

Alamat: Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Po. Box 202 Purwokerto 53182

Korespondensi penulis: dwiwinarni@ump.ac.id

Article History:

Received: 16 Juni, 2025;

Revised: 30 Juni, 2025;

Accepted: 04 Juli, 2025;

Published: 07 Juli, 2025;

Keywords: Batik, Financial recording, Digital marketing, Srowot Village

Abstract. Srowot Village in Banyumas Regency has a promising group of batik artisans but still faces challenges in marketing and financial record-keeping. This community service activity aims to increase income and business sustainability through training in digital marketing and digital financial recording. The methods used include training on the use of social media and e-commerce platforms, branding strategies, and financial recording using simple applications such as Google Sheets or similar tools. The activity also involved students and lecturers from various fields as facilitators and companions during implementation. The results show that members of the group have begun to understand the benefits of digital marketing; several have created business accounts and started recording transactions digitally. However, challenges remain in managing promotional content, maintaining consistent financial records, and dealing with limited devices and poor internet access. In conclusion, training and mentoring have significantly improved the group's digital capacity, but continued strategies, accessible educational materials, and sustained assistance are needed to ensure optimal and consistent implementation over the long term.

Abstrak

Desa Srowot di Kabupaten Banyumas memiliki kelompok pengrajin batik yang potensial namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran dan pencatatan keuangan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha melalui pelatihan pemasaran digital dan pencatatan keuangan digital yang praktis dan aplikatif. Metode yang digunakan mencakup pelatihan penggunaan media sosial dan platform e-commerce, strategi branding, serta pelatihan pencatatan keuangan dengan aplikasi sederhana seperti Google Sheets atau alat serupa. Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa dan dosen lintas keahlian sebagai pendamping dan fasilitator dalam setiap sesi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa anggota kelompok mulai memahami manfaat pemasaran digital; beberapa sudah membuat akun bisnis dan mencatat transaksi secara digital. Meskipun demikian, tantangan masih ditemukan dalam pengelolaan konten promosi, konsistensi pencatatan, serta keterbatasan perangkat dan akses internet yang stabil. Kesimpulannya, pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kapasitas digital kelompok batik, tetapi diperlukan strategi lanjutan, materi edukasi yang mudah diakses, serta pendampingan berkelanjutan agar penerapan dapat berjalan secara optimal, efektif, dan konsisten dalam jangka panjang.

Kata kunci: Batik, Pencatan keuangan, Pemasaran digital, Desa Srowot

1. LATAR BELAKANG

Desa Srowot di Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas dikenal dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang sebagian besar terlibat dalam sektor pertanian dan kerajinan, termasuk batik. Kelompok pengrajin batik di desa ini menghadapi tantangan dalam pemasaran dan pencatatan keuangan secara digital. Berdasarkan survei awal, didapatkan informasi bahwa

Kelompok batik di Desa Srowot masih mengandalkan pemasaran tradisional dengan penjualan langsung di lingkungan lokal atau melalui pasar pasar tradisional (Mukromiin et al., 2024).

Beberapa situasi yang dapat diidentifikasi adalah keterbatasan jangkauan pasar produk batik masih dipasarkan secara lokal, yang mengakibatkan jangkauan pasar terbatas. Pasar di tingkat desa dan kabupaten memiliki keterbatasan dalam hal jumlah konsumen dan daya beli. Potensi pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, belum dimaksimalkan. Kedua, kurangnya penggunaan platform digital, saat ini, pemasaran secara digital, baik melalui e-commerce maupun media sosial, belum dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, saat ini kelompok batik di desa srowot masih melakukan pencatatan keuangan manual, sistem pencatatan ini rentan terhadap kesalahan dan kurang efisien dalam melacak pemasukan dan pengeluaran. Hal ini juga menyulitkan kelompok untuk menganalisis kinerja keuangan secara akurat. Kedua, kurangnya penggunaan aplikasi keuangan digital, penggunaan aplikasi keuangan digital seperti Excel dan si APIK, atau aplikasi keuangan UMKM lainnya masih sangat minim. Ketiga, transparansi dan pengelolaan keuangan, karena sistem pencatatan yang kurang terstruktur, transparansi keuangan dalam kelompok juga menjadi masalah. Pencatatan keuangan digital dapat memberikan akses yang lebih mudah bagi anggota kelompok untuk memantau pendapatan dan pengeluaran, serta meningkatkan kepercayaan antar anggota.

