

Transformasi Digital UMKM: Pelatihan Aplikasi Laporan Keuangan untuk Bisnis Berkelanjutan

^{1*}Lilik Purwanti, ¹Iwan Triyuwono, ²Melinda Ibrahim, ³Aryo Prakoso, ¹Ahmad Muharrom, ¹Paras Imani

¹Universitas Brawijaya, Jl. MT Haryono 165 Malang

²Universitas Ichsan Gorontalo, Jl. Achmad Nadjamuddin Gorontalo

³Universitas Jember, Jl. Kalimantan 37 Jember

Email: lilik@ub.ac.id

*Corresponding author

doi.org/10.34199/pelita.2025.006

INFO ARTICLE

Sejarah Artikel

Diterima 21-08-2025

Direvisi 13-09-2025

Diterima 19-10-2025

Kata Kunci

Literasi keuangan digital;
Aplikasi laporan keuangan;
Transformasi digital UMKM.

ABSTRAK

Tujuan: Meningkatkan literasi keuangan digital dan adopsi aplikasi laporan keuangan sederhana di kalangan UMKM.

Metode: Program empat tahap: penilaian kebutuhan, workshop literasi digital, pelatihan teknis aplikasi (hands-on), dan pendampingan berkelanjutan.

Hasil: Peningkatan signifikan kompetensi peserta (skor rata-rata dari 8,71 menjadi 9,57; $p < 0,05$). Peserta mampu mencatat transaksi dan membuat laporan keuangan digital.

Kontribusi/Nilai Tambah: Membangun kapasitas keuangan UMKM dan memberikan model intervensi partisipatif berbasis komunitas untuk jembatani kesenjangan digital.

Kebaruan: Pendekatan community-based yang terintegrasi dan sesuai budaya untuk mengatasi paradoks transformasi digital pada UMKM.

ARTICLE INFO

Keywords

Digital financial literacy;
Financial reporting application;
MSME digital transformation



PELITA:
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
E-ISSN: 3025-6348
Vol. 3 No.2 (Juli-Des) 2025

ABSTRACT

Objective: To improve digital financial literacy and the adoption of simple financial reporting applications among MSMEs.

Method: A four-stage program: needs assessment, digital literacy workshops, technical application training (hands-on), and continuous mentoring.

Result: Significant improvement in participants' competence (mean score increased from 8.71 to 9.57; $p < 0.05$). Participants could record transactions and generate digital financial reports.

Contribution/Value added: Building MSMEs' financial capacity and providing a participatory, community-based intervention model to bridge the digital gap.

Novelty: An integrated and culturally-adapted community-based approach to address the digital transformation paradox in MSMEs.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah jenis perusahaan di Indonesia yang meliputi berbagai tingkatan usaha, mulai dari usaha perorangan hingga badan usaha. UMKM merupakan salah satu perusahaan yang berperan penting dalam upaya Indonesia menurunkan

angka pengangguran dan kemiskinan. Menurut *ASEAN Investment Report* yang dirilis *United Nations Conference* masyarakat untuk bekerja. Berdasarkan *on Trade and Development* (UNCTAD) pada September 2022, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak di kawasan ASEAN. Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM di Indonesia pada 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. UMKM Indonesia sendiri tercatat mampu menyerap 97% tenaga kerja, serta menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Meski banyak lahir UMKM dengan jenis usaha yang bermacam-macam akan tetapi masih banyak UMKM yang masih terkendala dalam menghadapi tantangan persaingan dan kurangnya edukasi pada bidang pemasaran sehingga menghambat perkembangan usahanya. Dalam dunia usaha ketidakmampuan dalam berkompetitif, dapat menyebabkan berbagai dampak negatif, termasuk penurunan omset dan keuntungan, bahkan sampai mengakibatkan kerugian hingga pelaku usaha mengalami gulung tikar, pelaku usaha harus terus mengembangkan produk atau layanan, dan meningkatkan kualitas yang ada agar tetap bisa bertahan, para pemakai jasa atau pelanggan akan lebih mudah beralih ke pesaing yang menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, yang sesuai dengan kebutuhan mereka sekarang. Sumber daya manusia yang berkualitas tinggi adalah kunci untuk mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, investasi dalam pendidikan, pelatihan, dan pengembangan keterampilan menjadi sangat penting. Kolaborasi antara individu, perusahaan, pemerintah, dan lembaga pendidikan sangat krusial dalam mengatasi masalah-masalah ini. Dengan demikian, setiap individu dapat merasa diberdayakan untuk mencapai potensi penuhnya dan berkontribusi secara signifikan bagi masyarakat. Tujuan utama dari pengembangan sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kompetensi, motivasi, dan kepuasan kerja sehingga mereka dapat memberikan kontribusi optimal bagi organisasi. Pengelolaan kualitas layanan yang baik menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan dan meraih kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pemantauan berkala terhadap kualitas layanan dan interaksi dengan pelanggan sangat diperlukan (Badrudin et al., 2025)

