

Pendekatan Strategi dalam Promosi dan Pengelolaan Usaha UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Warung Oma Abang di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki Pekanbaru

**Nur Fitriana¹, Dinda Ramadhani², Mazaya Dhia Hanifa³
Remia Siahaan⁴, Della Pratiwi Gercya⁵, Najla Zahrani Raudatunisha⁶**

¹ *Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia*

*Korespondensi : 240301002@student.umri.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan segmen ekonomi yang signifikan; Namun, banyak entitas dalam sektor ini terus menghadapi tantangan yang berkaitan dengan manajemen bisnis dan strategi pemasaran. Warung Oma Abang berfungsi sebagai ilustrasi terkait UMKM kuliner yang telah menghadapi segudang masalah, termasuk tidak adanya pendaftaran di Google Maps, kegiatan promosi yang tidak memadai, kurangnya katalog menu, ketergantungan pada dokumentasi transaksi manual, dan tidak tersedianya opsi pembayaran digital seperti QRIS. Tujuan utama dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan visibilitas dan kemandirian operasional Warung Oma Abang ini melalui pendampingan komprehensif. Metodologi yang digunakan meliputi identifikasi masalah, perumusan solusi strategis, dan implementasi langsung dalam pengaturan praktis. Upaya pendampingan melibatkan pendaftaran di Google Maps, katalog menu, membuat spanduk promosi, mengelola akun Instagram sebagai platform untuk promosi, mengalihkan catatan keuangan ke kerangka digital yang disederhanakan, dan memfasilitasi proses pendaftaran QRIS. Hasil dari inisiatif ini menunjukkan peningkatan visibilitas online, peningkatan aksesibilitas bagi pelanggan ke menu, peningkatan daya tarik estetika, serta peningkatan efisiensi dalam dokumentasi keuangan dan modalitas pembayaran. Sebagai kesimpulan, pendampingan yang menggunakan metodologi praktis dan terfokus dapat secara signifikan membantu UMKM dalam mengatasi tantangan operasional dan memperluas jangkauan pelanggan mereka.

Kata kunci: UMKM, Promosi Usaha, Pengelolaan Usaha

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) constitute a significant segment of the economy; however, many entities in this sector continue to face challenges related to business management and marketing strategies. Warung Oma Abang serves as an illustration of a culinary MSME that has faced a myriad of issues, including no registration on Google Maps, inadequate promotional activities, lack of a menu catalog, reliance on manual transaction documentation, and unavailability of digital payment options such as QRIS. The primary objective of this initiative was to improve the visibility and operational efficacy of Warung Oma Abang through comprehensive mentoring. The methodology used included problem identification, formulation of strategic solutions, and direct implementation in a practical setting. The mentoring effort involved registration on Google Maps, a menu catalog, creating promotional banners, managing an Instagram account as a platform for promotions, shifting financial records to a simplified digital framework, and facilitating the QRIS registration process. The results of this initiative showed increased online visibility, increased customer accessibility to the menu, improved aesthetic appeal, and increased efficiency in financial documentation and payment modalities. In conclusion, mentoring that uses a practical and focused methodology can significantly assist MSMEs in overcoming operational challenges and expanding their customer reach.

Keywords: MSMEs, Business Promotion, Business Management

Submit: Mei 2025

Diterima: Mei 2025

Publish: Mei 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi yang berfungsi dalam skala sederhana dan diatur secara mandiri oleh individu, unit keluarga, atau kolektif masyarakat. Meskipun beroperasi dalam kerangka terbatas dan prevalensinya yang luas, UMKM memainkan peran penting dalam lanskap Ekonomi Nasional. Signifikansi mereka dibutuhkan dengan kapasitas untuk menghasilkan banyak peluang kerja dan kontribusi penting mereka terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)(Purba, 2019).

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang posisi penting dalam kerangka Ekonomi Nasional, menyumbang sekitar 60% dari keseluruhan kegiatan ekonomi. Keunggulan ini menjadikan UMKM sebagai katalis utama untuk peningkatan cadangan devisa negara. Akibatnya, pemeriksaan komprehensif evolusi UKM sangat penting, terutama dalam kerangka inisiatif yang bertujuan untuk memperkuat Ekonomi Nasional (Ramadhana, 2023).

