

OPTIMALISASI KINERJA DAN DAYA SAING UMKM SABUN BATANGHARI RIVER MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL

Irfan Hassandi¹, Mardiana R², Widyadhana Candraningtias³,
Putri Indri Fitria Ningrum⁴, Reynhard Laurent Yunata⁵

^{1,2,3,4,5}

Universitas Dinamika Bangsa, Kota Jambi, Jambi, Indonesia

Alamat Korespondensi: Jl. Jend. Sudirman, The Hok, Jambi Selatan, Kota Jambi

E-mail Korespondensi: ¹irfanhassandi@unama.ac.id

Abstrak

Usaha mikro kecil menengah Sabun Batanghari River menghadapi berbagai kendala operasional yang mencakup proses produksi manual, jangkauan pemasaran terbatas, serta pengelolaan keuangan konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja dan daya saing mitra melalui implementasi transformasi digital. Pendekatan yang diterapkan meliputi analisis kebutuhan, pengadaan teknologi berupa mesin pengaduk otomatis, serta pelatihan komprehensif terkait operasional mesin, pemasaran media sosial, dan digitalisasi pencatatan akuntansi keuangan. Hasil pelaksanaan program menunjukkan peningkatan signifikan pada efisiensi waktu dan kapasitas produksi. Selain itu, inisiatif ini berhasil memperluas jangkauan pasar melalui pembentukan identitas merek digital, menginisiasi pencatatan keuangan tersistem, serta mendorong inovasi melalui pengembangan produk turunan baru. Kesimpulannya, intervensi teknologi dan digitalisasi secara holistik terbukti mampu meningkatkan produktivitas serta daya saing industri skala mikro, meskipun pendampingan lanjutan tetap krusial untuk memastikan keberlanjutan program pemasaran dan administrasi keuangan.

Abstract

The micro, small, and medium enterprise Batanghari River Soap faced operational constraints encompassing manual production processes, limited marketing reach, and conventional financial management. This community service program aims to optimize the partner's performance and competitiveness through the implementation of digital transformation. The applied approach includes needs analysis, technological procurement of automated mixing machines, and comprehensive training on machine operation, social media marketing, and digitized financial accounting records. The program's execution resulted in a substantial increase in time efficiency and production capacity. Furthermore, this initiative successfully expanded market reach through the establishment of a digital brand identity, initiated systematized financial recording, and fostered innovation through the development of new derivative products. In conclusion, technological intervention and holistic digitalization are proven to escalate the productivity and competitiveness of micro-scale industries, although continuous mentoring remains crucial to ensure the sustainability of marketing and financial administration programs.

Kata kunci: Daya Saing, Inovasi Produk, Kinerja Operasional, Transformasi Digital

1. PENDAHULUAN

UMKM Sabun Batanghari River merupakan usaha mikro produktif yang bergerak di bidang manufaktur produk kebersihan rumah tangga, seperti pembersih lantai, pewangi konsentrat softener, sabun cuci piring, dan detergen cair konsentrat. Usaha ini didirikan pada tahun 2023 dan berlokasi di Kelurahan Bagan Pete, Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi. Secara kewilayahan,

mitra memiliki potensi sumber daya manusia produktif, kedekatan dengan pasar lokal, dan akses distribusi yang cukup memadai sehingga berpeluang dikembangkan sebagai industri kecil bernilai tambah. Dalam perkembangannya, pengelolaan usaha masih dilakukan secara tradisional dan belum terintegrasi. Kondisi tersebut terlihat pada proses produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran yang masih dilakukan secara sederhana. Pemasaran masih mengandalkan penjualan langsung dan jaringan personal, sementara pemanfaatan teknologi digital belum optimal. Pencatatan keuangan juga belum terdigitalisasi sehingga mitra mengalami kesulitan dalam menghitung biaya produksi, harga pokok produksi, dan margin keuntungan secara akurat. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan sistem usaha yang terintegrasi dari hulu hingga hilir.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Sabun Batanghari River melalui penguatan ekosistem manufaktur berbasis transformasi digital, khususnya pada aspek produksi, manajemen operasional dan keuangan, serta pemasaran. Kegiatan ini selaras dengan SDG 8 dan SDG 9 (Triani et al., 2025), mendukung IKU 2, IKU 3, dan IKU 5 (Isnanto & Sulaiman, 2025), serta sejalan dengan Asta Cita dan fokus RIRN pada Manufaktur dan Material Maju (Mubarok, 2026). Melalui pendekatan integratif tersebut, kegiatan diharapkan mampu meningkatkan efisiensi, kualitas, keberlanjutan, dan daya saing UMKM.

