

PELATIHAN PEMBUKUAN DAN OPTIMALISASI WHATSAPP BUSINESS DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN PELAKU INDUSTRI RUMAHAN

Heni Risnawati*, Nur Hayati, Hafni Aulida
Universitas Muhammadiyah Kudus, Indonesia
*Email : henirisnawati@umkudus.ac.id

Info Artikel	Abstrak
<p>DOI : https://doi.org/10.26751/jai.v6i1.2428</p> <p>Article history: Received 2024-05-30 Revised 2024-08-16 Accepted 2024-08-16</p>	<p>Berdasarkan analisis pendahuluan awal mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Klaling Kabupaten Kudus, banyak para pengusaha industri rumahan belum adanya penerapan pembukuan sederhana disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan akuntansi. Akibatnya, banyak yang memandang pembukuan sebagai sesuatu yang kurang penting dan sulit di laksanakan. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembukuan sederhana dan pemanfaatan WhatsApp Business dalam meningkatkan pengetahuan ibu-ibu yang memiliki usaha rumahan di Desa Klaling, Kabupaten Kudus. Solusi yang ditangani adalah pembukuan yang tidak konsisten dan tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi. Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini adalah sosialisasi dan pelatihan penyusunan pembukuan dan optimalisasi WhatsApp Business dengan masyarakat Desa Klaling Kabupaten Kudus Pada 26 Oktober 2023. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan pengetahuan mengenai pembukuan dan Optimalisasi WhatsApp Business pada para pelaku usaha industri rumahan. Adapun pengukuran pengetahuan dengan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah Uji Wilcoxon. Hasilnya pengabdian menunjukkan sig sebesar 0.000 artinya terdapat perbedaan antara sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan terhadap pengetahuan para pelaku industri rumahan mengenai pembukuan dan pemanfaatan WhatsApp Business secara optimal. Kesimpulan setelah adanya pelatihan ada perbedaan pengetahuan para peserta lebih memahami pembukuan yang benar dan memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media promosi produknya. Saran bagi para peserta agar dapat menerapkan pembukuan secara konsisten dan penggunaan optimalisasi WhatsApp Business dengan baik dalam berwirausaha.</p> <p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>Based on the initial preliminary analysis of the problems faced by the community in Klaling Village, Kudus Regency, many home industry entrepreneurs have not implemented simple bookkeeping due to a lack of accounting knowledge and skills. As a result, many view bookkeeping as something that is less important and difficult to implement. This community service aims to provide training in simple bookkeeping and the use of WhatsApp Business in increasing the knowledge of mothers who have home businesses in Klaling Village, Kudus Regency. The</i></p>
<p>Kata Kunci: Pembukuan, Optimalisasi, WhatsApp Business, Home Industri</p>	

solution that is handled is inconsistent bookkeeping and not using social media in promoting. The implementation method in this community service is socialization and training in compiling bookkeeping and optimizing WhatsApp Business with the people of Klaling Village, Kudus Regency on October 26, 2023. This activity focuses on increasing knowledge about bookkeeping and Optimizing WhatsApp Business for home industry entrepreneurs. The measurement of knowledge is done using a questionnaire. The data analysis used is the Wilcoxon Test. The results of the community service show a sig of 0.000, meaning that there is a difference between before and after training in the knowledge of home industry actors regarding bookkeeping and optimal use of WhatsApp Business. Conclusion after the training there is a difference in knowledge of the participants to better understand proper bookkeeping and utilize WhatsApp Business as a medium for promoting their products. Suggestions for participants to be able to implement bookkeeping consistently and use WhatsApp Business optimization properly in entrepreneurship.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

I. PENDAHULUAN

Era digital telah mendorong sektor bisnis, terutama jual beli, untuk bertransformasi. Dengan semakin maraknya penggunaan aplikasi chat, marketplace, dan media sosial, hampir 90% penjual kini melayani pelanggan melalui platform-platform digital ini. Berbagai promosi menarik pun bermunculan untuk menarik minat konsumen. (Romadloni et al., 2023). *WhatsApp* sebagai aplikasi pesan instan yang paling populer, seharusnya menjadi alat yang ampuh untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Namun, sayangnya, banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan potensi besarnya. Padahal, dengan strategi pemasaran digital yang tepat, *WhatsApp* dapat menjadi jembatan yang efektif untuk menghubungkan bisnis dengan pelanggan (DINKOP Jawa Timur, 2020).

