

DIGITALISASI KEUANGAN, PENGEMBANGAN SDM, DAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA ARJUNA BAKERY

Efi Laila Maghfiroh ¹⁾, Rizki Amalia Putri ²⁾, Iftita Dewi Karisma ³⁾, Rizky Wahyudha Rosiawan ⁴⁾
Universitas Muhammadiyah Lamongan ^{1), 2), 3), 4)}
Email: efilaila82@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Arjuna Bakery dengan menerapkan digitalisasi keuangan, meningkatkan Sumber Daya Manusia, dan mengoptimalkan strategi pemasaran online. Pendekatan partisipatif dan deskriptif kualitatif digunakan untuk melaksanakan kegiatan di Desa Sanur, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan. Observasi awal, wawancara, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi penerapan program. Pendampingan difokuskan pada penggunaan pencatatan keuangan berbasis digital menggunakan Microsoft Excel, pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi, serta penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Flowchart alur produksi. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur, pemanfaatan media sosial secara lebih optimal untuk promosi produk, serta penataan manajemen operasional dan pembagian tugas menjadi jelas. Digitalisasi pencatatan keuangan membantu mitra memantau kondisi bisnis secara lebih akurat, sementara strategi pemasaran online meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas. Secara keseluruhan, kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM Arjuna Bakery dan mendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan di era digital.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi keuangan, pemasaran online, pengembangan SDM, pengabdian masyarakat

FINANCIAL DIGITILIZATION, HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT, AND MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION IN ARJUNA ONLINE STORE

Abstract

This community service program aims to improve the performance and competitiveness of Arjuna Bakery MSMEs by implementing financial digitization, improving Human Resources, and optimizing online marketing strategies. A participatory and qualitative descriptive approach was used to implement the program in Sabur Village, Tikung District, Lamongan Regency. Initial observations, interviews, training, mentoring, and evaluation of program implementation were conducted. The mentoring focused on the use of digital-based financial records using Microsoft Excel, managing social media as a promotional tool, and developing Standard Operating Procedures (SOPs) and production flowcharts. The results of this activity showed an increase in partners' understanding and skills in more structured financial management, more optimal use of social media for product promotion, and clearer operational management and task allocation. The digitalization of financial records helped partners monitor business conditions more accurately, while online marketing strategies increased market reach and increased visibility. Overall, this activity was effective in increasing the capacity of Arjuna Bakery MSMEs and supporting more professional and sustainable business management in the digital era

Keywords: MSMEs, financial digitalization, online marketing, human resource development, community service

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor UMKM merupakan pilar utama perekonomian di Indonesia, menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara. UMKM adalah komponen penting perekonomian dan berdampak pada masyarakat dalam hal mengurangi kemiskinan dan mendorong inklusi keuangan. Dari sudut pandang ekonomi, keberadaan UMKM sangat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Roudhotun et al., 2024).

Menurut Badan Pusat Statistik, terdapat ada tanda-tanda pemulihan ekonomi meskipun pertumbuhan sempat menurun sebesar 2,07% pada tahun 2020. Dalam kondisi tersebut, UMKM tetap menunjukkan peran strategis sebagai penggerak ekonomi nasional. Selain menciptakan lapangan kerja, UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Secara internasional, UMKM juga dipandang sebagai katalisator utama pertumbuhan ekonomi serta sumber inovasi yang berkelanjutan (Rahmawati et al., 2024)

Meskipun memberikan kontribusi yang signifikan, UMKM terus menghadapi berbagai tantangan mendasar. Rendahnya literasi keuangan dan terbatasnya akses terhadap teknik pemasaran modern merupakan dua tantangan terbesar. Banyak UMKM memiliki prosedur akuntansi yang tidak memadai, yang membuat manajemen keuangan mereka kurang efektif. Kondisi ini menyulitkan keputusan bisnis secara tepat menjadi sulit karena laporan keuangan belum disusun secara sistematis. Selain itu, rendahnya pemanfaatan teknologi informasi menyebabkan produk UMKM kurang kompetitif di tengah pasar yang semakin terdigitalisasi (M. A. Setyawan et al., 2025).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, UMKM didorong untuk mengadopsi strategi digital marketing sebagai sarana promosi yang lebih efektif dan efisien. Digitalisasi memiliki peran penting dalam memperkuat pemasaran UMKM karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan daya tarik produk atau layanan yang ditawarkan. Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen interaksi yang terbangun melalui media digital berpotensi meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Mutttaqin et al., 2024).