Selain permasalahan diatas faktor pendidikan dan pelatihan dalam hal ini juga mempengaruhi peningkatan kualitas SDM. Pelatihan sendiri merupakan kebutuhan dalam peningkatan kualitas SDM dan pelatihan di rancang sesuai dengan kebutuhan yang ingin kita capai. Menurut penelitian Rozalina (2017) bahwa pelatihan merupakan sesuatu rangkaian kegiatan yang disusun untuk meningkatkan keterampilan, pengalaman, keahlian, penambah pengetahuan dan perubahan sikap seorang individu.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan suatu perubahan yang sistematis dari *Knowledge, Skill, Attitude dan Behaviour* yang terus mengalami peningkatan yang dimiliki oleh setiap individu agar dapat mencapai dan mewujudkan sasaran yang ingin dicapai.

Untuk menghadapi persaingan yang makin kompetitif tersebut, maka pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan kreatif dalam mengelola usahanya. Selain dari kualitas, layanan yang diberikan juga sangat mempengaruhi minat konsumen karena para pelaku usaha salah satunya usaha jasa yaitu usaha laundry yang berdasarkan Undang-Undang UMKM, usaha laundry ini masuk pada kategori usaha kecil.

Berbicara bisnis laundry di Indonesia yang semakin waktu menunjukkan perkembangan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat modern akan layanan

kebersihan pakaian yang cepat dan praktis. Peluang bisnis itu makin terbuka seiring dengan tren masyarakat yang kini makin sibuk. Pelaku usaha jasa laundry saat ini dituntut untuk terus berinovasi yang mencakup berbagai aspek, mulai dari variasi jasa layanan, harga yang bersaing, promo yang ditawarkan, jenis layanan cuci yang bervariasi bahkan sampai aneka jenis parfum yang bisa dipilih konsumennya. Dalam penelitian (Arif, Muh dkk, 2024) pengaruh variabel lokasi, harga, promosi, dan aroma parfum laundry secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa dalam menggunakan layanan laundry.

Analisis Situasi Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah UMKM pemilik jasa cuci rumahan (laundry rumahan) yang masih sederhana di wilayah RT 03, LK II Kelurahan Kandangan Barat, Hulu Sungai Selatan (HSS), yang telah mendirikan usaha sudah kurang lebih 5 tahun, usaha laundry ini awalnya dari jasa cuci rumah kerumah dengan mencuci tangan (tanpa mesin cuci) kemudian akhirnya bisa berkembang usahanya dengan membuka usaha jasa cuci sederhana dengan bantuan mesin cuci dirumah sendiri dengan pelanggan terbatas atau tidak banyak yang tahu hanya lingkungan sekitar, karena hanya mengandalkan promosi mulut kemulut, jenis jasa yang diberikanpun hanya cuci kering kemudian dilipat dan dimasukkan ke kantong kresek tanpa pekingan rapi dan diberikan parfum khusus untuk laundry. Tarif yang diberikan juga sangat murah dengan biaya perbulan Rp130.000,00 pelanggan bisa mengantar pakaian tanpa batasan jumlah kiloannya untuk satu bulan, harga itu jauh dibawah dari tarif harga-harga laundry di wilayah kota Kandangan yang perkilonya sampai Rp 10.000,00, padahal biaya operasional dan bahan baku seperti biaya listrik, PDAM, dan biaya diterjen semakin tinggi..