WhatsApp Business merupakan aplikasi pesan instan gratis yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan komunikasi bisnis. Dengan fitur lengkap seperti panggilan suara, video, dan pengiriman berbagai jenis file, *WhatsApp Business* memungkinkan bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif dan efisien. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis di Play Store dan sangat mudah digunakan (Rahmadania & Nurhidayat, 2023).

Desa Klaling berada di Kecamatan Jekulo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Desa ini mempunyai keunggulan dan keunikannya sendiri salah satunya yaitu produk *home industry* dari olahan makanan rempeyek yang berasal dari bahan baku lokal, yaitu singkong, pisang, dan ubi jalar.

Berdasarkan hasil diskusi dengan para pelaku industri rumahan, pemasaran yang telah dilakukan yaitu dengan menggunakan *offline*, dititipkan warung terdekat, dan dari mulut ke mulut atau *word of mouth* (WOM) sehingga penjualan kurang meningkat. Seiring dengan perkembangan teknologi seperti saat ini para pelaku industri rumahan telah menggunakan *whatsapp* untuk menunjang pemasaran. Namun, karena yang digunakan *whatsapp* pribadi sehingga pemasarannya belum optimal.

Survei Katadata pada tahun 2023 menunjukkan bahwa 55% pelaku *home industry* tidak memiliki akun *WhatsApp Business*. Hal ini membuat mereka kesulitan untuk menjangkau pelanggan dan mempromosikan produk mereka secara efektif. Ketika pelanggan tidak dapat dijangkau secara tidak langsung akan mengakibatkan menurunnya penjualan. Kondisi di lokasi pengabdian peserta menjelaskan bahwa dalam memasarkan produk hanya dengan menitipkan hasil produknya kebeberapa toko kemudian

promosi produk dari Dari mulut ke mulut (*Word of mouth*). Terdapat 15 peserta tidak mempunyai *WhatsApp Business* karena tidak dapat menggunakannya dan kurangnya pengetahuan akan media teknologi. Melihat hal tersebut perlu adanya pelatihan kepada para UMKM untuk dapat memanfaatkan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Penelitian yang dilakukan oleh Meiriza et al (2022), hasil *post-test* menunjukkan bahwa pelatihan *WhatsApp Business* telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Sebanyak 94,4% peserta menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa pelatihan ini bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam menggunakan *WhatsApp Business* telah tercapai secara efektif.

Selain promosi kesulitan yang dapat menghambat suatu usaha rumahan yaitu akses permodalan dari bank, hal ini disebabkan tidak adanya pembukuan yang sesuai standar akuntansi, sehingga bank sangat sulit jika akan memberikan akses permodalan. Sulitnya akses modal dapat mempengaruhi pada minimnya usaha tersebut dapat berkembang, yang efeknya pada menurunnya produksi, penjualan dan jangka panganya akan terjadi penutupan usaha tersebut.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara kita berbisnis, terutama dalam hal pemasaran. Strategi digital marketing telah menggantikan metode konvensional, memungkinkan bisnis untuk menjangkau calon pelanggan secara lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat melalui interaksi online (Suryanto & Megawati, 2020).

Pelaku *home industry* diharapkan harus memiliki strategi dalam meningkatkan produksi dan pelanggan jika ingin memperoleh pelanggan. Karena pada dasarnya setiap usaha harus mau bersaing untuk dapat meningkatkan penjualan.

