

Pemberdayaan UMKM Dalam Meningkatkan Profitabilitas Di Lingkungan Amal Usaha Muhammadiyah Di Medan

Salman Nasution, Siti Mujiatun, Robie Fanreza, Nurzannah¹, Adi Munasip

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: salmannasution@umsu.ac.id

Abstract: *How to increase the profits (profitability) for MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) is to facilitate the economic empowerment. The aim of implementing service to MSMEs in the Muhammadiyah area in Medan is to find the various problems of MSMEs which only gain profits when Muhammadiyah enterprises activities in educational schools. MSMEs tend to stagnate in terms of their profit and product levels, in addition to the minimal role of Muhammadiyah leadership in providing moral and material support (financing). The results of dedication to empowering MSMEs in the Muhammadiyah area of Medan include creating strategies including collaboration between MSMEs in the Muhammadiyah enterprises in Medan by selling products to Muhammadiyah members and sympathizers. Apart from that, MSME product innovation is really needed in order to provide interest to (potential) consumers not only in the market segment within the Muhammadiyah area, but also outdoor Muhammadiyah area. The final solution in this empowerment is the concern of Muhammadiyah enterprises leaders and Muhammadiyah leadership as Muhammadiyah enterprises management towards MSMEs to provide moral and material support (providing access to financing) in the Muhammadiyah economic movement.*

Keywords: *collaboration; profitability; moral and material support*

Abstrak: Satu diantara cara meningkatkan keuntungan (profitabilitas) bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yaitu memberikan pemberdayaan ekonomi. Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada UMKM di lingkungan Muhammadiyah adalah melihat berbagai persoalan UMKM yang hanya memperoleh keuntungan disaat aktifitas amal usaha Muhammadiyah berjalan seperti sekolah pendidikan. Dalam hasil pengabdian pada pemberdayaan UMKM di lingkungan Muhammadiyah adalah membuat strategi diantaranya kerjasama antar UMKM yang ada di lingkungan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan dengan menjual produk-produk kepada anggota dan simpatisan Muhammadiyah. Selain itu juga, inovasi produk UMKM sangat dibutuhkan dalam rangka memberikan ketertarikan bagi (calon) konsumen tidak hanya pada segmen pasar di lingkungan amal usaha Muhammadiyah, tapi juga dapat di luar lingkungan Muhammadiyah. Solusi akhir dalam pemberdayaan ini adalah kepedulian pimpinan amal usaha Muhammadiyah dan pimpinan Muhammadiyah sebagai manajemen amal usaha Muhammadiyah terhadap UMKM untuk memberikan dukungan moril dan materil (memberikan akses pembiayaan) dalam gerakan ekonomi Muhammadiyah.

Kata kunci: *kerjasama;profitabilitas;;dukungan moril dan materi*

Pendahuluan

Pengakuan terhadap Muhammadiyah sebagai organisasi Islam dalam menggerakkan amal usahanya menjadi kebanggaan tersendiri bagi kader persyarikatan Muhammadiyah. (Fai, 2017) Organisasi yang dikenal dengan usaha dakwahnya meliputi dalam hal pendidikan, kesehatan dan panti asuhan (Rohani, 2021), ternyata tidak luput pada 3 (tiga) gerakan itu saya, gerakan lainnya seperti ekonomi menjadi prioritas utama Muhammadiyah untuk meningkatkan kekuatan ekonomi umat. Hampir semua bidang ekonomi dan sosial dilakukan oleh Muhammadiyah dalam rangka jalan dakwah yaitu menyuruh kepada yang ma'ruf (kebaikan) dan mencegah yang mungkar (kejahatan). (Adi Nugroho, 2023) Satu diantara gerakan bidang ekonomi Muhammadiyah adalah menghadirkan UMKM (usaha mikro kecil menengah) (Febriyantoro & Arisandi, 2018) yang hampir dimiliki pimpinan cabang di kota Medan.