Kurangnya pelatihan bagi UMKM menjadi hal utama dalam pengembangan usaha, terutama soal pengelolaan usaha secara efektif. Pemberian pelatihan yang kurang menyebabkan UMKM kesulitan dalam pengelolaan usaha secara efektif seperti mengelola keuangan, pemasaran, dan inovasi produk yang membuat banyak pelaku UMKM jalan ditempat dalam mengembangkan usahanya karena minimnya pengetahuan untuk pengembangan usaha. Point kurangnya inovasi menjadi masalah serius bagi UMKM karena dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka. Akhirnya banyak usaha yang hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian gulung tikar karena produk atau jasa yang ditawarkan kalah bersaing.

2. Metode

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan observasi, tanya jawab, wawancara serta pelatihan pada mitra usaha, dari informasi yang telah dikumpulkan dari pemilik jasa cuci. Pendekatan yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini melalui tiga tahap pertama dengan analisis kebutuhan yaitu melakukan survey dan tanya jawab dengan pelaku usaha mengenai kesulitan-kesulitan yang mitra hadapi dalam menjalankan usaha, kedua dengan melakukan diskusi tentang masalah yang dihadapi mitra dalam usaha jasa cuci dan ketiga mempersiapkan materi pelatihan terhadap kesulitan – kesulitan yang dihadapi.

3. Hasil dan Pembahasan

Langkah awal dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah :

- a) Koordinasi dengan Mitra di wilayah Kecamatan Kandangan Barat

- b) Melakukan survey dan tanya jawab dengan pelaku usaha mengenai kesulitan-kesulitan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha
- c) Melakukan diskusi tentang masalah yang dihadapi mitra dalam usaha jasa cuci
- d) Melakukan pengusulan kepada mitra untuk memberikan solusi terhadap persoalan mitra dan menentukan program yang akan dilakukan.

Pelatihan Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, dimuali dengan upaya promosi yang disarankan untuk dilakukan oleh pemilik usaha dalam mengatasi masalah yang dihadapi yaitu tentang masih terbatasnya pasar atau pelanggan usaha adalah sebagai berikut :

a. Mendesain papan nama usaha yang lebih menarik

Untuk mempermudah pemilik usaha dalam menawarkan jasa yang diberikan salah satunya dengan memberikan merk usaha atau nama usaha, dan papan nama usaha yang menjadi sarana dalam promosi secara sederhana dan mudah dilakukan oleh UMKM. Keberadaan papan nama ini menjadi hal yang penting bagi suatu usaha karena melalui papan nama maka setiap orang yang lewat atau berlalu lalang akan tergerak untuk melihat serta mengetahui bawa ada jasa laundry didaerah tersebut bahkan diharapkan dapat menggugah keinginan masyarakat untuk mampir dan mencoba menggunakan jasa cuci ditempat itu. Desain papan nama yang menarik dan jelas serta mudah dibaca akan akan memudahkan masyarakat untuk menemukan lokasi usaha. Sebelum program pendampingan ini, mitra belum memiliki papan nama yang terpasang di tempat jasa cuci, dan hal ini menjadi saran untuk mitra untuk membuat papan nama.

b. Peningkatan kualitas layanan jasa laundry

Setelah memberikan pelatihan cara-cara promosi dan memperkenalkan *spect* usaha laundry serta pemberian contoh pemasangan papan nama pada usaha, dilanjutkan dengan pelatihan dalam memasarkan dengan menambah inovasi jasa pelayanan antar-jemput (*delivery order*), pelatihan tentang sistem pengendalian (*controlling*) dalam manajemen usaha mitra, dimana dimulai dengan adanya SOP pengerjaan.

Berikut ini adalah tahap-tahap pelaksanaan pelatihan untuk mengoperasikan usaha laundry dengan jalur yang sesuai standar laundry kiloan:

1) Operasi Laundry

a. Penerimaan Cucian

Hal ini dimulai dengan pelatihan penerimaan cucian kotor dari pelanggan adalah tahap awal melakukan proses cuci mencuci kemudian dilanjutkan pembuatan nota serah terima barang kemudia dilanjutkan cara pengerjaan dengan sistem *first in first out* (FIFO) , konsumen pertama yang memasukkan maka konsumen pertama itulah yang lebih dahulu diproses,

dilanjutkan menimbang dengan akurat pakaian kotor, hitung berapa banyak helai pakaian diterima dan membuat nota untuk tanda pengerjaan.