Dengan pesatnya kemajuan dalam bidang informasi dan komunikasi, strategi pemasaran digital telah menjadi bagian penting dari pemasaran produk dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) lokal yang didukung oleh ekonomi kerakyatan memiliki

kemampuan untuk meningkatkan ekonomi lokal sekaligus memberikan lapangan kerja kepada orang-orang yang membutuhkannya mengatasi masalah pengangguran di pedesaan. Di pasar yang semakin kompetitif, UMKM harus terus berinovasi untuk tetap hidup dan memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan (Roqybah et al., 2025)

Salah satu dampak signifikan dari digitalisasi adalah peningkatan efisiensi operasional. Bisnis yang memanfaatkan internet, atau bisnis online, memiliki peluang yang sangat luas dan besar karena semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet untuk mengembangkan usahanya. Bagi UMKM yang ingin memperluas jaringan pemasaran nasional dan internasional, pemasaran digital adalah pilihan terbaik. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi produk secara online dari pemasaran digital, yang memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan tanpa terikat waktu atau Lokasi (Pitaloka & Feriady, 2023).

UMKM Arjuna Bakery, meskipun memiliki potensi besar dengan produk roti dan kue yang digemari serta cita rasa kompetitif, menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usahanya. Kendali tersebut meliputi belum adanya sistem pengelolaan keuangan berbasis digital yang efektif sehingga laporan keuangan masih manual dan kurang terstruktur, promosi melalui media sosial yang belum optimal akibat keterbatasan waktu dan kemampuan pembuatan konten digital, serta pengembangan sumber daya manusia yang masih terbatas pada keterampilan teknis tanpa pelatihan digitalisasi dan manajemen usaha modern.

Strategi pendampingan transformasi digital dipilih karena dianggap paling relevan dan memenuhi kebutuhan mitra. Transformasi digital ini mencakup penerapan sistem pengelolaan keuangan berbasis digital, optimalisasi promosi melalui media digital, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk menghadapi perkembangan teknologi dan persaingan bisnis. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kinerja UMKM Arjuna Bakery dengan memperkuat pengelolaan keuangan berbasis digital, mengembangkan strategi promosi online yang lebih efektif, dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha modern. Diharapkan kegiatan ini akan memungkinkan UMKM Arjuna Bakery untuk meningkatkan efisiensi operasionalnya.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pendampingan UMKM untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui penerapan digitalisasi dan penguatan manajemen. UMKM Arjuna Bakery beroperasi di Desa Sanur, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, dan memproduksi roti dan kue. Ini adalah pelaksana program pengabdian. Kegiatan ini ditujukan untuk pemilik bisnis dan karyawan yang langsung terlibat dalam operasional. Dan berlangsung selama tiga bulan, dari bulan Oktober hingga bulan Desember 2025.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan deskriptif kualitatif yang diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan usaha. Berdasarkan hasil yang ditemukan, program pendampingan dirancang dan dilaksanakan. Program ini mencakup meningkatkan pemasaran digital, menerapkan pencatatan keuangan digital dengan Microsoft Excel, dan mengatur manajemen operasional (SOP) dan Flowchart alur produksi. Tahap akhir kegiatan dilakukan evaluasi dan monitoring untuk menilai tingkat penerapan hasil pendampingan. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha menjadi lebih efisien dan bahwa UMKM lebih siap untuk bersaing dengan persaingan di era digital.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam rangka pemenuhan Mata Kuliah Interprofessional Education (IPE) oleh mahasiswa Program Studi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan. Kegiatan ini berfokus pada pendampingan UMKM Arjuna Bakery dalam upaya meningkatkan daya saing usaha di era digital. Pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi masalah mitra, perencanaan solusi, pelaksanaan pendampingan, dan evaluasi hasil adalah semua

bagian dari pelaksanaan kegiatan. Digitalisasi pencatatan keuangan, pengembangan SDM dan manajemen operasional, dan penerapan strategi pemasaran online melalui media sosial. Kegiatan ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan langsung pemilik langsung pemilik dan karyawan UMKM agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata bisnis.