Muhammadiyah di kota Medan telah memanfaatkan potensi amal usaha pendidikan khususnya untuk menjalankan usaha atau bisnisnya agar keuntungan yang diperoleh dinikmati oleh internal Muhammadiyah. UMKM bergerak di lembaga pendidikan Muhammadiyah dengan menjual makanan dan minuman yang merupakan hasil produksi UMKM itu sendiri ataupun hasil dari produk UMKM lainnya. Namun, beberapa UMKM belum mandiri menjalankan aktifitas ekonominya seperti tidak melakukan pencatatan aktifitas laporan transaksi, atau berjalan namun tidak sesuai harapan (Prativi et al., 2019), yaitu UMKM yang bergerak hanya disaat aktifitas lembaga pendidikan Muhammadiyah aktif, jika lembaga pendidikan berhenti (libur) dengan waktu yang cukup lama seperti pada saat libur semester, libur penerimaan siswa baru dan hari libur lainnya, maka produksi UMKM juga berhenti karena segmen utama pasar produk UMKM hanya pada siswa-siswi sekolah, sehingga keuntungan juga berhenti.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM dengan memiliki segmen pasar yang homogen tentu memiliki kelemahan, karena segmen yang tunggal akan berpengaruh pada iklim ekonomi segmen tersebut. Jika UMKM yang bejualan pada segmen anak sekolah (siswa) pada pendidikan, maka disaat waktu tertentu atau kondisi tertentu, segmen tersebut akan memiliki kesamaan dalam konsumen seperti waktu memanfaatkan uangnya untuk membeli makanan atau minuman atau produk yang ditawarkan oleh UMKM (Utami, 2023).

Sebagaimana pendirian amal usaha Muhammadiyah pada umumnya, bahwa diperlukan adanya manajemen (struktural pimpinan) dalam rangka mengatur segala aktifitas pembangunan amal usaha. Satu diantara manajemen tersebut adalah strategi dalam segmentasi pasar yang dikelola oleh Muhammadiyah. Persaingan dunia bisnis terjadi pada seluruh industri baik barang maupun jasa termasuk UMKM yang menawarkan produk yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen. Sehingga peran strategi sangat

penting. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang yang terdata dengan jelas dan pasti dalam hal melihat perkiraan atau forecasting bisnis hari ini dan yang akan datang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture (Kartajaya, 1996).

Mengingat pasar yang disegmentasikan menjadi pelanggan potensial dengan karakteristik dan perilaku sama, maka UMKM memilih segmen mana yang akan dimasukinya. Inilah yang disebut targeting (Yuliana, 2013). Dalam definisi segmentasi pasar yaitu suatu proses untuk membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih homogen, dari tiap kelompok konsumen dapat dipilih sebagai target pasar untuk dicapai perusahaan dengan strategi bauran pemasarannya. Setelah pasar disegmentasi menjadi kelompok pelanggan potensial dengan karakteristik dan perilaku sama, maka perusahaan memilih segmen mana yang akan dimasukinya (Kotler, 1997). Inilah yang dinamakan targeting maka begitu pula keberadaan UMKM juga memerlukan pimpinan yang mengatur aktifitas ekonomi agar gerakan ekonomi berjalan dengan baik dan lancar seperti kondisi Covid 19, yaitu UMKM membutuhkan kejelasan yang pasti dari pimpinan terkhusus Muhammadiyah. Tidak sedikit UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah harus bekerja sendiri tanpa solusi untuk mengembangkan usahanya, sehingga sebagaimana peneliti sampaikan di atas bahwa UMKM bergerak berdasarkan keberlangsungan UMKM yang ada di sekitarnya.

Pelaksanaan utama dalam kegiatan ini adalah bagaimana UMKM yang ada di lingkungan amal usaha Muhammadiyah mampu memanfaatkan inovasi, kreatifitas dan media digital berbasis internet untuk meningkatkan profitabilitas. Adapun sasaran pemberdayaan adalah pelaku UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan. Diharapkan pada pelaku UMKM mampu mengoptimalkan pangsa pasar tidak hanya pada segmen homogen yang dianggap jelas dan pasti. Namun diperlukan dari sudut segmentation, targeting, dan positioning yang disebut dengan strategi pemasaran, yaitu mempengaruhi calon konsumen di luar amal usaha Muhammadiyah untuk mau melakukan transaksi pembelian serta mengubah status konsumen menjadi pelanggan tetap, dan strategi pemasaran ini diharapkan dapat menaikkan atau meningkatkan aspek penjualan produk sekaligus meningkatkan profitabilitas.