Dalam lingkungan dinamika global yang terus berubah, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharuskan untuk terus meningkatkan kemampuan beradaptasi dan responsif mereka. Dengan tidak adanya kapasitas ini, kelangsungan hidup UMKM dapat terganggu. Laju globalisasi yang cepat ditambah dengan Tingkat persaingan yang ketat memaksa UMKM untuk menunjukkan kepekaan terhadap segudang tantangan global. Tantangan tersebut mencakup keharusan mendorong inovasi dalam produk dan layanan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kemampuan teknologi, serta merancang strategi

untuk perluasan penetrasi pasar(Ariesta & Nurhidayah, 2020).

Strategi promosi mencakup serangkaian inisiatif komprehensif yang dibuat dan dilaksanakan dengan cermat oleh praktisi bisnis dengan tujuan memperkenalkan dan memasarkan produk atau layanan kepada konsumen. Dalam menghadapi Tingkat persaingan yang tinggi di sektor pemasaran, pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berusaha untuk menarik perhatian konsumen dengan menerapkan berbagai strategi promosi. Upaya ini merupakan bagian dari strategi untuk mencapai target penjualan yang telat ditentukan sebelumnya. Dengan demikian, penerapan strategi promosi yang efektif menjadi kunci bagi UMKM dalam meningkatkan daya Tarik produk di pasar(Tauhid et al., 2025). Agar strategi promosi mencapai kemanjuran dan presisi yang optimal, pelaksanaannya harus menggabungkan beberapa komponen penting, termasuk penyebaran informasi terkait, fokus pada keunggulan produk, dan budidaya pengaruh yang secara efektif dapat merangsang minat pembelian konsumen. Akibatnya, promosi beroperasi tidak hanya sebagai mekanisme komunikasi, tetapi juga sebagai instrument penting yang berkontribusi pada pembentukan persepsi dan modulasi perilaku pembelian (Amin, 2021).

Bagi praktisi bisnis, dokumentasi keuangan merupakan komponen penting dalam pelaksanaan operasi komersial. Dalam bidang akuntansi, proses dokumentasi ini mencakup serangkaian kegiatan sistematis yang melibatkan pencatatan, kategorisasi, dan penyebaran dengan cermat semua transaksi keuangan yang terjadi. Metodologi ini memungkinkan pemangku kepentingan informasi untuk melakukan analisis menyeluruh dan

pemahaman tentang status fiskal bisnis. Secara bersamaan, akuntansi keuangan berkaitan dengan dokumentasi sistematis dari semua transaksi keuangan yang terjadi sepanjang hidup bisnis. Tujuan utama dari Upaya pembukuan ini adalah untuk memberikan catatan yang tepat dan terorganisir, sehingga memfasilitasi proses evaluasi dan pengambilan Keputusan yang terinformasi (Timur, 2025). Oleh karena itu, penerapan praktik pembukuan yang efektif menjadi kebutuhan mendasar khususnya bagi pelaku usaha mikro seperti Warung Oma Abang, dalam Upayanya meningkatkan efisiensi pengelolaan dan daya saing usaha di Tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan melalui wawancara, studi observasional, dan penilaian Lokasi di Kelurahan Labuh Baru Timur. Tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi:

1. Koordinasi awal: Pada 17 Mei 2025, tim pengabdian mendatangi Warung Oma Abang dan mencari tahu permasalahan yang Tengah dihadapinya, yaitu kesulitan pengelolaan keuangan, promosi, dan aksesibilitas.

2. Persiapan: Setelah permasalahan teridentifikasi, tim Menyusun Solusi dan mencari informasi yang dibutuhkan, seperti penggunaan Software BizPro, Pendaftaran GoFood, Google Maps, Pembuatan Spanduk, Pembuatan katalog menu, pembuatan Qris.

3. Pelaksanaan: Pada 5 Juni 2025, tim turun langsung ke Warung Oma Abang. Di sana kami mengajarkan pengelolaan keuangan menggunakan Software BizPro, mengajarkan cara penggunaan aplikasi GoFood, dan cara penerimaan pesanan secara online, dan

juga mengoptimalkan tampilan warung melalui pembuatan spanduk dan katalog menu.