Sehingga, pengrajin batik di Desa Srowot masih menghadapi berbagai tantangan mendasar dalam pengelolaan usaha, terutama pada aspek pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Padahal, dalam era digitalisasi saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam peningkatan daya saing UMKM (Arianto & Sofyan, 2022). Minimnya pemahaman terhadap media sosial dan platform e-commerce menyebabkan produk batik Srowot sulit menjangkau pasar yang lebih luas, padahal digital marketing terbukti dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM (Baharsyah et al., 2024). Hal ini diperkuat oleh studi Damayanti et al. (2023), yang menemukan bahwa digital marketing dapat meningkatkan eksposur merek lokal hingga 40% dalam kurun waktu enam bulan pada sektor kerajinan tangan.

Selain itu, sistem pencatatan keuangan yang masih manual menghambat efisiensi dan akurasi dalam pelaporan keuangan, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha (Fatwitawati, 2018). Penggunaan aplikasi keuangan digital seperti Google Sheets atau QuickBooks mampu membantu pelaku usaha mencatat transaksi dan membuat laporan keuangan secara sistematis (Yanto et al., 2024). Penelitian oleh Saputri dan Nugroho (2023) juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menggunakan sistem pencatatan digital mengalami peningkatan transparansi dan pengambilan keputusan keuangan secara signifikan.

Pentingnya literasi digital dan keuangan juga ditegaskan dalam penelitian Mustikasari & Noviardy (2020), yang menyatakan bahwa peningkatan kemampuan teknologi keuangan berdampak langsung terhadap literasi dan keberdayaan UMKM. Tantangan serupa juga ditemukan oleh Lathifah (2024), yang menunjukkan bahwa pendampingan intensif diperlukan untuk mengatasi kesenjangan digital di kalangan pelaku usaha mikro. Hal ini sejalan dengan temuan Indriani & Prasetyo (2022), yang menekankan bahwa kurangnya dukungan teknis menjadi penghambat utama dalam implementasi teknologi digital di sektor usaha kecil.

Secara umum, kesulitan pengrajin dalam mengakses teknologi, keterbatasan perangkat, serta belum optimalnya strategi branding menjadi tantangan besar yang harus segera diatasi melalui intervensi terstruktur. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan digital di Desa Srowot merupakan langkah strategis yang sangat mendesak dan relevan, tidak hanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga menjaga warisan budaya batik secara berkelanjutan (Oktaviani & Herawaty, 2022; Anggraeni et al., 2021). Terlebih lagi, menurut penelitian terbaru oleh Ramadhani et al. (2023), keterlibatan aktif antara pemerintah desa, akademisi, dan pelaku usaha menjadi kunci keberhasilan program digitalisasi UMKM berbasis komunitas.

Studi oleh Gosal dan Nainggolan (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keuangan dan kesejahteraan finansial UMKM di Indonesia. Pemahaman dan penggunaan alat keuangan digital yang baik memungkinkan UMKM untuk membuat keputusan keuangan yang lebih tepat, meningkatkan efisiensi, dan memperluas akses ke layanan keuangan formal. Selain itu, pencatatan keuangan bermanfaat bagi keberlangsungan UMKM hingga masa yang akan datang (Winarni et al., 2025).

Dalam konteks pemasaran digital, penelitian oleh Sari et al (2023) menjelaskan bahwa kemampuan pemasaran digital berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM batik. Kemampuan ini mencakup penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk . Selain itu, penelitian oleh Aryani et al. (2023) menemukan bahwa adopsi pembukuan digital di kalangan UMKM di Indonesia masih rendah, meskipun teknologi ini dapat meningkatkan akurasi pencatatan dan transparansi keuangan. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi pembukuan digital menjadi salah satu hambatan utama .