METODE

Dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat terkhusus pada UMKM di lingkungan Muhammadiyah atau amal usaha Muhammadiyah di Kota Medan, diantaranya:

1. Metode Persiapan, yaitu adanya pilihan UMKM yang memiliki kapasitas UMKM yang akan memberikan masukan kepada UMKM lainnya sebagai bahan pembelajaran dan masukan. Adapun pilihan UMKM yang akan menyampaikan materi tentang tantangan UMKM di lingkungan

- Muhammadiyah dan amal usaha Muhammadiyah adalah mereka yang telah direkomendasikan oleh PDM kota Medan dalam hal ini koordinator ekonomi.
2. Metode Informasi, yaitu pengabdian ini melakukan penggalian informasi kepada UMKM terkait produk UMKM yang dimiliki dan diperjualbelikan, keuntungan bersih/kotor, permasalahan yang sering dihadapi UMKM, kemanfaatan atau kesejahteraan yang diperoleh UMKM.
 3. Metode Pelatihan yaitu UMKM memperoleh gambaran tentang UMKM dan manfaatnya bagi bangsa dan negara serta diberikan motivasi kewirausahaan, manajemen wirausaha, dan kesepakatan kerjasama antar UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan.
 4. Metode praktek yaitu membentuk sentralisasi UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan dengan maksud memberikan informasi inovasi produk, kapasitas produk dan kualitas produk yang ditawarkan antara UMKM lingkungan Muhammadiyah dan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan.
 5. Metode pembinaan dan pendampingan yaitu memberikan data dan success story UMKM yang sukses serta memberikan informasi kesuksesan dan manajemen kesuksesan kepada UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah di kota Medan.

HASIL

UMKM adalah cara manusia untuk memperoleh pendapatan (wirausahawan)(Nasution et al., 2021). Dengan bermodal sedikitnya, seorang wirausahawan mampu bertahan hidup. Apalagi modal dapat berputar (cash flow/ in and out flow) sehingga aktifitas ekonomi UMKM berjalan dengan baik dan lancar (profitabilitas)(Nurjanah et al., 2021). Perjalanan UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah berjalan sebagaimana berjalannya amal usaha Muhammadiyah tersebut. Segmen pasar UMKM berdasarkan pada bidang amal usaha Muhammadiyah seperti bidang pendidikan maka segmen pasarnya(Adam et al., 2015) adalah siswa-siswi. Jika amal usahanya bidang kesehatan, maka pasien dan keluarga pasien adalah segmen pasarnya. Para UMKM menjual produk berdasarkan pada segmennya.

Dari beberapa pantauan peneliti kepada UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah ternyata pendapatan bersih UMKM berkisar diantara Rp. 100.000 dan Rp. 500.000, per hari tergantung produk dan modal yang didagangkan. Jika pendapatan tersebut (per hari) dikalikan sebulan (30 hari) maka dapat diperhitungan mencapai Rp. 3.000.000-12.500.000 per bulan, maka akan ada beberapa karyawan yang diselamatkan oleh UMKM.

Tidak sedikit perusahaan mengalami keuntungan yang besar, namun mudah jatuh atau tutup perusahaan. Namun setiap target bisnis, mengharapkan keuntungan yang berkelanjutan (profitabilitas), apalagi segmen pasar sudah jelas. Maka yang dibutuhkan oleh UMKM di lingkungan Muhammadiyah adalah strategi agar profitabilitas juga tidak berhenti. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terkhususnya UMKM di lingkungan Muhammadiyah dilakukan guna

memetakan UMKM dan produk usahanya, karena produk UMKM di lingkungan Muhammadiyah juga tidak kalah saing dengan produk UMKM di pasar lainnya. Berikut konsep dasar strategi UMKM yang akan dilakukan oleh UMKM di lingkungan Muhammadiyah setelah pengabdian.