b. Pemilihan / Seleksi Pakaian

Pelatihan dalam memisahkan jika diantara pakaian tersebut memiliki jenis pakaian yang sensitif terhadap mesin, air ataupun kimia laundry, pakaian yang memiliki kadar luntur yang masih tinggi. Dengan adanya pemisahan tersebut tujuan untuk menghindarkan resiko yang akan terjadi nantinya.

c. Penandaan (*Tagging*)

Pelatihan Jika ada konsumen A memiliki pakaian yang beratnya hanya setengah dari kapasitas dan konsumen B mempunyai hal yang sama, maka penandaan jika akan dikerjakan dalam mesin yang sama. Tandakan pakaian salah satu diantara konsumen A atau B, dengan pelatihan menggunakan alat khusus penandaan (*tag gun*), benang tanda (*nylon pin*), kain penandaan (*label pin*). Hal ini berfungsi agar antara pakaian konsumen A-B tidak tertukar.

d. Proses Mencuci

Setelah penandaan tersebut sudah selesai, selanjutnya Pelatihan proses mencuci yang dimana standar usaha laundry memiliki tahap ‘Pra Cuci – Cuci – Bilas+Pelembut – Pengeringan Ekstrak (Lembab)’.

- a) Pra Cuci : berfungsi untuk merendamkan pakaian sebelum proses cuci, hal ini bisa membantu untuk mengangkat kotoran yang berat, sehingga pada saat cuci, tidak ada sisa kotoran yang menempel. Bisa menggunakan kimia khusus yang telah tersedia di agen kimia laundry.
- b) Cuci adalah : proses dimana pakaian dibersihkan dalam waktu kurang lebih 45 – 60 menit, agar segala kotoran yang menempel pada pakaian terangkat, menghasilkan pakaian yang bersih.
- c) Bilas + Pelembut : ini adalah tahap membilas pakaian yang dimana pelembut akan ikut berperan untuk menetralkan kadar sabun yang berlebihan pada pakaian.
- d) Pengeringan Ekstrak (Lembab) : sampailah pengerjaan dititik akhir, yang mana pakaian akan dikeringkan dari kadai air / basah dan saat selesai pakaian hanya tinggal dikeringkan 100% dengan tenaga surya matahari atau tenaga mesin pengering.
- e) Pengeringan : Pada mitra ini pengeringan masih menggunakan tenaga matahari, dan hal yang dihindari adalah tertukarnya baju saat penjemuran, dan pelatihan teknik – teknik untuk menghindari tertukarnya pakaian pelanggan.
- f) Pelatihan Penyetrikaan : Pelatihan cara setrika pakaian setelah pengeringan selesai, dengan memberi sentuhan akhir yang rapi dan wangi. Gunakan suhu setrika sesuai dengan jenis

pakaian, hindarkan suhu panas yang berlebihan agar tidak terjadi resiko hangus. Jika pakaian tersebut memiliki gambar / sablon disarankan setrika dari bagian dalam gambar.

- g) Sentuhan Terakhir: Pelatihan sentuhan terakhir pada jasa laundry, karena ini adalah andalan untuk mendapatkan konsumen tetap. Sebagian besar orang pastinya menyukai wewangian, termasuk pemberian sentuhan terakhir aroma wewangian dari parfum laundry. Pelatihan penyemprotan parfum laundry di setiap selah tumpukan pakaian, kanan – kiri, atas – bawah dan depan – belakang sebelum pengepakan dalam plastik laundry dengan takaran yang sudah ditentukan.
- h) Pelatihan Pemilihan Kimia Laundry: Pelatihan untuk kimia laundry, pemilihan untuk jenis-jenis pakaian dan bisa membedakan fungsi dari setiap jenis-jenis kimia laundry yang tersedia.