Gambar 1. Profil Kelompok Batik di Desa Srowot



Kelompok batik di desa srowot di ketuai oleh ibu Karti, dengan anggota yang tercatat sekitar 14 orang. Mulai aktif kembali untuk menghidupkan usaha batik sejak pertengahan 2024, meskipun sebelumnya sudah ada kelompok batik namun sudah belasan tahun berhenti. Masyarakat mulai semangat kembali untuk memulai usaha kerajinan batik mengingat potensi dan dukungan dari pemerintah desa srowot yang kuat untuk melestarikan identitas batik srowot. Pengrajin batik di Desa Srowot menggunakan bahan baku seperti kain mori dan pewarna alami maupun sintetis. Proses produksi batik sebagian besar masih tradisional, menggunakan teknik cap dan tulis. Keterampilan membatik telah diwariskan turun temurun, tetapi modernisasi peralatan dan teknik masih terbatas. Pemasaran batik masih bersifat lokal, melalui pameran atau jaringan informal. Pengrajin menghadapi kendala dalam memperluas pasar melalui digitalisasi. Sistem pencatatan keuangan dan inventarisasi juga masih manual, mempengaruhi efisiensi usaha dan transparansi keuntungan.

Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Digital yaitu, membantu kelompok batik Desa Srowot dalam memperluas pemasaran ke tingkat nasional melalui strategi digital; meningkatkan keterampilan pengrajin batik dalam menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace (Tokopedia, Shopee, dan Tiktok) untuk memasarkan produk mereka; membantu kelompok batik dalam merancang identitas dan strategi *branding* yang kuat agar dapat bersaing dengan produk batik dari daerah lain; memberikan pelatihan tentang strategi promosi digital, termasuk penggunaan iklan berbayar di media sosial; mengedukasi kelompok batik tentang pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan efisien menggunakan aplikasi digital; 6) Mendukung upaya

kelompok batik dalam mempertahankan dan mengembangkan warisan budaya batik khas Desa Srowot dengan tetap mempertahankan teknik tradisional serta mengadaptasi inovasi modern.

Selain peningkatan pemberdayaan, tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah salah satunya untuk mendukung kegiatan implementasi Kampus Merdeka, Merdeka Belajar dan transformasi pendidikan tinggi yang harmonis yang sejalan dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) yaitu bagi mahasiswa kegiatan ini akan memberikan peluang pengaplikasian teori yang sudah didapat di kelas ke dalam permasalahan di lapangan (IKU 2). Mengembangkan ekosistem bagi dosen untuk berkegiatan di luar kampus (IKU 3) sehingga dapat menggunakan kepakarannya dengan tepat guna. Pengalaman kegiatan nyata yang didapatkan akan menunjang proses transfer ilmu kepada mahasiswa di kelas. Pengaplikasian kepakaran dosen bersama mitra akan menghasilkan inovasi. Proses pembuatan inovasi untuk menghilangkan permasalahan yang ada, dapat diterbitkan dengan harapan mendapatkan rekognisi yang layak (IKU 5).

2. METODE

Metode Pengabdian kepada Masyarakat untuk kelompok batik di Desa Srowot, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas dapat difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pemasaran digital dan pencatatan keuangan digital. Beberapa metode yang bisa diterapkan adalah: 1. Pelatihan Pemasaran Digital: (a) Melatih penggunaan media sosial (Instagram, Facebook) dan marketplace (Tokopedia, Shopee) untuk memperluas pasar. (b) Pembuatan website atau toko online sederhana. 2. Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital: (a) Mengajarkan penggunaan aplikasi keuangan sederhana seperti Microsoft Excel, atau aplikasi akuntansi seperti siApik. (b) Pendampingan dalam pencatatan transaksi, laba-rugi, dan arus kas. 3. Pendampingan Berkelanjutan: (a) Monitoring dan evaluasi berkala untuk memastikan implementasi berjalan dengan baik. (b) Memberikan pelatihan lanjutan sesuai perkembangan kebutuhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi permasalahan yang ditawarkan kepada mitra berdasarkan hasil diskusi dan kesepakatan antara tim pengabdian dan mitra yaitu pertama, solusi untuk pemasaran digital yang meliputi (1) Pelatihan Pemasaran Digital: Memberikan pelatihan intensif kepada anggota kelompok tentang cara memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk batik. Pelatihan ini bisa mencakup strategi konten media sosial,

