

MEMBANGUN KESADARAN FINANSIAL DAN BERKOMUNIKASI YANG BAIK PADA UMKM

Wahyudi¹, Jefri Heridiansyah^{2*}, Ukie Tukinah³, Frida Widyawati Triasningrum⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi Digital dan Bisnis, Universitas Sains Teknologi Digital Indonesia
(USTEDI/STIEMA)

Email : *jefri@stiesemarang.ac.id

Abstrak

Kesadaran finansial dan berkomunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan UMKM. Pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan berkomunikasi, seperti pencatatan transaksi yang kurang rapi, pencampuran keuangan pribadi dengan usaha, serta keterbatasan akses terhadap Lembaga keuangan formal, respon lambat dan tidak konsisten, lemahnya kemampuan dalam digital serata kurang terampil dalam negosiasi. Kondisi ini menjadi dasar pemilihan topik pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada peningkatan literasi keuangan dan cara berkomunikasi yang baik bagi UMKM mitra PT Permodalan Nasional Madani (PNM) di Kecamatan Kendal Kota, Kabupaten Kendal. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran finansial dan berkomunikasi sehingga pelaku UMKM mampu mengelola keuangan usaha secara lebih efektif dan berkelanjutan serta dapat berkomunikasi dengan baik. Metode yang digunakan adalah edukatif partisipatif melalui ceramah interaktif, studi kasus, simulasi pencatatan keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan perilaku keuangan dan cara berkomunikasi peserta. Skor rata-rata pengetahuan dan sikap meningkat. peserta mampu menyusun laporan arus kas sederhana dan berkomunikasi dengan baik dalam hal untuk negosiasi serta promosi. Temuan ini membuktikan bahwa metode edukatif partisipatif efektif dalam meningkatkan kesadaran finansial dan berkomunikasi yang baik bagi UMKM. Hasil pengabdian ini penting sebagai dasar pengembangan program literasi keuangan dan cara berkomunikasi yang baik serta lebih luas untuk penguatan akses pembiayaan formal dan komunikasi sebagai media promosi untuk UMKM.

Kata Kunci : Kesadaran Keuangan, UMKM, Komunikasi, Metode Edukatif Partisipatif

Abstract

Financial awareness and communication are important aspects in the sustainability of MSMEs. MSME players still face obstacles in financial management and communication, such as sloppy transaction recording, mixing personal and business finances, as well as limited access to formal financial institutions, slow and inconsistent responses, weak digital skills and lack of negotiation skills. This condition became the basis for selecting community service topics with a focus on increasing financial literacy and good communication methods for PT Permodalan Nasional Madani (PNM) partner MSMEs in Kendal Kota District, Kendal Regency. The aim of this activity is to increase financial awareness and communication so that MSME players are able to manage business finances more effectively and sustainably and can communicate well. The method used is participatory education through interactive lectures, case studies, financial

recording simulations. The evaluation results showed a significant increase in participants' financial knowledge and behavior and their way of communicating. The average knowledge and attitude scores increased. Participants are able to prepare simple cash flow reports and communicate well in terms of negotiations and promotions. These findings prove that participatory educational methods are effective in increasing financial awareness and good communication for MSMEs. The results of this service are important as a basis for developing financial literacy programs and good ways of communicating as well as more broadly for strengthening access to formal financing and communication as a promotional medium for MSMEs.

Keywords: *Financial Awareness, MSMEs, Communication, Participatory Educational Methods*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Vinatra, 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi penyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64 juta unit pada tahun 2022. UMKM terbukti mampu menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional dan menyumbang sekitar 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kenyataannya sekitar 29% atau 19 juta unit usaha yang mampu beradaptasi dengan bisnis digital (Fauziyanti, Hendrayanti, Handayani, & Tamrin, 2023).