Berikut jenis-jenis kimia yang tersedia di pasaran maupun di agen kimia laundry :

a. Sabun Cair (*Detergent Liquid*)

Fungsi sabun cair adalah untuk mengangkat noda yang membandel dari pakaian. Dan sabun cair direkomendasikan untuk mesin cuci buka depan (*front loading*).

b. Sabun Bubuk (*Detergent Powder*)

Sabun bubuk biasa digunakan untuk mesin cuci buka atas (*top loading*) dan mesin cuci dua tabung, tetapi ada beberapa sabun bubuk yang direkomendasikan untuk mesin buka depan (*front loading*). Tetapi tetap harus cermat untuk memilih sabun.

- i) Pelatihan Penggunaan Pelembut (*Softener*) : Pelembut berperan sebagai penetralisir kadar busa yang tersisa di pakaian, jadi jangan beranggapan pelembut ini adalah pewangi untuk pakaian. Wangi yang disajikan adalah variasi agar konsumen tertarik untuk memilihnya.

- j) Pelatihan menggunakan Pelicin : Pelicin ini digunakan untuk membantu pada saat penyetricaan pakaian agar tidak kusut.

- k) Pelatihan Pemberian Pewangi (Parfum laundry) : Pewangi adalah sentuhan terakhir pada pakaian. Setelah pakaian selesai di setrika.

- l) Pelatihan Tata Cara Penandaan Pakaian (*Tagging*) :Menyiapkan alat penanda seperti : *tag gun*, *tag pin* dan label *pin*. Pelatihan bagaimana memasukkan *tag pin* dalam *tag gun* untuk menandai pakaian.

Apa yang telah di buat adalah SOP Laundry Kiloan, dilakukan tahap tahap seperti diatas. Semakin teratur, semakin puas juga hasil didapatkan. Dari hasil pelatihan pertama, dilanjutkan dengan realisasi program pelatihan pengelolaan keuangan. Perbaikan ini dilakukan dengan harapan memberikan kesan visual yang baik kepada *customer*/pelanggan.

Pelatihan tentang manajemen kerja diberikan untuk mengatur pola kerja dan membedakan alur produksi agar lebih tersusun rapi.

m) Pelatihan Pengelolaan Keuangan : Pemberian pelatihan pengelolaan keuangan sederhana karena pada usaha jasa cuci. mitra selama usaha tidak ada pembukuan yang dilakukan pencatatan. Pelatihan Keuangan memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan pembukuan keuangan. Persoalan utama dari Mitra adalah masih susah membedakan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Melalui pembukuan yang sederhana, mitra akan dipantau dan dievaluasi efektivitas pelatihan yang diberikan

n) Pelatihan Marketing : Pembacaan akan segmentasi pelanggan melalui sistem paket atas produk akan meningkatkan pendapatan karena dengan adanya varian pelanggan akan merasa nyaman atas paket-paket yang disediakan.

Hal ini merupakan bagian dari strategi pemasaran jasa bagi para pelanggan. Adapun beberapa hasil yang didapatkan setelah melakukan proses diskusi serta membaca persoalan yang dihadapi di kedua mitra adalah sebagai berikut:

- a. Program member bagi para pelanggan tetap dengan memberikan potongan 15% per 35 Kg/perbulan dengan pembayaran di muka. Paket ini berlaku untuk tiga bagian (Cuci Setrika, Setrika, Cuci Kering).
- b. Pemberian souvenir pada semua jasa cuci dengan batas minimal cucian
- c. Tukar 10 nota pecucian dapat *discount* harga berlaku untuk regular.
- d. Memberikan garansi cuci ulang apabila pelanggan tidak puas.
- e. Jemput barang dilakukan apabila ada pesanan dari pelanggan dan waktunya disaat jam kerja.

o) Pelatihan pencatatan laporan keuangan: Peserta pengabdian masyarakat diberikan pendampingan bagaimana membuat pembukuan secara sederhana. Dalam sesi ini, peserta mulai memahami apa yang tertulis tentang uang masuk dan uang keluar. Para peserta yang sebelumnya ragu apakah usaha mendapatkan untung atau rugi selama sebulan, sekarang dapat mengetahuinya dengan membuat keuangan sederhana ini. Pencatatan dan pembukuan yang mudah ini memungkinkan para pelaku usaha untuk memisahkan dana usaha dan pribadinya

p) Analisa Output : Terdapat perbedaan yang dirasakan oleh Mitra sebelum dan sesudah di dampingi dalam Pengabdian Masyarakat ini.:

- a. Sebelum adanya pendampingan permasalahan yang dihadapi mitra adalah :
 - Media promosi yang digunakan mitra masih sangat sederhana yaitu dengan metode “*words of mouth*”. Tidak ada papan nama atau nama usaha mitra sebagai Media promosi konsumen tidak ada
 - Kualitas layanan jasa terbilang biasa saja karena kurang wawasan serta tidak adanya SOP dalam melakukan pekerjaan mulai dari cara menerima cucian kotor, tagging nama pelanggan finishing sampai proses pengiriman (*delivery*) akhirnya diterima oleh pelanggan.
 - Tidak adanya pencatatan laporan keuangan sehingga tidak tahu dalam sebulan berapa keuntungan atau kerugian yang didapat
- b. Setelah adanya pendampingan

- Memiliki *plang* nama usaha yang sangat memudahkan dalam pemasaran dan mengenalkan layanan jasa laundry kepada konsumen
- Dapat mempertahankan usaha karena menemukan trobosan baru melalui bidang marketingnya dengan menambahkan jasa antar jemput, sudah memiliki nota Laundry, mengetahui macam-macam jasa layanan laundry, pengemasan sudah semakin baik (adanya parfum, *tag* pelanggan, dan sudah *dipacking*).
- Sudah bisa membuat laporan keuangan yang sederhana untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran usaha walaupun dengan pencatatan masih secara manual, sehingga terlihat dalam satu bulan berapa bahan baku yang dihabiskan serta berapa keuntungan yang didapat dalam mengelola usaha.

4. Daftar Referensi

- Rozalena, Agustin. Sri Komala Dewi. 2017. *Manajemen Pendidikan dan Pelatihan bagi Karyawan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Rahmawati, Farida Dwi. Al-Habsyi, Achmad Zein Arsyad. Mardiyah (2024) Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol 2.
- Arif, Muh. Alimukti, Bagus Alwi. Ab, Ahmad. Zulkifli, Andi Ade (2024). The Influence Of Location, Price, Promotion, And Laundry Fragrance On The Decision To Use Laundry Services In Makassar. *Media Wisata*, Volume 22, Number 2.
- Schumpeter, A. J. 1939. *Business Cycles*. South-Western: classiques.uqac.ca
- Hidayat, N. 2016. Upaya Menciptakan Wirausaha Baru. Mandiri Berbasis Ipteks. *Jurnal Terapan Abdimas*, 1-4.
- Lubis, Dewi Shinta Wulandari. (2021). E-Commerce pada UMKM di Era Pandemi. *SANISTEK*.
- Badrudin, Dindin. Hildani, Mutia Hasti, Astuti, Dwi (2025). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Laksana Laundry Kiloan Di Desa Klapanunggal Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*. Vol.01. No.04.
- Dwi Mardiatmi, B., Nopiyanti, A., & Resti, A. A. (2022). Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat. Yumary: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 119–131.
- A. S. Meliala, N. Matondang, and R. M. Sari(2016). “Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen”, *J. Optimasi Sist. Ind.*, vol. 13, no. 2, pp. 641–664, Apr
- Oka A. Yoeti, (1999). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama
- Sihite, Richard. (2000). *Laundry and Dry Cleaning*, PT. SIC, Surabaya.
- Indarti, N., dan Rostiani, R. 2008. Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*. 23(4), Oktober 2008

- Indriayu, M., et al. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Keterampilan Non Kognitif Dapat Membentuk Generasi Yang Job Creator*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Tambunan, M. R. (2013). *Pedoman penyusunan Standard operating prosedur*. Jakarta: Maiesta Publisher.
- Rozalena, Agustin. Dewi, Komala Sari. 2017. *Manajemen Pendidikan dan Pelatihan bagi Karyawan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Kartasmita, G. 1996. *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo
- Pramudyo, Chrisogonus. D. 2007. *Cara Pinter Jadi Trainer*. Yogyakarta. Indonesia Cerdas.
- Nasution, MN. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia
- Handoko, T. Hani, 2008, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Edisi 2. BPFE.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Widodo, Suparno Eko. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip. Gary, Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Jumlah UMKM di Negara ASEAN. (2021). Diakses dari databoks.katadata.co.id

Halaman ini sengaja dikosongkan