pembuatan akun bisnis di *marketplace*, hingga cara membuat materi promosi yang menarik. (2) Pembentukan tim pemasaran digital: Kelompok dapat membentuk tim kecil yang fokus untuk menangani pemasaran digital, termasuk manajemen media sosial, *e-commerce*, dan promosi online. Tim ini akan bertanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan penjualan di platform digital dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif. (3) Branding dan Differensiasi Produk: Pengembangan identitas produk batik dari Desa Srowot yang unik dan menarik akan membantu produk menonjol di pasar digital. Kolaborasi dengan desainer muda atau menciptakan motif khas yang menggambarkan budaya lokal dapat menjadi salah satu strategi branding. (4) Iklan Berbayar di Media Sosial: Meskipun dana terbatas, iklan berbayar di media sosial (seperti Instagram dan Facebook) dapat meningkatkan visibilitas produk secara cepat. Strategi ini bisa dipadukan dengan penggunaan influencer lokal untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Kedua, solusi untuk pencatatan keuangan digital yang meliputi (1) Pelatihan Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital: Memberikan pelatihan kepada anggota kelompok tentang cara menggunakan aplikasi keuangan sederhana seperti excel atau aplikasi akuntansi UMKM (siAPIK). Aplikasi ini dapat digunakan untuk mencatat penjualan, pengeluaran, dan arus kas harian. (2) Penggunaan E-Wallet dan Pembayaran Digital: Menggunakan sistem pembayaran digital seperti e-wallet (GoPay, OVO, dll.) akan mempermudah pencatatan transaksi serta membuka akses untuk konsumen yang lebih muda dan terbiasa dengan metode pembayaran digital.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran dan pencatatan keuangan digital bagi kelompok ekonomi kreatif batik di Desa Srowot telah memberikan hasil yang signifikan serta dampak yang positif terhadap penguatan kapasitas usaha masyarakat. Kegiatan ini melibatkan berbagai pihak yang berkontribusi dalam proses pemberdayaan, antara lain tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto, kelompok pengrajin batik Desa Srowot yang dipimpin oleh Ibu Karti, serta Pemerintah Desa Srowot yang mendukung penuh jalannya program. Keterlibatan aktif seluruh elemen ini menjadi kunci keberhasilan dalam proses transfer ilmu dan pelatihan.

Proses pelatihan dilaksanakan secara langsung pada pertengahan Februari 2024, dimulai dengan pemetaan kebutuhan mitra dan dilanjutkan dengan sesi pelatihan interaktif. Materi yang diberikan mencakup strategi pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta pengenalan platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Selain itu, peserta juga dibekali kemampuan dasar pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi excel, dengan simulasi langsung pencatatan transaksi harian. Pendekatan pelatihan dilakukan secara aplikatif dan partisipatif, agar peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga

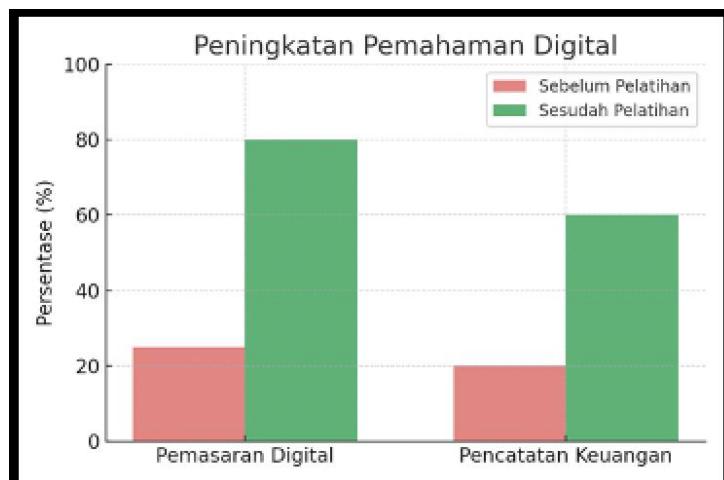
mampu langsung mempraktikkannya. Respon yang diberikan oleh masyarakat, khususnya kelompok batik, sangat antusias. Mereka menunjukkan minat tinggi untuk belajar, meskipun sebagian masih menghadapi tantangan dalam hal penggunaan teknologi. Pemerintah Desa Srowot juga memberikan dukungan luar biasa, baik dalam bentuk penyediaan fasilitas, keikutsertaan dalam pelatihan, hingga penguatan komitmen keberlanjutan program. Pemerintah desa menilai kegiatan ini sejalan dengan upaya mereka dalam melestarikan batik sebagai identitas budaya lokal serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

Setelah pelatihan, sebagian besar peserta mulai mengaplikasikan ilmu yang diperoleh. Beberapa anggota kelompok telah membuat akun media sosial untuk bisnis mereka, dan mulai mengunggah foto-foto produk batik serta menjalin interaksi dengan calon pembeli. Strategi branding juga mulai diterapkan melalui penggunaan logo dan desain kemasan produk yang lebih menarik. Dalam hal pencatatan keuangan, beberapa anggota telah mencatat transaksi harian secara digital, dan mulai memahami pentingnya laporan keuangan sederhana untuk mengevaluasi kondisi usaha.

Kebermanfaatan dari kegiatan ini tidak hanya dirasakan dalam aspek pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mulai tampak dalam bentuk peningkatan potensi pendapatan. Meskipun dampak ekonomi secara kuantitatif masih perlu pemantauan lebih lanjut, beberapa pengrajin menyampaikan bahwa setelah mulai melakukan promosi secara daring, jumlah pesanan mulai meningkat, termasuk dari luar wilayah desa. Dalam jangka panjang, program ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan kelompok secara berkelanjutan, serta menumbuhkan semangat berwirausaha digital yang adaptif di tengah perkembangan teknologi. Kegiatan ini juga telah membuka peluang bagi kolaborasi lebih lanjut antara akademisi, masyarakat, dan pemerintah desa dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Dengan pendampingan yang berkelanjutan, transformasi digital kelompok batik Desa Srowot diharapkan dapat menjadi model praktik baik pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis inovasi dan budaya.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan pencatatan keuangan secara digital dan pemasaran digital, dapat dijelaskan melalui tabel dibawah ini:

Tabel 1. Grafik peningkatan keterampilan pemahaman digital



Grafik diatas menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman digital peserta setelah pelatihan: pemasaran digital naik dari 30% menjadi 80%, dan pencatatan keuangan dari 25% ke 60%. Ini mengindikasikan pelatihan efektif dalam meningkatkan literasi digital, yang berdampak positif pada efisiensi usaha dan perluasan jangkauan pasar. Implikasinya, kelompok batik lebih siap bersaing di pasar digital dan memiliki kontrol keuangan yang lebih baik secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pelatihan pemasaran dan pencatatan keuangan digital kepada kelompok pengrajin batik di Desa Srowot terbukti mampu meningkatkan kapasitas digital peserta, terutama dalam pemanfaatan media sosial dan aplikasi pencatatan keuangan. Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan dalam kedua aspek tersebut, yang secara langsung memperkuat kesiapan kelompok untuk bersaing di pasar digital dan mengelola keuangan usaha secara lebih efisien. Penerapan strategi branding serta penggunaan platform marketplace juga mulai dilakukan oleh sebagian peserta, meskipun masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan perangkat dan akses internet. Oleh karena itu, pelatihan ini secara nyata menjawab tujuan pengabdian untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha batik melalui transformasi digital. Sebagai tindak lanjut, disarankan agar pendampingan tetap dilakukan secara berkelanjutan guna mengatasi kendala teknis dan menjaga konsistensi implementasi digital. Pemerintah desa dan institusi pendidikan tinggi diharapkan dapat terus berkolaborasi untuk menyediakan sumber daya, materi pelatihan yang mudah diakses, serta membangun ekosistem pembelajaran adaptif berbasis komunitas. Penelitian mendatang disarankan untuk mengevaluasi dampak ekonomi secara kuantitatif dan menelusuri pendekatan digital yang paling efektif berdasarkan karakteristik lokal masing-