Semoga program ini dapat menjadikan katalisator bagi kemajuan UMKM Kelurahan Labuh Baru Timur dan dapat berkontribusi dalam membangun perekonomian Kelurahan yang lebih maju dan berdaya saing. Sehingga tercipta dampak positif bagi Masyarakat Kelurahan Labuh Baru Timur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 berkaitan dengan peraturan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Tujuan utama dari undang-undang ini adalah untuk membangun kerangka kerja yang seimbang, berkembang dan merata bagi perekonomian nasional, sekaligus mendorong dan meningkatkan kapasitas UMKM untuk berkembang menjadi entitas yang tangguh dan berkelanjutan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008).

Peran usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat penting dalam mendukung perekonomian menjadikannya sektor yang diharapkan oleh setiap negara. Sumbangsih UMKM yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional berkontribusi pada pencapaian tujuan Pembangunan, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, keberadaan UMKM memiliki peranan yang krusial dalam konteks pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Al Farisi et al., 2022). Selain itu, UMKM memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja, yang selanjutnya membantu dalam pengurangan Tingkat pengangguran di Masyarakat (Halim, 2020). Di Tengah transformasi ekonomi

digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai tantangan yang cukup rumit dalam usaha mereka untuk meningkatkan kinerja dan daya saing (Lestari et al., 2025). Kesulitan ini juga terlihat di Warung Oma Abang, sebuah usaha kuliner local yang terletak di Kelurahan Labuh Baru Timur, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru.

Warung Oma Abang terutama bergantung pada Teknik pemasaran konvensional, seperti reverensi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung, tanpa pemanfaatan media digital yang menguntungkan. Ketidacukupan Upaya promosi melalui platform media sosial, tidak adanya daftar Lokasi bisnis di Google Maps, kurangnya katalog menu yang menarik, disamping tidak adanya system pembayaran tanpa uang tunai seperti Qris, merupakan hambatan utama yang menghambat ekspansi pasar. Selain itu, dokumentasi keuangan yang masih dilakukan secara manual menghadirkan tantangan yang signifikan bagi pemilik bisnis dalam menilai kinerja keuangan secara sistematis.

Untuk Menyusun strategi pengembangan bisnis yang relevan untuk Warung Oma Abang, sangat penting untuk melakukan penilaian observasional langsung dan melakukan wawancara komprehensif dengan pemilik warung. Pendekatan metodologis ini memungkinkan identifikasi informasi penting secara menyeluruh, termasuk konteks histori pendirian, strategi promosi yang digunakan sebelumnya, dan tantangan operasional yang dihadapi. Pertanyaan mengenai demografi target, metodologi penetapan harga dan strategi layanan pelanggan juga dapat menjelaskan pemahaman yang lebih jelas tentang

posisi warung dalam konteks pasar lokal.

Temuan yang diperoleh dari metodologi berbasis observasional dan wawancara tersebut akan berfungsi sebagai dasar dasar untuk merumuskan strategi yang sesuai, termasuk adopsi pemasaran digital melalui media social, peningkatan identitas visual bisnis (misalnya, spanduk dan katalog menu), pemasaran Lokasi bisnis di platform digital, Bersama dengan digitalisasi pencatatan dan proses pembayaran. Dengan pendekatan yang terfokus secara strategis, Warung Oma Abang memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing dan memperluas kehadiran pasarnya di tengah meingkatnya persaingan yang dihadapi UMKM kuliner.

Obsevasi yang dilakukan di UMKM Warung Oma Abang menghasilkan sejumlah temuan penting mengenai pengelolaan usaha, kualitas pelayanan, dan potensi pengembangan warung.