2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam kurun waktu Oktober hingga Desember 2025, dan secara bertahap disesuaikan dengan jadwal operasional mitra untuk tidak mengganggu proses produksi harian. Tempat pengabdian adalah UMKM Arjuna Bakery, yang terletak di Jalan Joto Sanur Desa Sanur RT 02 RW 01 No. 04, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Untuk memastikan hasil yang optimal dan realvan seluruh rangkaian tindakan, mulai dari observasi awal, wawancara, pendampingan, dan evaluasi, dilakukan secara langsung ditempat usaha mitra.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Arjuna Bakery, sebuah Usaha Mikro ini memproduksi roti dan kue, seperti cake, bakery, donat, Pizza, kue basah dan kue kering. UMKM ini dikelola oleh Bapak Didik Nur Hadi dan telah beroperasi sejak tahun 2021. Arjuna Bakery dipilih sebagai mitra karena memiliki potensi bisnis yang sangat besar. Namun, masih ada beberapa tantangan, seperti pemasaran digital yang belum optimal pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual, dan sistem manajemen operasional dan SDM yang belum terstruktur. Pemilik bisnis dan karyawan yang langsung terlibat dalam proses produksi dan operasional harian adalah subjek pengabdian.

4. Prosedur

Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini meliputi pencarian dan penetapan mitra, observasi awal lokasi usaha, serta wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi masalah utama dalam hal pemasaran, keuangan, dan manajemen operasional.

2. Tahap Identifikasi

Permasalahan berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tim mengidentifikasi permasalahan mitra yang meliputi rendahnya pemanfaatan media sosial untuk promosi, pencatatan keuangan belum terdigitalisasi, serta ketiadaan SOP, Flowchart produksi, dan pembagian kerja yang jelas.

3. Tahap pelaksanaan pendampingan

Pelaksanaan pendampingan dilakukan melalui:

- Pelatihan dan dukungan untuk pemasaran digital melalui pembuatan dan manajemen akun media sosial Instagram.
- Pencatatan keuangan digital dengan Microsoft Excel
- Penyampaian materi dan bimbingan untuk manajemen operasional dan sumber daya manusia, termasuk pembuatan SOP, Flowchart pembagian tugas dan penjadwalan kerja.

4. Tahap Evaluasi dan Penyusunan Laporan

Evaluasi dilakukan untuk melihat perubahan dan peningkatan pemahaman mitra setelah pendampingan. Selanjutnya, laporan pengabdian kepada masyarakat dibuat dan didokumentasikan untuk melengkapi pertanggungjawaban akademik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pada UMKM Arjuna Bakery menghasilkan beberapa capaian nyata yang dapat dilihat secara langsung. Hasil ini diperoleh melalui pendekatan partisipatif dalam meningkatkan kapasitas Usaha Mikro di era digital. Kegiatan yang melibatkan pemilik usaha dan tenaga kerja dalam setiap tahapan pendampingan, mulai dari observasi awal, identifikasi, permasalahan, pelatihan, serta pendampingan langsung menunjukkan adanya perubahan bertahap pada aspek pengetahuan keterampilan, dan sistem kerja mitra. Tujuan dari penyajian hasil berikut adalah untuk menunjukkan hasil nyata dari proses pendampingan. Penyajian hasil dan pembahasan berikut mengintegrasikan temuan empiris lapangan dengan analisis konseptual guna menilai efektivitas pendampingan dalam meningkatkan kapasitas UMKM di era digital.

1. Penguatan Pemasaran Digital UMKM Arjuna Bakery

Hasil pendampingan bahwa strategi pemasaran Arjuna Bakery sebelum kegiatan masih berfokus pada promosi dari mulut ke mulut konvensional dan penggunaan WhatsApp yang terbatas. Meskipun mitra memiliki akun media sosial seperti Instagram, platform tersebut belum dikelola dengan baik karena keterbatasan dalam pembuatan konten digital. Media sosial memungkinkan bisnis untuk melakukan pemasaran dimana saja dan kapan saja. Ini memungkinkan bisnis untuk mencapai hubungan yang lebih personal dengan konsumen (Solihin et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar yang sempit dan pengetahuan merek yang lemah tentang produk. Saat ini, kita terbiasa melihat iklan dan promosi di ponsel pintar kita dan melihat peluang besar bagi bisnis platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Hal ini semakin memudahkan bisnis untuk menggunakannya sebagai alat promosi dan penjualan (Bagus et al., 2023).