Pada dasarnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat memerlukan pembukuan dengan menggunakan pedoman

SAK-ETAP. Hal ini bertujuan meskipun usaha yang dijalankan sederhana, namun jika sistem pembukuannya rapi dan terstruktur nantinya akan memudahkan pelaku usaha untuk menilai arus kas sebuah usaha tersebut (Wardiningsih et al., 2020).

Posisi keuangan suatu usaha dapat dipercaya jika pencatatan dan pembukuan laporan dapat dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Hal ini sangat penting untuk membantu kita membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan memastikan keberlangsungan usaha (Prativi et al., 2019). Namun pada kenyataannya banyak pelaku usaha belum menerapkan, hal ini ditinjau karena minimnya ketrampilan serta pengetahuan dalam melakukan pencatatan sesuai aturan akuntansi yang baik dan benar. Banyak anggapan bahwa pelaku usaha rumahan menjalankan sebatas penerimaan dan pengeluaran saja tanpa memperhatikan sistem pembukuan yang ada.

Minimnya pengetahuan mengenai pembukuan maka sangat diperlukan para pelaku usaha untuk diberi pengetahuan dalam melakukan pencatatan akuntansi. Yang terjadi saat ini adalah meskipun para pelaku telah melakukan pembukuan tapi jauh dari kata sesuai kaidah akuntansi khususnya SAK-ETAP. Masih banyak yang tidak memisahkan antara keuangan usaha dengan pribadi dan pencatatan transaksi yang tidak konsisten. Penelitian dari Irna et al (2022), Kegiatan pelatihan ini telah berhasil membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dasar dalam pembukuan, sehingga meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan usaha secara mandiri. Hal ini pada akhirnya berdampak positif pada motivasi kerja dan kinerja usaha mereka.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan ibu-ibu pelaku usaha rumahan di Desa Klaling dengan memberikan pelatihan tentang pembukuan sederhana dan pemanfaatan *WhatsApp Business*. Melalui pelatihan ini, diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan keuangan usaha mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pengetahuan pembukuan pada yang baik bagi UMKM dan

memanfaatkan media sosial sebagai sarana mengembangkan usahanya. Keterbaruan dalam pengabdian ini belum banyak pengabdian yang menggabungkan edukasi pembukuan yang benar dan di dukung dengan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk UMKM agar semakin berkembang. Manfaatnya UMKM lebih mudah menilai kinerja keuangan dan membuat keputusan yang tepat. Implikasi dari hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk bidang keilmuan akuntansi keuangan dan manajemen pemasaran dengan media sosial.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan topik “Pelatihan Pembukuan dan Optimalisasi WhatsApp Business Dalam Meningkatkan Penjualan Home Industri” pada hari Kamis tanggal 26 Oktober 2023 dilakukan di Desa Klaling Kabupaten Kudus. Sasaran kegiatan adalah para pelaku usaha rumahan yang ada di Desa Klaling Kabupaten Kudus berjumlah 31 orang.

Metode Pelaksanaan dengan sosialisasi Dan pelatihan serta Diskusi Partisipatif dalam waktu satu hari. Memberikan hard copy materi kepada peserta dan media yang digunakan adalah PPT mengenai materi pembukuan sederhana dan Optimalisasi WhatsApp Business Dalam. Pembahasan pertama adalah mengenai cara membuat pembukuan sederhana untuk usaha industri industri rumahan. Kemudian dilanjut dengan penjelasan materi kedua yaitu mengenai cara optimalisasi WhatsApp Business untuk meningkatkan penjualan pada home industri. Penjelasan kedua materi tersebut sangat berguna dalam meningkatkan pengetahuan untuk masyarakat khususnya yang ada di Desa Klaling Kabupaten Kudus. Acara diakhiri dengan tanya jawab, respon para peserta sangat baik dan merasa mendapat ilmu baru dengan adanya pelatihan ini.