- 1) Belum tersedia spanduk sebagai identitas usaha, sehingga warung kurang menarik perhatian dan sulit dikenali oleh calon pelanggan
- 2) Belum terdaftar di Google Maps, sehingga warung sulit di temukan oleh pelanggan baru atau orang yang mencari tempat makan sekitar.
- 3) Belum terdaftar di aplikasi layanan pesan antar, sehingga tidak mencakup pembeli yang ingin belanja tanpa keluar rumah atau pembeli dengan kondisi rumah jauh.
- 4) Promosi masih sangat terbatas, hanya mengandalkan dari mulut kemulut, belum memanfaatkan media sosial secara optimal.
- 5) Tidak memiliki katalog menu yang rapi, sehingga pelanggan

- kesulitan mengetahui pilihan makanan yang tersedia
- 6) Pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual, sehingga menyulitkan pemilik melacak pemasukan.
 - 7) Belum tersedia metode pembayaran digital seperti Qris yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan di era sekarang.

Sebagai kelanjutan dari proses identifikasi terhadap permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, tim pelaksana mulai menerapkan serangkaian strategi yang dirancang secara sistematis dan bertahap. Langkah-langkah ini difokuskan untuk memberikan Solusi yang relevan serta adaptif terhadap kondisi yang dihadapi, dengan tetap mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan karakteristik usaha yang bersangkutan.

1. Pemasangan Spanduk Sebagai Identitas Visual Warung Oma Abang



Gambar 1. Tampilan Spanduk identitas Warung Oma Abang sebagai Upaya meningkatkan daya Tarik dan kemudahan pengenalan usaha

Sebagai Upaya untuk memperkuat identitas Visual dan meningkatkan daya Tarik usaha, tim pelaksana melakukan pendampingan dalam proses

perancangan dan pemasangan spanduk. Dalam rangka kegiatan ini, spanduk dirancang dengan menampilkan nama warung secara jelas, serta dilengkapi elemen visual yang menarik dan mencerminkan citra usaha. Dengan adanya spanduk sebagai penanda fisik, diharapkan peluang bagi warung untuk dikenang oleh Masyarakat sekitar, sekaligus menarik perhatian calon pelanggan di area tersebut.

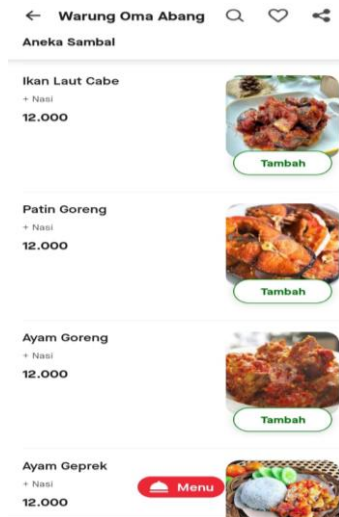
2. Pendaftaran Warung Oma Abang di Google Maps



Gambar 2. Tampilan Google Maps setelah terdaftar

Dalam Upaya meningkatkan visibilitas warung, tim telah terlibat dalam pendampingan yang berkaitan dengan pendaftaran warung di platform Google Maps proses ini mencakup penyediaan informasi penting termasuk nama warung dan jam operasional. Dengan menerapkan inisiatif ini, kehadiran warung menjadi lebih mudah diakses oleh calon pelanggan melalui mekanisme pencarian online.

3. Pendaftaran Warung Oma Abang ke platform pesan antar dan penyusunan panduan menu digital



Gambar 3. Hasil Pendampingan berupa tampilan Warung Oma Abang yang telah aktif di layanan GoFood

Sebagai bagian dari strategi untuk memperluas akses pasar secara digital, tim pelaksana memberikan pendampingan kepada Warung Oma Abang dalam proses pendaftaran sebagai mitra di Platform layanan pesan antar GoFood (Gojek). Kegiatan ini meliputi perancangan menu digital yang disertai dengan informasi harga serta dokumentasi visual produk. Selain itu, fitur pemesanan online diaktifkan untuk meningkatkan kemudahan akses bagi konsumen. Dengan pelaksanaan Langkah Langkah ini, warung tersebut berpotensi untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas melalui sistem pemesanan berbasis aplikasi.

4. Pendampingan Pengelolaan Akun Instagram dan Pembuatan Konten Digital



Gambar 4. Tampilan Akun Instagram Warung Oma Abang yang telah diaktifkan dan dikelola sebagai bagian dari strategi promosi digital.