Melalui pelatihan dan pendampingan, Pelaku usaha mulai memahami konsep dasar pemasaran digital serta peran media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Mitra diperkenalkan pada pembuatan konten promosi sederhana, pengunggahan foto produk, serta pentingnya konsistensi

visual dan pesan pemasaran. Hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM lebih memahami bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai alat perluasan pasar.

Perubahan ini mencerminkan keberhasilan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), dimana pelaku usaha terlibat langsung dalam praktik pengelolaan media sosial. Pendampingan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknik, tetapi juga membangun kepercayaan diri pelaku usaha diperkuat melalui pendampingan, yang merupakan komponen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.



Gambar 2. Pendampingan Design



Gambar 3. Hasil Design



Gambar 4. Media Sosial

2. Pendampingan Digitalisasi Sistem Pencatatan Keuangan Usaha

Pada aspek pengelolaan keuangan, hasil kegiatan menunjukkan peralihan dari pencatatan manual menuju pencatatan keuangan berbasis digital. Sebelum pendampingan, pencatatan keuangan Arjuna Bakery masih dilakukan secara sederhana di buku. Akibatnya, sulit untuk memantau arus kas, laba rugi, dan pengeluaran bisnis secara akurat dan konsisten. Setelah diberikan pelatihan pelaku usaha mulai menggunakan format pencatatan keuangan digital berbasis Microsoft Excel untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, akuntansi digital dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi serta mengurangi kesalahan pembukuan yang disebabkan oleh kesalahan manusia (Yahyasari & As'ari, 2024). Data keuangan mitra menjadi lebih terorganisir, rinci, dan mudah dipahami dengan bantuan sistem ini. Selain itu, mitra mulai menyadari betapa pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan bisnis dari keputusan bisnis. Excel juga memiliki manfaat lain, seperti menghitung, menganalisis, dan menampilkan data dengan instruksi dan format yang lebih mudah disesuaikan (Ayuningtyas & As, 2024).

Pendampingan ini mencakup pelatihan cara menginput data transaksi, mendapatkan pemahaman tentang rumus dan fungsi otomatis, dan menggunakan dokumen Microsoft Excel untuk mempermudah akses data secara real time (Feryansyah, Putri et al., 2025). Dari perspektif manajerial digitalisasi pencatatan keuangan berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan UMKM. Sistem pencatatan yang terorganisir memungkinkan pelaku usaha melakukan evaluasi

kondisi keuangan secara berkala serta merencanakan strategi pengembangan bisnis secara lebih logis dan berkelanjutan.



Gambar 5. Pendampingan Penggunaan Excel



Gambar 6. Tampilan Format Pencatatan Keuangan Digital

3. Penataan Manajemen Operasional dan Sumber Daya Manusia

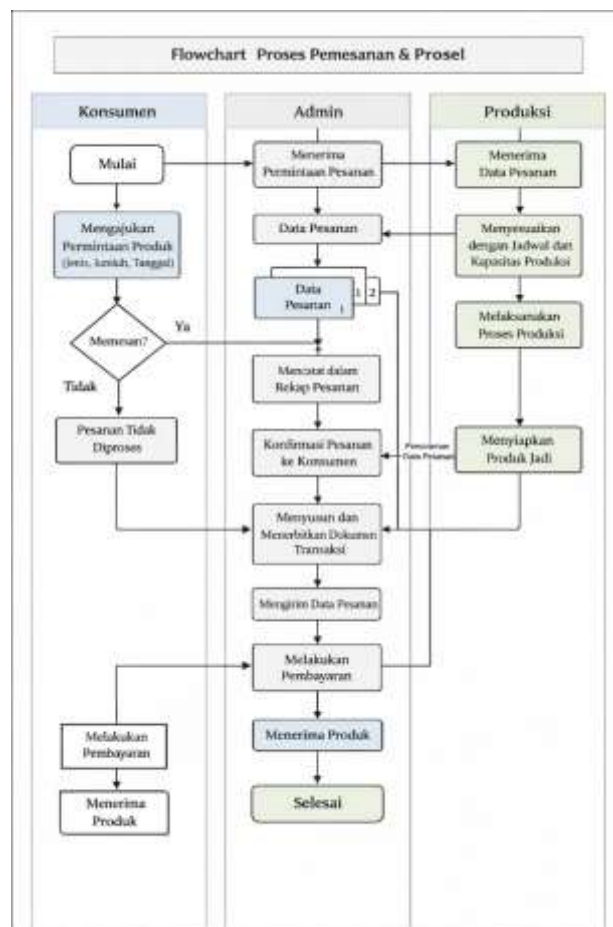
Hasil pendampingan pada aspek sumber daya manusia dan operasional menunjukkan bahwa sebelumnya pembagian tugas, alur kerja produksi, dan penjadwalan kerja selama pendampingan sumber daya manusia dan operasional. Pengelolaan tenaga kerja yang bergantung pada kebiasaan individu dapat menyebabkan hasil yang tidak efisien dan tidak konsisten terutama saat permintaan meningkat.