Hasil observasi dan diskusi awal menunjukkan bahwa proses produksi UMKM Sabun Batanghari River masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana. Kapasitas produksi rata-rata sekitar 100 liter per hari, bergantung pada ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan permintaan. Belum tersedia sistem perencanaan produksi yang baku sehingga volume produksi masih fluktuatif dan pemenuhan permintaan belum konsisten. Proses produksi meliputi pencampuran bahan bahan dan pengadukan serta pemindahan hasil produksi ke tempat penyimpanan, tetapi belum memiliki SOP tertulis yang baku. Waktu produksi juga belum terukur secara konsisten dan belum terdapat pencatatan produksi harian yang sistematis.



Gambar 1 Foto Produk Batanghari River

Produk yang dihasilkan berupa sabun cair dan sabun batang untuk kebutuhan rumah tangga dengan ukuran 100 ml hingga 5000 ml dan kisaran harga Rp1.700–Rp70.000. Produksi tercatat sekitar 100 Liter per hari. Meskipun secara visual produk relatif konsisten, kualitas masih bergantung pada pengalaman individu pelaku usaha sehingga diperlukan standardisasi prosedur kerja untuk menjaga konsistensi proses dan hasil produksi. Pada aspek manajemen, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan tidak rutin serta belum terpisah dari keuangan pribadi. Kondisi ini menyebabkan mitra kesulitan membuat laporan keuangan usaha dan menghitung harga pokok produksi secara akurat.

Pada aspek pemasaran, penjualan masih terbatas pada penjualan langsung dan relasi personal. Produk belum dikelola secara optimal melalui media sosial maupun marketplace dan

belum memiliki identitas merek digital yang kuat. Kemasan produk masih menggunakan plastik zip membuat produk kurang menarik, perlu diferensiasi packing botol ditawarkan ke pembeli. Selain itu, produk yang hanya satu jenis mengharuskan adanya inovasi produk agar usaha memiliki diferensiasi produk yang bisa ditawarkan kepada pembeli.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama mitra meliputi (1) belum optimalnya kuantitas produk yang dihasilkan (2) perlunya pengembangan produk baru turunan dari produk yang sudah ada untuk memberikan diferensiasi kepada pembeli (3) lemahnya pencatatan dan pengelolaan keuangan, serta (4) terbatasnya pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi strategis untuk membangun sistem usaha yang terintegrasi dari hulu hingga hilir berbasis inovasi dan transformasi digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha Batanghari River di Bagan Pete, Kota Jambi. Terdapat beberapa metode dan tahapan pelaksanaan dalam kegiatan ini guna melaksanakan rancangan Solusi yang telah dibuat untuk pengembangan usaha tersebut. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatannya Adalah sebagai berikut:

2.1 Tahapan Analisis Kondisi dan Kebutuhan Mitra

Untuk membuat kegiatan ini tepat sasaran, tentunya tim pengabdian harus melakukan analisis kondisi dan kebutuhan mitra pengabdian. Adapun tahapan analisis Adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Persiapan Awal

Tim pengabdian melakukan pertemuan awal dengan mitra pengabdian yaitu Batanghari River. Pertemuan awal ini bertujuan untuk menganalisis kondisi eksisting dari usaha Batanghari River. Untuk menganalisis kondisi awal ini, Tim pengabdian melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha, dan karyawan serta melakukan observasi langsung di tempat usaha.

2. Studi Literatur dan Pengembangan Solusi

Setelah mendapatkan kondisi awal, tim melakukan pengembangan Solusi apa yang pas untuk permasalahan pada UMKM ini. Disamping itu, dalam merumuskan Solusi, tim menggunakan pendekatan akademis dengan studi literatur sehingga akan ada sinkronisasi antara sisi akademis dan praktisnya.