UMKM sebagai entitas ekonomi yang beroperasi pada berbagai sektor usaha dan memiliki peran strategis dalam mendukung pemenuhan kebutuhan serta kepentingan masyarakat (Guntur, 2009). Kenyataannya banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah rendahnya literasi dan kesadaran keuangan. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam pengelolaan keuangan usaha, perencanaan investasi, pencatatan transaksi, hingga akses terhadap layanan keuangan formal. Selain masalah literasi keuangan banyak pelaku UMKM menghadapi keterbatasan dalam kompetensi komunikasi bisnis (Setyawan et al. 2025). Keterampilan ini sangat penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha (Noerchoidah, Nurdina, and Firdausa 2023), mengingat kemampuan komunikasi yang baik dapat membantu pelaku usaha mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan, sementara public speaking yang efektif dapat meningkatkan pemasaran produk dan daya tarik bagi calon pelanggan maupun investor (Hamdan et al., 2015).

Rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM menjadi salah satu hambatan utama dalam mengelola usaha. Penelitian (Hisam, 2023) menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pencatatan keuangan yang memadai, kesulitan memisahkan keuangan pribadi dengan usaha, serta kurang memahami akses pembiayaan yang sehat. Kondisi ini menyebabkan UMKM rentan terhadap permasalahan arus kas, pembiayaan, hingga risiko keberlanjutan usaha. Financial awareness atau kesadaran finansial menjadi aspek penting untuk mendorong terciptanya pengelolaan keuangan yang sehat (Astuti, Damayanti,

Chasbiandani, & Rizal, 2021; Fandiyanto et al., 2024; Hisam, 2023; Martono, Indraswari, & Dewi, 2024; Nashrullah, 2021). Sebelum seseorang dapat mengelola keuangannya dengan baik, perlu memiliki kesadaran finansial terlebih dahulu. Dengan adanya kesadaran tersebut, individu akan mampu memperoleh manfaat yang optimal dari pendapatan atau uang yang dimilikinya (Prameswari, Nugroho, & Pristiana, 2023). Merupakan hal yang penting bagi UMKM mengetahui literasi keuangan meliputi pemahaman tentang penganggaran, menabung, investasi, manajemen utang, serta pengelolaan risiko (Hisam, 2023; Ismail, Sudjiman, & Ferinia, 2023; Martono et al., 2024; Suprpto et al., 2025). Dengan meningkatnya kesadaran finansial, pelaku UMKM dapat membuat keputusan yang lebih tepat, menjaga keberlangsungan usaha, dan meningkatkan daya saing di pasar.

Hasil survei Nasional Literasi dan inklusi Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, meskipun indeks inklusi keuangan sudah lebih tinggi yaitu 85,10%. Ketimpangan ini memperlihatkan bahwa masyarakat, termasuk UMKM, sudah memiliki akses terhadap layanan keuangan, tetapi belum sepenuhnya mampu mengelola dan memanfaatkannya secara optimal

Banyak pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keterbatasan dalam kompetensi komunikasi bisnis, terutama dalam negosiasi dan public speaking (Setyawan et al. 2025). Keterampilan ini sangat penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha (Noerchoidah, Nurdina, and Firdausa 2023), mengingat kemampuan negosiasi yang baik dapat membantu pelaku usaha mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan, sementara public speaking yang efektif dapat meningkatkan pemasaran produk dan daya tarik bagi calon pelanggan maupun investor (Darlin et al. 2024). Sedangkan cara berkomunikasi yang baik melibatkan kombinasi pendengaran aktif, penyampaian pesan yang jelas dan to-the-point, serta empati tinggi. Kunci utamanya adalah menjadi pendengar yang menghargai lawan bicara, menjaga bahasa tubuh positif, mengendalikan emosi, serta menyesuaikan gaya bicara dengan konteks dan audiens.

Program pengabdian masyarakat ini menyoal para pelaku UMKM binaan PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki misi memberdayakan ekonomi kerakyatan melalui pembiayaan dan pendampingan usaha mikro. Mitra binaan PNM, khususnya mereka yang tergabung dalam program Mekaar (Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera) (Nuraeni & Manjaleni, 2024), umumnya terdiri dari perempuan pelaku usaha skala mikro yang tersebar di berbagai wilayah, termasuk daerah dengan akses pendidikan dan informasi yang terbatas.