Melalui pendampingan, tim menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP), flowchart alur produksi serta penjadwalan kerja yang disesuaikan dengan kapasitas peralatan produksi seperti mixer dan oven, dibuat oleh tim melalui pendampingan SOP dan Flowchart ini memberikan pedoman kerja yang sistematis dan mudah dipahami oleh seluruh tenaga kerja, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk siap dikemas dan didistribusikan. SOP sangat penting untuk mengurangi kerugian produk karena SOP dibuat, dicatat secara tertulis dan berisi praktik kerja yang menyeluruh dan sistematis (Prasasti et al., 2025). Flowchart dibuat untuk membantu pemilik dan karyawan memahami proses kerja dengan lebih cepat, terorganisir, dan

mengurangi kesalahan selama proses produksi. Selain itu, hal ini membantu para programmer dalam tim proyek untuk berkomunikasi satu sama lain (Hidayat et al., 2020).



Gambar 7. Pendampingan Flowchart dan SOP



Gambar 8. Alur Flowchart

Adapun penjelasan singkat dari gambaran alur flowchart (bagan alur) pada gambar tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mulai : Konsumen memulai proses pemesanan dengan mengajukan pesanan produk

2. Pengajuan Informasi Pesanan : konsumen menyampaikan informasi pesanan meliputi jenis produk, jumlah dan waktu pengambilan atau pengiriman.
 3. Keputusan Pemesanan : Jika konsumen mengkonfirmasi pemesanan proses dilanjutkan ke bagian admin. jika tidak, pesanan tidak diproses.
 4. Penerimaan dan Pencatatan Pesanan : Admin menerima dan mencatat data pesanan yang masuk
 5. Data Pesanan : Data pesanan dicatat dan didokumentasikan sebagai arsip admin serta diteruskan ke bagian produksi
 6. Penerimaan Data oleh Produksi : bagian produksi menerima data pesanan untuk diproses sesuai jadwal dan kapasitas produksi
 7. Proses Produksi : Pesanan diproduksi sesuai dengan data dan spesifikasi yang telah ditentukan
 8. Pembuatan Nota Penjualan : Admin menyusun nota penjualan berdasarkan data pesanan sebagai dasar transaksi
 9. Pembayaran : Konsumen melakukan pembayaran sesuai dengan nota yang diterima
 10. Penyerahan Produk : setelah pembayaran selesai, produk diserahkan kepada konsumen
- SOP membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dengan mengidentifikasi proses yang tidak efisien dan mengurangnya, sehingga membantu dalam menghemat waktu dan sumber daya yang sangat penting. Selain itu, pelatihan SOP juga berperan sebagai alat yang efektif untuk memantau kinerja (M. Setyawan & Basuki, 2025).



Gambar 9. Standar Operasional Prosedur (SOP)

Secara konseptual, penataan sistem kerja ini meningkatkan profesionalisme dan efisiensi operasional UMKM. Ini karena dokumentasi alur kerja membantu mengurangi kesalahan produksi memperjelas tanggung jawab tenaga kerja, serta mendukung konsistensi kualitas

produk. hal ini menjadi pondasi penting bagi pengembangan usaha yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

D. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di UMKM Arjuna Bakery menunjukkan bahwa pendampingan berbasis transformasi digital dan penguatan manajemen usaha dapat membantu pelaku usaha menjadi lebih baik. Secara bertahap, pencatatan keuangan berbasis digital, optimalisasi pemasaran melalui media sosial, dan penataan manajemen operasional dan Sumber Daya Manusia terbukti menunjukkan peningkatan pemahaman, keterampilan, dan produktivitas mitra. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pola pengelolaan usaha telah berubah. Sistem konvensional menuju sistem yang lebih terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Digitalisasi pencatatan keuangan membantu mitra dalam memantau kondisi keuangan secara lebih akurat, sementara strategi pemasaran online memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. selain itu, menyusun SOP dan Flowchart produksi berkontribusi pada peningkatan konsistensi kualitas produk serta kejelasan tugas tenaga kerja.