masing UMKM, dengan tetap mempertimbangkan keterbatasan sumber daya teknologi di tingkat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada RISETMU PP Muhammadiyah sebagai pihak penyandang dana yang telah memberikan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas fasilitas, dukungan kelembagaan, serta keterlibatan dosen dan mahasiswa yang telah berkontribusi secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Bantuan, kolaborasi, dan semangat gotong royong dari seluruh pihak sangat berarti dalam menyukseskan program ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Srowot dan menjadi inspirasi bagi program pengabdian lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47–65.
- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran media sosial bagi penguatan bisnis UMKM di Kota Serang Banten. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2), 130–145.
- Aryani, Y. A., Jauhari, H., & Ismail, R. B. (2023). A financial record practice for small and medium enterprises: A comparative study of Malaysia and Indonesia. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/374929888>
- Baharsyah, S., Septia, R. B., Nurhasan, Hasanudin, R. M., Tugiman, D., Atmaja, D. M. U., & Hakim, A. R. (2024). Pelatihan digital marketing dan manajemen kewirausahaan pada siswa SMK PGRI Citeureup Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Medika Suherman*, 3(2), 1–10.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan keuangan bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 1(1), 1–10.
- Gosal, G. G., & Nainggolan, R. (2023). The influence of digital financial literacy on Indonesian SMEs' financial behavior and financial well-being. *International Journal of Professional Business Review*, 8(12), 01–13. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i12.2439>
- Haryono, S., & Wulandari, E. (2023). Strategi digitalisasi usaha mikro berbasis kearifan lokal. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan*, 5(1), 22–31.

- Kurniawan, D., & Setiawati, M. (2023). Digitalisasi pembukuan dan dampaknya terhadap ketahanan finansial UMKM. *Jurnal Keuangan dan UMKM Indonesia*, 7(1), 55–64.
- Lathifah, D. (2024). Optimalisasi pengelolaan keuangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan di Angkringan Kasih Sayang. *Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 19–29.
- Mukromiin, R. K., Winarni, D., & Auliya, Z. F. (2024). Budaya batik dan seni karawitan sebagai upaya. *Prosiding Seminar Nasional Seni dan Budaya*, 7, 3029–3036.
- Mustikasari, Y., & Noviardy, A. (2020). Pengaruh financial technology dalam meningkatkan literasi keuangan usaha mikro kecil dan menengah Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 147–156.
- Oktaviani, A., & Herawaty, V. (2022). Pelatihan pengelolaan keuangan UMKM bagi pengusaha DUIT. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(1), 11–19.
- Santoso, R., & Nurhidayat, A. (2023). Peran perguruan tinggi dalam akselerasi UMKM digital: Studi kasus kolaboratif. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Digital*, 4(2), 88–97.
- Sari, D. M., & Prasetyo, A. (2023). The effect of digital marketing capability against marketing performance of batik SMEs. *Proceeding on Political and Social Science Series*, 1(1), 166–173.
- Widiastuti, A., & Prasetyo, B. (2023). Komunitas digital sebagai katalisator transformasi usaha mikro. *Jurnal Literasi Digital dan Pengabdian*, 2(1), 40–52.
- Winarni, D., Arofah, R. U., & Zamakhsyari, L. (2025). Digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan aplikasi SI APIK bagi kelompok UMKM Pande Besi di Kabupaten Banyumas. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 12–19.
- Yanto, M., Chartady, R., Munaf, T., Febrianta, R., Irawan, A. C., & Rahmayani, D. (2024). Pelatihan pembukuan sederhana dan menggunakan aplikasi SI APIK pada UMKM Desa Lancang Kuning. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), 1–10.