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak PNM, ditemukan bahwa sebagian besar mitra binaan belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan usaha yang efektif dan cara berkomunikasi yang baik dan benar. Masih banyak di antara pelaku UMKM yang mencampuradukkan keuangan pribadi dan usaha, tidak melakukan pencatatan transaksi harian, serta belum memahami pentingnya tabungan dan akses pembiayaan formal secara sehat selain masalah keuangan juga terjadi masalah dalam berkomunikasi banyak pelaku UMKM dalam berkomunikasi dengan Bahasa tubuh yang tidak layak untuk diperlihatkan, dengan Bahasa yang kurang enak untuk di dengar atau masih kaku atau belum bisa berkomunikasi dengan menggunakan teknologi. Kurangnya pemahaman ini berpotensi menghambat pertumbuhan usahadan meningkatkan risiko kegagalan bisnis.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pelaksana bertujuan untuk meningkatkan kesadaran keuangan para pelaku UMKM binaan PNM melalui edukasi partisipatif, dan pelatihan praktis. Harapannya kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam memperkuat kapasitas keuangan dan cara berkomunikasi yang baik para pelaku usaha, serta mendorong keberlanjutan usaha.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai *financial awareness* dan berkomunikasi yang baik pada UMKM Mekaar mitra binaan PNM di Kecamatan Kendal Kota, Kabupaten Kendal dilaksanakan dengan menggunakan metode edukasi partisipatif. Pendekatan ini juga mendorong peserta untuk berbagi pengetahuan lokal dalam merumuskan strategi pengelolaan usaha secara berkelanjutan (Fatihin & Rasyad, 2021). Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam diskusi, praktik, dan simulasi. Tahapan metode meliputi:

- a) Identifikasi Masalah: Survei awal tingkat literasi keuangan dan cara berkomunikasi serta wawancara singkat terkait permasalahan utama pengelolaan keuangan usaha dan cara berkomunikasi.
- b) Penyampaian Materi (Edukasi): Pelatihan literasi keuangan dasar dan cara berkomunikasi yang baik melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan studi kasus.
- c) Praktik, Simulasi dan Ice Breaking, peserta dibagi menjadi 2 kelas kecil : Peserta melakukan pencatatan keuangan sederhana, simulasi arus kas usaha, dan pemisahan keuangan pribadi dengan usaha serta peserta diminta untuk berkomunikasi yang baik melalui Ice Breaking dalam penggunaan bahasa baik bahasa tubuh, tulisan atau perkataan, peserta juga diajarkan praktek penggunaan teknologi sebagai media promosi mereka

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat ketercapaian pengabdian menggunakan pre-test dan post-test sehingga tingkat ketercapaian pengabdian dapat diukur secara komprehensif. Untuk selanjutnya tingkat keberhasilan tidak hanya dilihat dari peningkatan pengetahuan, tetapi juga dari transformasi sikap, kebiasaan sosial, dan dampak nyata pada kondisi ekonomi UMKM binaan.

Kegiatan edukatif partisipatif ini dilaksanakan pada 19 September 2025 di Aula Kecamatan Kendal Kota, Kabupaten Kendal dengan peserta 48 orang UMKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai kesadaran finansial dan berkomunikasi yang baik dapat terlaksana dengan baik. Hal ini bisa diketahui dari partisipasi peserta yang mengikuti kegiatan sampai selesai. Kegiatan utama berupa edukasi partisipatif *financial awareness* dengan materi utama terdiri dari literasi keuangan dasar, praktik pencatatan keuangan sederhana dan simulasi arus kas serta ice breaking sedangkan untuk komunikasi dengan materi utama terdiri dari tehnik dan cara negosiasi, komunikasi yang baik dalam menggunakan bahasa tubuh, tulisan dan lisan serta penggunaan teknologi untuk mempromosikan produk. Pada kegiatan ini metode edukatif partisipatif yang digunakan terbukti efektif (Palenti & Jasman, 2021) bahwa partisipasi aktif peserta mampu mendorong perubahan pengetahuan sekaligus perilaku. Kegiatan ini telah memberikan pemahaman dan penyadaran peserta terhadap

praktik keuangan yang bertanggung jawab serta bagaimana cara berkomunikasi yang baik serta penggunaan teknologi untuk media promosi produk mereka .