Keterangan



= Lingkungan Amal Usaha Muhammadiyah



= UMKM yang berjualan di lingkungan amal usaha Muhammadiyah

Gambar 1. UMKM yang beroperasi di lingkungan Amal Usaha Muhammadiyah (tanpa adanya kerjasama dengan UMKM lainnya)

Gambar pada gambar 1 di atas menggambarkan kondisi UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah yang bergerak sendiri tanpa adanya kerjasama dengan UMKM di lingkungan Muhammadiyah lainnya. Mereka berdagang dengan segmen homogen walaupun produk mereka dianggap inovatif, namun strategi pemasaran penting dilakukan UMKM untuk mengekspansi produk mereka.

Tidak kita pungkiri bahwa peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sangat besar dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional (Ulung, 2023), termasuk pada masa Covid 19 yang hampir merusak perekonomian bahwa pertumbuhan ekonomi nasional hampir masuk pada jurang resesi. Begitu juga pemerintah dalam menyelamatkan ekonomi nasional yaitu dengan menyelamatkan UMKM, karena UMKM berkontribusi terhadap perekonomian nasional, yaitu ercatat hingga 45% dari total lapangan pekerjaan dan memberikan sumbangan hingga 33% pada PDB di negara berkembang (Diana, 2022). Adapun kebijakan pemerintah dengan meningkatkan pemberdayaan UMKM adalah pemerintah memberikan izin usaha bagi para pelaku usaha untuk menjalankan suatu kegiatan usaha tertentu, pengembangan usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, bantuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing usaha, adanya koordinasi dan pengendalian dari pemerintah (Wilfarda, 2021). Besarnya jumlah UMKM tidak terlewatkan Muhammadiyah dan amal usaha Muhammadiyah sebagai lembaga yang mandiri dan memiliki UMKM sebagai bagian dari fasilitas amal usaha. UMKM beroperasi pada lembaga pendidikan, kesehatan dan panti asuhan (Bima, 2021). Bisa penulis sebutkan bahwa jumlah amal usaha Muhammadiyah diikuti jumlahnya UMKM, menurut catatan penulis bahwa jumlah amal usaha Muhammadiyah berjumlah 133 (sumber PWM Sumatera Utara, 2022) maka jumlah UMKM yang dimiliki Muhammadiyah kota Medan sejumlah 133 UMKM juga. Tidak semua amal usaha Muhammadiyah berjalan dengan baik dan lancar, seperti pendidikan yang mengharapkan dana bantuan dari pemerintah seperti BOS (Bantuan Operasional Sekolah). Tingkat ekonomi peserta didik

menjadi pengaruh tumbuh kembang UMKM, semakin sedikit jumlah uang yang dimiliki siswa maka sedikit pula transaksi pembelian dan penjualan.

Berbeda dengan lembaga pendidikan Muhammadiyah yang memiliki siswa yang berada pada ekonomi menengah ke atas, artinya perkembangan UMKM dipengaruhi jumlah atau segmen pasar di lingkungan amal usaha Muhammadiyah. Jika UMKM berada di lingkungan amal usaha Muhammadiyah memiliki pasar yang baik maka pendapatan yang baik pula akan diterima oleh UMKM. Bahkan sebaliknya, jika amal Usaha Muhammadiyah tutup jam operasionalnya atau libur (libur panjang) maka UMKM juga berhenti. Pasar UMKM hanya pada orang yang berada di lingkungan Muhammadiyah bahkan minim dan tidak ada sama sekali konsumen berasal dari luar amal usaha Muhammadiyah.

Mudah bagi Muhammadiyah membesarkan Muhammadiyah dari sisi infrastruktur, jika adanya strategi-strategi peningkatan kapasitas UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah (Pratama, 2021), adapun kapasitas meliputi kemandirian yang massif, kekuatan kader persyarikatan, visi dan misi yang jelas sehingga tercapai kesejahteraan yang baik. Pentingnya kebijakan pimpinan amal usaha Muhammadiyah dan pimpinan Muhammadiyah secara kolektif membangun UMKM dengan eksistensi memberikan yang dibutuhkan oleh segmen pasarnya yang jelas. Semua kebutuhan segmen pasarnya diakomodir apalagi dengan pemasaran branding yang jelas seperti dari kita oleh kita dan untuk kita. Hasil yang diterima oleh UMKM atau keuntungan UMKM akan dibagikan kepada guru atau sekolah dan atau pembangunan fasilitas amal usaha Muhammadiyah. Namun, UMKM hanya berfikir dalam ruang lingkup pasar di lingkungan amal usaha Muhammadiyah, artinya UMKM dituntut lebih kreatif.