Indikator dalam mengukur pengetahuan baik sebelum dan sesudah pelatihan adalah pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan, melakukan pembukuan sederhana, laporan keuangan yang mudah dipahami,

memasarkan produk secara online dan penggunaan aplikasi WhasAPP Business dari hasil jawaban pertanyaan kuesioner dapat mengetahui tingkat pemahaman peserta. Pengabdian ini menggunakan Analisis deskriptif pengetahuan dengan menentukan range untuk mengukur tingkat pengetahuan terdiri atas kurang memahami, cukup memahami dan sangat memahami. Hasil juga disajikan dengan menggunakan uji Wilcoxon. Tujuannya untuk mengetahui apakah ada perbedaan setelah dilakukan pelatihan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melaksanakan kegiatan tentunya melakukan koordinasi dengan masyarakat setempat mengenai bagaimana kesiapan acara sebagai langkah awal. Kemudian acara dilaksanakan tanggal 26 Oktober 2023 Di Desa Klaling Kabupaten Kudus. Kegiatan dibuka dengan perkenalan oleh Dosen Universitas Muhammadiyah Kudus kemudian menyampaikan materi mengenai pembukuan dan optimalisasi Whatsapp Business dalam berwirausaha. Variabel yang diukur adalah pengetahuan para pelaku UMKM mengenai pembukuan sederhana dan memanfaatkan media sosial dalam menajalankan usaha.

Berikut dokumentasi mengenai pelatihan pembukuan.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Pembukuan dan Optimalisasi WhatsApp Business

Untuk dapat mengetahui tingkat pengetahuan akuntansi para pelaku usaha

maka disebarakan kuesioner sebelum dan sesudah dilakukan sosialisasi pembukuan sederhana dan optimalisasi WhatsApp Business Pernyataan pada kuesioner sebagai berikut :

1. Kurang Memahami.
2. Cukup memahami dan
3. Sangat memahami.

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan pelaku usaha sebelum dilakukan edukasi pembukuan dan optimalisasi WhatsApp Business

Tingkat pengetahuan	Jumlah	Prosentase
Kurang Memahami	16	52%
Cukup Memahami	9	29%
Sangat Memahami	2	19 %
Jumlah	31	100%

Dari tabel 1 menunjukkan sebesar 52 % menjawab kurang memahami dari 31 peserta yang hadir. Artinya tingkat pengetahuan para pelaku usaha mengenai pembukuan keuangan pada UMKM, sebagian belum mengetahui bagaimana prosedur pencatatan keuangan UMKM dengan baik, hal itu relevan dengan permasalahan yang ada bahwa pelaku UMKM tidak memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Kemudian pemanfaatan WhatsApp business sebagian belum mempunyai aplikasi tersebut dalam memasarkan produknya masih bersifat tradisional.

Tabel 2. Tingkat Pengetahuan pelaku usaha setelah dilakukan edukasi pembukuan dan optimalisasi WhatsApp Business.

Tingkat pengetahuan	Jumlah	Prosentase
Kurang Memahami	2	6%
Cukup Memahami	4	13%
Sangat Memahami	25	81 %
Jumlah	31	100%

Pada tabel ke 2 menunjukkan sebesar 81 % menjawab sangat memahami sistem dan prosedur penyusunan laporan keuangan artinya setelah mendapat pelatihan peserta lebih memahami tahapan penyusunan laporan keuangan dengan baik, sebagian peserta sangat antusias dalam mempraktekkan cara melakukan pembukuan.

Para pelaku usaha sudah mengerti manfaat untuk memisahkan antara keuangan pribadi dengan usaha agar mudah dalam menilai kinerja keuangan dan mengambil kebijakan kedepannya. Selain itu memanfaatkan media sosial WhatsApp Business menjadi salah satu strategi dalam memperluas perkembangan UMKM.