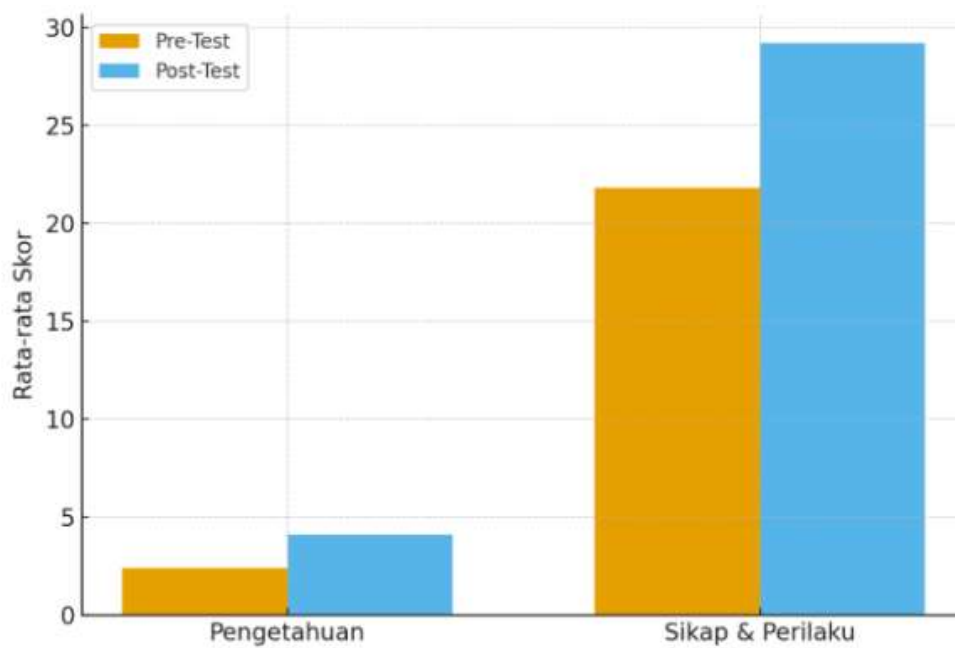
Gambar 1. Peserta Pelatihan Dan Tim Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Saat Pemberian Materi Komunikasi Bisnis Yang Efektif



Gambar 3. Saat Praktik dan Simulasi UMKM Menuju *Digital Branding*



Gambar 4. Perbandingan rerata skor pre test dan post test peserta PkM

Pada gambar 4 menunjukkan peningkatan signifikan rerata skor Pre-Test dan Post-Test dari 48 peserta. Dengan kegiatan pengabdian mengenai kesadaran keuangan dan cara berkomunikasi yang baik menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial serta cara berkomunikasi peserta. Skor rata-rata pengetahuan meningkat dari 2,4 menjadi 4,1 (skala 0 –5), atau naik sebesar 70,8%. Peserta juga menunjukkan perubahan sikap positif, dengan rata-rata skor sikap dan perilaku meningkat dari 21,8 menjadi 29,2 (skala 7–35), atau naik 33,9%. Selain itu, sebanyak 57,1% peserta aktif dalam forum diskusi, menandakan adanya perubahan sosial budaya berupa kebiasaan baru dalam berbagi pengalaman mengelola keuangan serta dalam berkomunikasi. Dengan adanya peningkatan kesadaran mengenai mengelola keuangan serta dalam berkomunikasi, diharapkan kedepannya akan memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM seperti yang diteliti oleh (Adi, Zailani, & Wijiastuti, 2021) bahwa kesadaran keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM serta penelitian oleh Noerchoidah, Nurdina, and Yuli Kurnia Firdausa (2023) bahwa pentingnya berkomunikasi yang baik, *public speaking* dan bernegosiasi dapat meningkatkan bisnis dan kinerja UMKM.