Secara keseluruhan, program ini menyatakan bahwa strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital adalah mengintegrasikan elemen teknologi, manajemen, dan pengembangan sumber daya manusia. Selain itu, program ini membuka peluang keberlanjutan melalui pengembangan inovasi usaha dan penguatan kemandirian pelaku UMKM. Oleh karena itu, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan, pendampingan serupa direkomendasikan untuk diterapkan pada UMKM lain dengan karakteristik sejenis sebagai upaya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada UMKM Arjuna Bakery , khususnya Bapak Didik Nur Hadi selaku pemilik usaha, atas kerja sama dan partisipasi aktif dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Lamongan, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

Ayuningtyas, N., & As, H. (2024). *Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel Pada UMKM Wilayah Kalurahan Bangunharjo*. 5(1), 26–33.
<https://doi.org/10.55314/jcoment.v5i1.738>

- Bagus, M., Pradnyantha, L., Agung, A., Putra, P., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsu, I. N. (2023). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi Empowering MSMEs through the Introduction of Digital Marketing , Especially Social Media As A Means of Promotion in the Pandemic Era*. 7(2), 285–292.
- Feryansyah, Putri, D. A., Ferdaus, N. N., & Sayuti, A. (2025). *Pendampingan Pembukuan Digital Melalui Excel Akuntansi Dan Google Sheet*. 8(1401–1407), 2–8.
- Hidayat, D., Medan, U. H., Hm, J., & No, J. (2020). *SISTEM INFORMASI PENGOLAHAN DATA HASIL PRODUKSI KREASI ULOS PADA UKM OLIVIA HANDMADE*. 341–347.
- Mutttaqin, A. Z., Darmawan, E. D., Muslima, F. K., Rahmawati, A. D., Wati, E. W., & Yudhanto, A. S. (2024). *Pendampingan dan Pelatihan UMKM Kerupuk Krecek Gurih Barokah Gundi Sedah Berbasis Teknologi Informasi yang Berdaya Saing di Era Digitalisasi*. 2(1), 21–27.
- Pitaloka, L. K., & Feriady, M. (2023). *MELALUI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN*. 6(3), 415–423.
- Prasasti, Alto Agung; Andini, Paramita; Djamali, R. Abdoel; Ismail, A. M. (2025). *PERANCANGAN STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) ROTI SOBEK PADA UMKM ROTI SS DI KABUPATEN JEMBER Oleh*. 19(1978), 6561–6568.
- Rahmawati, Dyah Apriady, Muhammad Nur, W. (2024). *CROWDFUNDING SEBAGAI ALTERNATIF PEMBIAYAAN USAHA MIKRO*. 28(1), 33–40. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i2.2403>
- Roqybah, Laila; Yuniansyah, Indra Fattah; Rizki, Agita Maulia; Rokhmaturrizqiyah, Fitri; Zain, Burhanuddin; Muhamad, Dimas Fajar; Kurniawan, Akmal; Salsabila, Adinda Rizkisa; Pramitha, Arindy Sekar; Insiyah, M. (2025). *JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN INDONESIA. JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN INDONESIA*, 3(1), 41–50.
- Roudhotun, U., Janah, N., Roi, F., Tampubolon, S., Pemerintahan, I., Hukum, F., Sosial, I., & Terbuka, U. (2024). *Peran Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi : Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*. 1(2), 739–746.
- Setyawan, M. A., Rachman, A., In, H., Amalia, L., Studi, P., Bahasa, P., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2025). *Pendampingan Bisnis untuk Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM WRE Kitchen Banyuwangi*. 2(1), 77–95. <https://doi.org/10.62734/ipm.v2i1.657>

- Setyawan, M., & Basuki, A. (2025). *Penguatan Sumber Daya Manusia dan Penetapan Standar Operasional Prosedur UMKM*. 9(1), 84–92.
- Solihin, Dede, Ahyani, Aprilliani, S. (2023). *Pemanfaatan Media Pemasaran Online Melalui Media Sosial Instagram Bagi Umkm Sindanglaut Carita Pandeglang Banten*. 3(4), 368–374.
- Yahyasari, Sava Dila As'ari, H. (2024). *Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi BukuWarung Bagi Para UMKM Di Teras*. 5(2), 2801–2807.