Uji wilcoxon signed test merupakan uji nonparametris yang digunakan untuk mengukur perbedaan 2 kelompok data berpasangan berskala ordinal atau interval tetapi data berdistribusi tidak normal

Tabel 3. Hasil perhitungan Wilcoxon sign runk test abnormal Pelatihan pembukuan dan optimalisasi WhatsApp Business

	Ranks	N	Mean Ranks	Sum Of Rank
Sesudah- Sebelum Pelatihan	Negative Rank	14	14.13	199.00
	Positive Ranks	17	17.88	278.00
	Ties	0		
	Total	31		
Z				.817 ^b
Sig (2 Tailed)				.000

Tabel 3 hasil uji wilcoxon Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,05$ artinya terdapat perbedaan tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah adanya pelatihan pembukuan dan optimalisasi penggunaan WhatsApp Business pada UMKM. Peserta menjadi lebih memahami bahwa dalam melakukan pembukuan harus dipisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Kemudian dapat menyusun laporan keuangan dengan baik dan memanfaatkan media sosial sebagai promosi produk yang dihasilkan agar UMKM dapat berkembang luas.

Pembukuan sebagai media dalam menyampaikan berbagai transaksi bisnis untuk itu menyusun dengan baik semua transaksi adalah langkah awal dalam memberikan informasi. Untuk itu peserta di ajarkan menyusun pembukuan mulai dari kas, buku persediaan barang, buku penjualan, buku pembelian, buku biaya, buku piutang

dan buku utang untuk bisnis industri rumahan yang dijalankan agar lebih mudah mengetahui kondisi keuangan serta dapat melihat akan posisi bisnis mengalami keuntungan atau kerugian.

Media pemasaran dengan menggunakan WhatsApp Business akan mempermudah seseorang dalam menekan biaya promosi. Selain itu sekarang ada era digitalisasi dengan menggunakan sosial media akan lebih mudah dalam melakukan promosi produk yang akan dijual. Manfaat dari *whatsapp business* itu sendiri yaitu sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan di dalam dunia bisnis karena berkomunikasi dengan pelanggan itu sangat penting (Astria & Santi, 2021). Hal itu akan meningkatkan pendapatan para pelaku Industri Rumahan. Produk yang dihasilkan semakin dikenal masyarakat luas dan perekonomian masyarakat juga meningkat.

Hasil pengabdian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunaedi et al (2018), (Irna et al., 2022), adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman dari peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Peserta lebih memahami bagaimana pembukuan dengan baik. Penelitian juga dilakukan oleh Chuzairi (2021), hasil menunjukkan bahwa UMKM Budi Mulya Desa Berakit dalam menjalankan kegiatan usahanya belum memiliki pencatatan akuntansi yang baik. Sebelum adanya pelatihan anggota UMKM belum memahami akuntansi, pembukuan dan penyusunan laporan keuangan sederhana namun setelah dilakukan pelatihan lebih dari sebagian anggota telah memahami dan menguasai praktek akuntansi, pembukuan dan penyusunan laporan keuangan sederhana.

Setelah pelaksanaan pengabdian pengetahuan peserta meningkat dalam optimalisasi WhatsApp Business dalam meningkatkan penjualan. Hasil sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Simarmata & Sasmita (2023), Hendriyani et al (2020), hasil menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Selain itu penelitian dari Balikpapan et al. (2021), Daninzia Ramadhanti & Ikaningtyas (2023), Meiriza et

al. (2022). Hasil dari post test 25% setuju dan 69.4% sangat setuju artinya dengan adanya pelatihan penggunaan WhatsApp Business, pengetahuan serta kecakapan para peserta dalam penggunaan aplikasi WhatsApp semakin meningkat.

Keterbatasan dalam pelaksanaan kegiatan ini tentunya dalam hal waktu yang terbatas. Kemudian ada beberapa media yang tidak untuk pelatihan yang kurang. Serta masih banyak kekurangan dari pemateri dalam mendampingi pelatihan secara bertahap sehingga peserta perlu belajar lagi dalam menggali informasi yang diberikan.