Dalam rangka mendukung promosi digital, tim pelaksana memberikan pendampingan kepada Warung Oma Abang dalam pembuatan dan pengelolaan akun Instagram. Pendampingan ini mencakup pengisian informasi profile usaha, perancangan konten promosi, serta pelatihan teknis untuk pembuatan dan pengunggahan konten visual yang menarik. Dengan memanfaatkan media social ini, diharapkan warung dapat membangun citra profesional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi daring dengan calon konsumen. Akun Instagram ini juga berfungsi sebagai sarana promosi yang efisien dalam mendukung pertumbuhan usaha di era digital.

5. Penyusunan Menu Terstruktur untuk Memudahkan Pelanggan dalam Mengetahui Pilihan Hidangan



Gambar 5. Tampilan Desain daftar menu Warung Oma Abang yang disusun secara rapi dan menarik untuk memudahkan pelanggan melihat pilihan makanan dan minuman yang tersedia

Untuk meningkatkan akses informasi bagi pelanggan, tim pelaksana mendampingi Warung Oma Abang dalam Menyusun daftar menu yang sistematis dan mudah dipahami. Pendampingan ini mencakup penataan nama hidangan, penyesuaian harga, serta penambahan deskripsi singkat dan elemen visual yang mendukung keterbacaan. Dengan menu yang terstruktur, pelanggan dapat lebih mudah mengenali pilihan makanan, sekaligus memperkuat citra usaha professional dan teratur.

6. Penerapan Aplikasi BizPro sebagai Solusi pencatatan Transaksi yang Efisien



Gambar 6. Pendampingan Penggunaan Aplikasi BizPro Kepada Pemilik Warung Oma Abang

Tim pelaksana memberikan bantuan kepada Warung Oma Abang dalam pencatatan transaksi harian melalui penggunaan aplikasi BizPro. Pemilik usaha mendapatkan pelatihan mengenai cara memasukkan data serta memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut. Dengan demikian, pencatatan keuangan menjadi lebih teratur dan mudah untuk dipantau, yang memungkinkan penyusunan laporan keuangan secara berkala dan pengelolaan usaha yang lebih tertib.

7. Penerapan QRIS dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas transaksi



Gambar 7. Tampilan QRIS Warung Oma Abang sebagai sarana pendukung pembayaran digital untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan transaksi bagi pelanggan

Dalam Upaya mendukung penerapan metode pembayaran non tunai, tim pelaksana memberikan pendampingan kepada Warung Oma Abang dalam mengimplementasikan sistem QRIS. Proses ini tidak hanya bertujuan untuk memfasilitasi transaksi dengan cara yang tepat, aman, dan efisien, tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Diharapkan, kehadiran QRIS dapat meningkatkan kualitas layanan, mempercepat proses transaksi harian, serta membangun citra warung sebagai usaha yang responsive terhadap kemajuan teknologi di sektor perdagangan.

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat yang mengangkat judul “Pendekatan Strategi dalam Pengelolaan Usaha UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Warung Oma Abang di Kelurahan Labuh Baruh Timur, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru” menunjukkan hasil yang konstruktif dan memberikan dampak langsung terhadap pengembangan usaha. Kegiatan ini dirancang sebagai respon terhadap sebagai respon terhadap sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh Warung Oma Abang, khususnya terkait keterbatasan strategi promosi, belum optimalnya pencatatan keuangan, serta belum diterapkannya sistem pembayaran digital.

a) Peningkatan literasi promosi digital: Setelah mengikuti pelatihan yang difasilitasi oleh tim pelaksana, pemilik usaha, Ibu Elismiyati, menunjukkan peningkatan pemahaman dalam aspek promosi berbasis digital. Ia mulai mampu memanfaatkan media social sebagai

sarana promosi dengan membuat konten yang menarik dan informatif. Selain itu, strategi komunikasi visual melalui foto makanan dan narasi promosi turut membantu dalam menarik minat konsumen, terutama generasi muda.