2.2 Tahapan Perencanaan Kegiatan

Setelah melakukan analisis masalah dan pengembangan Solusi, Langkah selanjutnya Adalah merencanakan kegiatan. Adapun rencana kegiatan pengabdian ini Adalah:

1. Sosialisasi kegiatan. Setelah disetujui oleh Kementerian Pendidikan tinggi, Tim pengabdian Kembali menemui UMKM untuk mensosialisasikan kegiatan yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini.
2. Penyebaran alat teknologi dan pelatihan penggunaan sosial media untuk peningkatan penjualan. Pelatihan penggunaan alat teknologi agar teknologi dapat digunakan dengan baik oleh mitra. Pelatihan pencatatan keuangan dan perhitungan HPP agar keuangan usaha dapat tercatat dengan baik dan laporan keuangan usaha bisa dihasilkan dengan akurat.

2.3 Tahap Pelaksanaan Program dan Partisipasi Mitra

Setelah penyusunan rencana kegiatan dan juga sosialisasi kegiatan kepada Batanghari River, Langkah selanjutnya adalah pelaksanaan program. Pelaksanaan program dimulai dengan sosialisasi kegiatan dan dilanjutkan dengan penyerahan alat. Adapun alat yang diberikan adalah Mesin pengaduk otomatis dengan rangka, tangki penyimpanan, bor listrik, pompa cairan, bahan

baku Methanol, botol packing dan mesin pengaduk single. Lalu, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan. Ada 3 pelatihan yang dilakukan yaitu penggunaan alat teknologi untuk peningkatan kapasitas produksi, pelatihan penggunaan sosial media dan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan. Peran dan tugas tim pelaksanaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Peran dan Tugas Tim Pelaksana

Nama	Tugas	Kompetensi
Irfan Hassandi, S.Mn., M.A.B.	Koordinator program: bertanggung jawab untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai tahapan. Pelatih penggunaan sosial media, <i>e-commerce</i> dan pemasaran digital. Bertanggung jawab publikasi media massa, dan video kegiatan.	Kewirausahaan, Pemasaran
Mardiana R, S.M.,M.B.A.	Pelatih penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital dan keuangan usaha dan manajemen administrasi kegiatan serta penyusunan laporan akhir dan artikel pengabdian.	Manajemen Keuangan
Widyadhana Candraningtias, S.M., M.M.	Menjadi pelatih penggunaan alat teknologi operasional. Bertanggung jawab atas poster, spanduk, serta penyusunan laporan akhir dan artikel pengabdian.	Manajemen Operasional
Putri Indri Fitria Ningrum	Membantu tim pengabdian mengumpulkan data, dokumentasi, dan peralatan kegiatan.	Kewirausahaan
Reynhard Laurent Yunata	Membantu tim pengabdian mengumpulkan data, dokumentasi, dan peralatan kegiatan.	Kewirausahaan

2.4 Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan melalui perbandingan beberapa indikator produksi dan perkembangan usaha sebelum dan sesudah kegiatan, meliputi output produksi, waktu proses, waktu pemindahan, kapasitas penyimpanan, aktivitas pemasaran digital, serta penerapan pencatatan keuangan. Serta adanya 1 pengembangan produk yang dilakukan oleh UMKM Batanghari River.

2.5 Tahap Pelaporan

Pada tahapan ini, tim melakukan pelaporan kepada Kemendiktisaintek selaku pemberi dana tentang bagaimana kegiatan ini berjalan. Pelaporan terbagi kedalam 2 tahapan. Tahap 80% kegiatan dan 100% kegiatan. Laporan akan berisi ringkasan kegiatan yang sudah dijalankan, bukti dokumentasi, capaian luaran sementara, dan realisasi penggunaan dana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah membuat perencanaan kegiatan apa yang akan dilakukan guna menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra UMKM, Langkah selanjutnya adalah mengekskusi perencanaan kegiatan menjadi pelaksanaan kegiatan secara langsung. Adapun kegiatan telah berjalan sesuai dengan tahapan rencana, berikut rincian kegiatannya:

3.1 Sosialisasi Kegiatan

Tahapan sosialisasi merupakan Langkah penting di awal kegiatan. Sosialisasi ini ditujukan untuk memastikan bahwa informasi perihal kegiatan ini dapat tersampaikan dengan baik dan jelas. Adapun yang disosialisasikan adalah menjelaskan tujuan, manfaat, dan rencana jadwal pelaksanaan kegiatan kepada pemilik Batanghari River. Selain itu, tim pengabdian juga menjelaskan perihal teknologi apa yang akan diberikan kepada mitra UMKM. Melalui pertemuan

ini, tim pengabdian memastikan ketersediaan jadwal mitra untuk dapat mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian serta pelatihan.