Selanjutnya pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku keuangan dan cara berkomunikasi peserta. Hasilnya digunakan sebagai bahan refleksi dan perbaikan program di masa mendatang. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan kepada 48 pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat tentang kesadaran keuangan dan cara berkomunikasi yang baik, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Peserta menyatakan kegiatan ini menambah pemahaman tentang pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta cara berkomunikasi yang baik dengan konsumen atau rekanan bisnis
- b) Peserta merasa lebih sadar akan pentingnya pencatatan transaksi harian untuk mengontrol arus kas.
- c) Peserta yang sebelumnya belum pernah membuat anggaran bulanan kini memahami cara menyusun perencanaan keuangan sederhana.
- d) Peserta menyadari risiko dari utang dan pentingnya membayar kewajiban tepat waktu.
- e) Peserta lebih termotivasi untuk disiplin dalam mengatur keuangan usaha.
- f) Peningkatan Kemampuan Promosi Peserta : Pelaku UMKM lebih terampil memasarkan produk, baik secara lisan maupun melalui media sosial dan *e-commerce*.
- g) Optimalisasi *Digital Branding* Peserta: UMKM mampu membuat konten, logo, dan slogan yang menarik untuk membangun citra merek yang kuat di era digital.
- h) Komunikasi Bisnis yang Efektif : Peserta mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan menjalin kerjasama dengan mitra atau investor.
- i) Peningkatan Kepercayaan Diri: Meningkatnya rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan konsumen, baik langsung maupun daring.
- j) Kesiapan Menuju Digital: UMKM lebih siap dan adaptif dalam mengadopsi teknologi digital untuk operasional dan pemasaran sehari-hari

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi mitra sasaran. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, serta evaluasi respon peserta, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran

pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan keuangan usaha yang tertib dan terencana serta cara berkomunikasi menjadi lebih baik.

Tujuan pengabdian untuk membekali pelaku UMKM mengenai kesadaran keuangan dan cara berkomunikasi yang baik tercapai secara signifikan. Permasalahan utama mitra, yakni rendahnya pemahaman tentang pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, komunikasi bisnis yang efektif, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berkomunikasi, kesiapan UMKM menuju digital dengan optimalisasi *digital branding* dan peningkatan kemampuan promosi UMKM telah dijawab melalui pendekatan edukatif partisipatif. Metode edukatif partisipatif terbukti efektif dalam mengubah pengetahuan sekaligus perilaku finansial dan cara berkomunikasi UMKM, serta mendorong terwujudnya kemandirian usaha yang lebih sehat secara keuangan dan keterampilan komunikasi persuasif dan kemampuan menyusun strategi branding serta pemasaran digital. Pelaku UMKM diharapkan mampu menggunakan bahasa efektif, membuat profil usaha digital, serta memperluas jangkauan pasar untuk meningkatkan daya saing

Implikasi bagi mitra peningkatan kesadaran finansial dan cara berkomunikasi yang baik memberi dampak langsung pada pencatatan keuangan, pemisahan modal usaha, serta pengelolaan arus kas serta kepercayaan diri dalam berinteraksi. Hal ini mendorong terciptanya kebiasaan baru yang lebih sehat dalam mengelola usaha serta meningkatkan kapabilitas, kematangan sikap kewirausahaan, serta mendorong peningkatan omzet usaha. Selain itu, adanya forum diskusi kelompok memberi nilai tambah berupa penguatan jejaring di antara pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada STIE SEMARANG (USTEDI) atas dukungan, PT. PNM atas kerja sama, serta UMKM sasaran atas partisipasi aktifnya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, J. M., Zailani, A., & Wijiastuti, S. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan (Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kesadaran Keuangan) Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Kasus Di Kalurahan Sumberejo Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Widya Ganecwara*.
- Astuti, S. B., Damayanti, A., Chasbiandani, T., & Rizal, N. (2021). Pandemi Covid-19 dalam Penyajian Pelaporan Keuangan dan Keberlangsungan Usaha melalui Prediksi Kebangkrutan. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 165-171. doi:10.26905/afr.v3i2.5451
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., & Akbar, M. F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi. *Insan Cendikia Mandiri*.