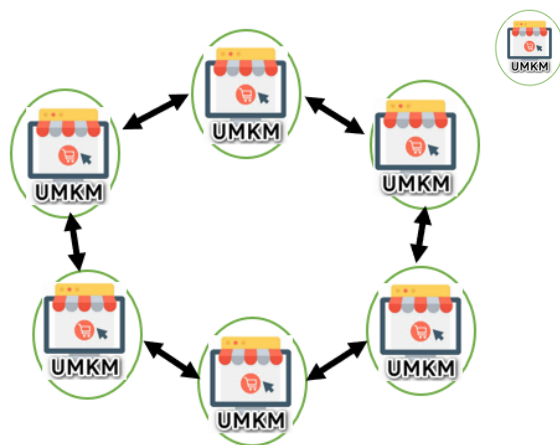
Dapat peneliti simpulkan bahwa UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah tergantung dari operasional amal usaha tersebut. Bahkan UMKM lebih merasa (zona) nyaman dengan berada di lingkungan Muhammadiyah, sebagaimana makna UMKM yang berarti unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di seluruh sektor ekonomi, atau UMKM bisa disebut sebagai wirausaha, yaitu individu yang mendirikan, mengelola, dan mengembangkan bisnis atau usaha dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah, menghasilkan keuntungan, dan mengelola risiko. Tentunya ini bertentangan UMKM yang ada di lingkungan amal usaha Muhammadiyah dengan makna wirausaha yang sesungguhnya.

Berkembangnya UMKM seperti pada UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah tersebut dibuktikan dengan adanya sebagian besar UMKM memberi produk barang dan jasa yang dikonsumsi dengan elastisitas permintaan terhadap perolehan pendapatan yang rendah, sebagian besar UMKM juga menggunakan modal sendiri, tidak berasal dari bank, maka ketika pada masa krisis keterpurukan sektor perbankan dan terjadi kenaikan suku bunga tidak berpengaruh pada perkembangan UMKM (As'ari, 2015).

Pengabdian ini dilakukan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah agar UMKM memiliki jiwa enterpreuner yang berjika mengembangkan usaha walaupun jam operasional amal usaha Muhammadiyah tutup. Pentingnya teknologi digital atau digitalisasi ikut mendukung usaha UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah mengekspansikan produk barang dan jasa ke luar. Selain itu juga, penting memberikan masukan kepada pengelola UMKM di sekitar amal usaha Muhammadiyah yaitu pimpinan terkhusus bidang UMKM Muhammadiyah untuk tetap memberikan dukungan moril kepada UMKM untuk tetap semangat berkontribusi kepada Muhammadiyah sebagai lembaga dakwah.

Tujuan kegiatan pengabdian ini dan kaitannya dengan UMKM adalah kemandirian ekonomi masyarakat disaat kemajuan ekonomi banyak diperankan oleh UMKM. Maka tim riset mu juga merujuk pada pertemuan kongres Umat Islam yang dilaksanakan oleh Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat Majelis Ulama Indonesia (KPEU-MUI) akan mengadakan acara 4 tahunan yaitu Kongres Ekonomi Umat II, yang diselenggarakan pada 10-12 Desember 2021, di Hotel Sultan, Jakarta. Mengingat UMKM menjadi lembaga vital ekonomi nasional. Begitu juga hubungannya dengan UMKM yang ada di lingkungan amal usaha Muhammadiyah dalam rangka meningkatkan profitabilitas. Adapun isu yang dibahas dalam pertemuan pengabdian ini adalah profitabilitas UMKM, produk unggulan UMKM, Teknologi digital, segmen pasar, kerjasama (Pemilik UMKM dan pimpinan amal usaha Muhammadiyah bidang UMKM), laporan keuangan, modal usaha, setifikasi halal.