- b) Kehadiran Warung Oma Abang di Platform Digital: Sebagai Upaya untuk memperluas jangkauan pasar, Warung Oma Abang didaftarkan secara resmi di Platform Google Maps. Langkah ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menemukan Lokasi warung melalui pencarian online, sekaligus meningkatkan kredibilitas usaha. Upaya ini juga membuka peluang untuk berintegrasi dengan layanan pesan antar
- c) Perbaikan Sistem Pencatatan Keuangan: Pelatihan Manajemen Keuangan sederhana yang diberikan turut membekali Ibu Elismiyati dengan kemampuan dasar pencatatan kas harian. Kini, transaksi usaha dapat didokumentasikan secara sistematis, sehingga memudahkan dalam evaluasi pendapatan, pengeluaran, serta pengambilan Keputusan berbasis data keuangan yang lebih akurat.
- d) Implementasi sistem pembayaran non tunai: Sebagai bentuk adaptasi terhadap kebiasaan transaksi konsumen masa kini, sistem pembayaran digital berbasis QRIS telah diterapkan di Warung Oma Abang. Inovasi ini mendukung peningkatan kenyamanan dalam bertransaksi dan mendorong profesionalisme pengelolaan usaha secara lebih modern.
- e) Peningkatan Daya Saing dan Peluang Pertumbuhan: Dengan strategi promosi yang lebih tepat sasaran, peningkatan tampilan fisik

warung, dan kehadiran platform digital, Warung Oma Abang kini memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dengan pelaku usaha sejenis disekitarnya. Meskipun dampak peningkatan terhadap omset belum dapat dikalkulasi secara kuantitatif secara langsung, terdapat tren positif berupa peningkatan kunjungan pelanggan serta lebih tingginya frekuensi transaksi dibandingkan sebelum program dilakukan.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha Warung Oma Abang. Intervensi yang dilakukan tidak hanya memperkuat aspek promosi dan manajemen, tetapi juga membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang relevan untuk mempertahankan dan mengembangkan daya saing usahanya ditengah tantangan pasar yang terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Ibu Elismiaty selaku pemilik Warung Oma Abang, atas kepercayaan dan keterbukaannya dalam menerima kami untuk terlibat dalam proses pengembangan usaha melalui kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini. Kesediaan beliau memberikan ruang bagi kami untuk berkontribusi telah menjadi pengalaman yang sangat berarti.

Keterlibatan langsung dalam kegiatan ini memberikan kesempatan berharga bagi kami untuk menerapkan pengetahuan akademik di lingkungan usaha yang nyata, sekaligus memahami tantangan serta potensi yang dihadapi pelaku UMKM di lapangan.

Kami berharap, kolaborasi yang telah terjalin Bersama Warung Oma Abang dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan usaha, serta menjadi bagian dari upaya memperkuat daya saing UMKM di Kota Pekanbaru dan sekitarnya.

REFERENSI

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amin, M. A. (2021). Dampak Kecanduan Game Online Terhadap Akhlak Siswa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 6(3), 156–162. <https://doi.org/10.24815/jimps.v6i3.24699>
- Ariesta, C., & Nurhidayah, F. (2020). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan Neraca Berbasis SAK-ETAP Pada UMKM. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 194–203. <https://doi.org/10.37932/ja.v9i2.142>
- Halim, A. (2020). Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–158.
- Lestari, S., Nurhasan, R., Roji, F. F., Ekonomi, F., & Garut, U. (2025). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi) PERAN PENERAPAN MODEL UTAUT (UNITED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) PADA UMKM*. 9(1), 710–727.
- Purba, M. A. (2019). Analisis Penerapan

- Sak Emkm Pada Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 55–63.
<https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1219>
- Ramadhana, W. (2023). Pengaturan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Keadilan Ekonomi. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 13(2), 252–265.
<https://doi.org/10.15642/maliyah.2023.13.2.252-265>
- Tauhid, K., Juwita, S., Mustika, N., Gemina, D., & Djuanda, U. (2025). Penerapan bauran promosi pada umkm seblak bondol kabupaten sukabumi. 4, 854–862.
- Timur, I. (2025). *Pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tenun Sarung Sambu' Khas Kabupaten Mamasa*. 11, 305–312.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.