- Fandiyanto, R., Amilia, N., Mubarrizah, N., Darmawa, M. B., Akbar, I. M., & Nurmila, H. R. (2024). Literasi Digital Mahasiswa : Peran Edukasi Fintech Terhadap Kesadaran Keuangan Mahasiswa. *Journal of Digital Business Research*.
- Fatihin, M. K., & Rasyad, A. (2021). Community Empowerment Facilitator Strategy in Pendopo Kembangkopi as a Village Community Learning Effort Based on Social, Economic and Environmental Pillars. Paper presented at the 1st International Conference on Continuing Education and Technology (ICCOET 2021).
- Fauziyanti, W., Hendrayanti, S., Handayani, D. S., & Tamrin, M. (2023). Pelatihan Peningkatan Pemahaman Kapabilitas Inovasi Dan Kapabilitas Teknologi Informasi Pelaku Umkm Kelurahan Krapyak. *Abdi Masya*, 4(2), 113-119. doi:10.52561/abma.v4i2.266
- Guntur, M. (2009). Pemberdayaan ekonomi rakyat: transformasi perekonomian rakyat menuju kemandirian dan berkeadilan : KUBE sebagai suatu paradigma alternatif dalam membangun soko guru: Sagung Seto.
- Hamdan, Y., Ratnasari, A., & Hirzi, A. T. (2015). Keterampilan ini sangat penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha, mengingat kemampuan negosiasi yang baik dapat membantu pelaku usaha mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan, sementara public speaking yang efektif dapat meningkatkan pemasaran . *Mimbar*.
- Hisam, M. (2023). Pemahaman dan Penyadaran Masyarakat Terhadap Praktek Keuangan yang Bertanggung Jawab. *Altin Riset Publishing*, Vol.1.
- Ismail, M., Sudjiman, L. S., & Ferinia, R. (2023). Literasi Finansial, Kesadaran Digital, Posisi Manajerial: Sebuah Bukti dari Riset Keuangan. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14 (1), 29-42. doi:10.32670/coopetition.v14i1.2906
- Kartawira, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Startegi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Martono, A., Indraswari, T., & Dewi, K. S. (2024). Sosialisasi Manajemen Keuangan Individu dalam Meningkatkan Kesadaran Financial kepada Karyawan KSPSS Arrahmah.
- Nashrullah, R. (2021). Pendidikan Keuangan Keluarga, Kesadaran Keuangan dan Tingkat Personal Finance. *Financial Review*, 3(2), 172-179.
- Nuraeni, S., & Manjaleni, R. (2024). Analisis Penerapan Program Pnm Mekaar Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *STAR*, 21(2), 74-81.
- Noerchoidah, Nurdina, and Yuli Kurnia Firdausa. 2023. "Pentingnya Public Speaking Dan Negoisasi Bisnis Bagi UMKM Desa Wage Kecamatan Taman- Sidoarjo." *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*.

- Palenti, C. D., & Jasman, S. (2021). Peningkatan keterampilan komunikasi melalui participatory learning pada kegiatan pemberdayaan masyarakat. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 87-98.
- Prameswari, S., Nugroho, M., & Pristiana, U. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kesadaran Keuangan, Pendapatan Terhadap Kesejahteraan Keuangan dengan Perilaku Keuangan dan Inklusi Keuangan. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 505516.
- Rahman, F., Hasiara, L. O., & Juri, M. (2024). *Komunikasi Bisnis*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Rouddah, K. N., Barakah, C. S., & Novel, N. J. A. (2021). Analisis Negosiasi Bisnis Perusahaan Trading Dengan Kopi Toraja (Studi Pada Pt. Danapati Prakasa Sentosa). *Jurnal Bisnis STRATEGI*.
- Setyawan, Antonius Ary, Endy Gunawan Marsasi, Yenni Kurnia Gusti, M Joni, and Ansri Jayanti. 2025. "Program Peningkatan Keterampilan Negosiasi Dan Penjualan Untuk Pelaku Usaha Kecil." *Communnity Development Journal*.
- Suprpto, H. A., Wahyuni, S., Zeinora, Hapsari, F., Herawati, M., Lutvaidah, U., Alifah, S. (2025). Meningkatkan Kesadaran Finansial: Penyuluhan Literasi Keuangan untuk Siswa SMA Upaya Mewujudkan Generasi Melek Finansial. *Abdimas*, 2(1)
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*
- Yasmin, Lovina. 2025. "Materi Public Speaking Yang Baik: Kunci Keberhasilan Pelatihan Public Speaking." *Presenta*. 2025. <https://presenta.co.id/artikel/materi-public-speaking/>.