Keterangan



= UMKM bekerjasama produk usaha ke UMKM lainnya yang berjualan di lingkungan amal usaha Muhammadiyah yang didukung oleh pimpinan Muhammadiyah dan pimpinan amal usaha Muhammadiyah. Informasi produk, kebutuhan produk dan segmen pasar menjadi cara untuk meningkatkan profitabilitas UMKM

Gambar II. UMKM yang beroperasi dan Bekerjasama dengan UMKM Lainnya di lingkungan Amal Usaha Muhammadiyah di Kota Medan

Pada gambar II, di atas adanya harapan dan komitmen dari koordinator bidang ekonomi PDM kota Medan, dalam hal ini disampaikan oleh bapak Drs. Misman, M.Pd bahwa “akan membuat lembaga khusus UMKM yang berbadan

hukum, untuk menguatkan dan memperlancar gerakan ekonomi UMKM dalam hal pinjaman pembiayaan. Komitmen tidak hanya ucapan namun sudah dibuktikan dari beberapa UMKM sudah menerima bantuan dari LAZISMU atas rekomendasi PDM kota Medan, yaitu dari UMKM yang dimiliki Nasyiatul 'Aisyiyah atas nama Jihan dengan produk Parfum Laundry.



Gambar III. Narasumber UMKM Menyampaikan Success Story Produknya



Gambar IV. Tim RisetMu bersama dengan PDM Kota Medan Berdialog dengan UMKM

KESIMPULAN

Dalam meningkatkan profitabilitas, perlu adanya kerjasama antar UMKM di lingkungan amal usaha Muhammadiyah agar cash flow (aktifitas perdagangan/keuangan) berjalan dengan lancar. Dukungan pimpinan Muhammadiyah menjadi penentu dalam tumbuh kembang UMKM sebagai dukungan sarana dan prasarana aktifitas ekonomi dan juga sebagai bentuk dakwah Muhammadiyah yang membutuhkan dukungan keuangan.

Pelaksanaan pemberdayaan UMKM di lingkungan amal Usaha Muhammadiyah sangat dibutuhkan bagi semua pihak diantaranya pimpinan amal usaha Muhammadiyah dan UMKM dalam rangka memperoleh informasi dan strategi ekonomi. Begitu juga dengan peneliti/dosen yang mampu mengembangkan ilmu dan pengabdianya kepada masyarakat terkhusus bagi persyarikatan Muhammadiyah di kota Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, atas rahmat dan anugrahNya, pengabdian ini berjalan dengan baik dan lancar, tentu ada beberapa pihak yang mendukung dalam kegiatan ini, diantaranya Majelis Diktilitbang PP. Muhammadiyah dalam mengelola program Riset MU selaku pemberi dana kegiatan untuk memperlancar kegiatan ini. Selanjutnya dari Pimpinan Daerah Muhammadiyah kota Medan yang bersedia memberikan fasilitas tempat berlangsungnya acara serta dukungan moril dan pesan-pesan kepada peneliti sehingga menyempurnakan kegiatan pengabdian dan penyempurnaan artikel pengabdian masyarakat. D juga kepada UMKM untuk semangat menjalankan usaha dan dakwah melalui UMKM, dan tentunya para UMKM yang siap hadir untuk mendengarkan dan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S., Msi, M., & Taufik Syastra, M. (2015). PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI BAGI SISWA KELAS X SMA ANANDA BATAM. In *78 CBIS Journal* (Vol. 3, Issue 2).
- Adi Nugroho, D. (2023). Upaya Internasionalisasi Muhammadiyah Melalui Sektor Pendidikan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 85–98. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i1.2020>
- Fai. (2017). *No Title*. UMSU.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Nasution, S., Alpi, M. F., & Nasution, M. T. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Amal Usaha Pemuda Muhammadiyah (Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah Serdang Bedagai). *ABDI SABHA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 236–245. <https://doi.org/10.53695/jas.v2i2.313>
- Nurjanah, L., Berlianna, T. M., Anggreani, R. A., Mudzalifah, S., Adinugroho, T. R., & Prasetyo, H. D. (2021). Rasio Profitabilitas dan Penilaian Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 591–606. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3321>
- 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.
- Rohani, I. (2021). Gerakan Sosial Muhammadiyah. *Tarbawi Ngabar: Jurnal of Education*, 2(1), 41–59. <https://doi.org/10.55380/tarbawi.v2i1.90>
- Utami, S. (2023). Belanja Online Menjadi Trend Remaja Selama Pandemi Covid-19. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 13(1), 730–738.