IV. KESIMPULAN

Adanya pelaksanaan pengabdian ini bertujuan dalam memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha Industri Rumahan dapat membuat pembukuan sederhana dengan baik dan para pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi produk agar dapat dikenal secara luas. Hal itu dapat dibuktikan dengan melihat hasil survei sebelum pelatihan menunjukkan peserta menjawab 52% kurang memahami. Kemudian setelah ada pelatihan peserta menjawab sangat memahami sebesar 81%. Sedangkan hasil uji Wilcoxon menyatakan bahwa nilai $p \text{ value } 0.000 < 0.05$, artinya ada perbedaan tingkat pengetahuan sebelum dan setelah pelatihan pembukuan dan optimalisasi WhatsApp Business.

Saran yang dapat diberikan adalah untuk para peserta akan dapat menerapkan pembukuan secara konsisten dan penggunaan optimalisasi WhatsApp Business dengan baik dalam berwirausaha. Bagi Universitas Muhammadiyah kudu dapat semakin meningkatkan dengan kegiatan pengabdian masyarakat agar dapat memberikan antara ilmu yang didapatkan dikampus dan di implementasikan kepada masyarakat untuk pengabdian selanjutnya yang memiliki topik yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Universitas Muhammadiyah Kudus selaku penyelenggara yang telah memberikan

dukungan dan fasilitas sehingga acara berjalan dengan lancar. Selanjutnya kepada masyarakat Desa Klaling Kabupaten Kudus yang telah antusias dalam mengikuti acara pengabdian masyarakat dan mendukung fasilitas agar terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246–270.
- Jamil, A., Zamzani, M. I., & Leksono, V. A. (2021). Sosialisasi Penggunaan Wa Business Kepada Pelaku UMKM DI Balikpapan. 2(1), 1–7.
- Chuzairi, A. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Pendampingan Akuntansi Terhadap Peningkatan Pemahaman Akuntansi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Budi Mulya Desa Berakit). *AL-KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Pendampingan Masyarakat*, 1(2), 105–228.
- Daninzia Ramadhanti, R., & Ikaningtyas, M. (2023). Optimalisasi Pemasaran Produk Melalui Whatsapp Business Bagi Umkm Pada Kelurahan Gebang Putih. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 26(7), 26. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8184290>
- Gunaedi, A. J., Heni, N., & Yudhia, W. S. (2018). Ukm Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/view/57/58>
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., Ruslan, B., Bisnis, A., Padjadjaran, U., & Bagasasi, S. (2020). *Analiisys Of Whatsapp Business Usage In Encouraging Sales And Public*. 5(2), 193–200.
- Irna, T. L., Syahputra, O., & Almanna Jesita. (2022). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kecamatan Medan Maimun. *Jurnal Pengabdian Deli Serdang*, 1(2), 1–6.
- Meiriza, A., Sevdiyuni, P. E., Putra, P., Oktadini, N. R., Tania, K. D., Wedhasmara, A., & Ruskan, E. L. (2022). Penggunaan WhatsApp Business dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM. *Bulletin of Community Service in Information System (BECERIS)*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.36706/beceris.v1i1.4>
- Prativi, A., Agustina, D., & Nasehati, S. (2019). Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM Pada Anggota KSU Hasta Mandiri Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Mewujudkan Masyarakat Madani Dan Lestari Seri 9*, 53(9), 1–5.
- Rahmadania, F. W., & Nurhidayat. (2023). Whatsapp Business As Customer Relationship Management Media(Study of PT. Gramedia Customer's Loyalty During Covid-19 Pandemic). *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 6(1)(January), 1–9.
- Romadloni, N. T., Septiyanti, N. D., Ayatulloh, R., & Noor, K. (2023). Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(1), 115–122. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1705>
- Simarmata, R. S., & Sasmita, M. (2023). Upaya Pemanfaatan Whatsapp Bisnis Dalam. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 6962–6969.
- Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., & Sugianto, R. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Kecil (Mikro) Di Dusun Bore Desa Kopang Rembiga Kecamatan Kopang Lombok Tengah. *PENSA : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 163–172.