Gambar 2 Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

3.2 Penyerahan Peralatan Mitra

Kegiatan selanjutnya adalah penyerahan alat teknologi kepada mitra Batanghari River. Adapun peralatan yang diserahkan kepada mitra adalah Mesin Pengaduk Sabun, bor listrik untuk benih sabun, botol packing 1 liter, mesin pump pemindah cairan, timbangan, mesin pengaduk single, tong HDPE untuk penampungan sabun yang sudah di produksi, dan Methanol Derigen 20 Liter. Adapun pemilihan alat ini sudah didasari hasil wawancara dengan pemilik usaha, observasi usaha, dan juga studi literatur. Kegiatan serah terima dilakukan secara simbolis oleh ketua tim pengabdian, Irfan Hassandi, S.Mn., M.A.B. dan pemilik Batanghari River, M Arif Zuhdi R. Kegiatan ini disaksikan juga oleh anggota tim pengabdian, mahasiswa, dan juga tim Batanghari River. Pemberian alat teknologi ini bertujuan untuk memperkuat sisi operasional usaha khususnya aspek produksi. Sehingga adanya peningkatan kapasitas dan kualitas produksi dari Sabun Batanghari River.



Gambar 3 Penyerahan Alat Kepada Mitra

3.3 Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan Operasional

Setelah pemberian alat teknologi, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan dan pendampingan kegiatan operasional. Adapun pelatihan akan berfokus kepada penggunaan dan perawatan peralatan teknologi yang telah diberikan. Mitra dilibatkan langsung dalam praktik penggunaan mesin baik untuk produksi sabun hingga pemindahan sabun ke tempat penyimpanan. Selama pelatihan, tim memastikan proses produksi dengan teknologi berjalan dengan benar, serta memberikan Solusi jika terjadi masalah.



Gambar 4 Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan Operasional

3.4 Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan Pemasaran dan Penggunaan Sosial Media

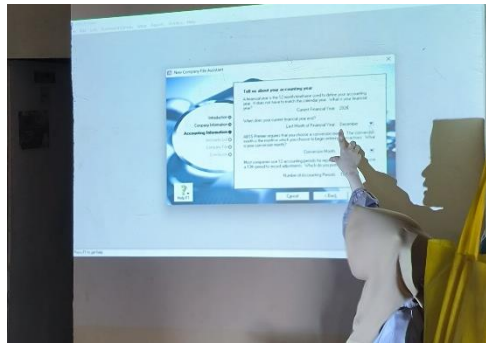
Pelatihan dan pendampingan selanjutnya adalah dari aspek pemasaran. Pada kegiatan ini, berfokus melatih dan mendampingi Usaha Batanghari River dalam menggunakan sosial media khususnya instagram dalam meningkatkan penjualan usaha. Sosial media difokuskan untuk pengembangan konten dan manajemen audiens (Anggraeni & Rahman, 2024). Konten yang baik akan memberikan nilai tambah untuk citra merek dari Batanghari River (Indriyani et al., 2024). Dengan konten yang baik dan menarik diharapkan adanya peningkatan penjualan produk Batanghari river. Selain itu, guna meningkatkan citra merek di sosial media, tim juga melatih pengeditan konten khususnya konten foto, seperti poster untuk usahanya. Sehingga nanti dengan poster yang menarik dapat membantu menarik pembeli untuk peningkatan penjualan.



Gambar 5 Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan Pemasaran Digital

3.5 Pelatihan dan Pendampingan Keuangan Usaha

Pelatihan dan pendampingan berikutnya adalah penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital. Aplikasi pencatatan yang diberikan adalah MYOB. Aplikasi ini diberikan guna mempermudah usaha dalam mencatat transaksi usaha, baik pengeluaran ataupun pemasukan. Selain itu, MYOB mampu membantu usaha dalam mencatat persediaan, sehingga usaha bisa memantau persediaan masuk dan keluar (Betan et al., 2025). Selain itu, MYOB mampu membantu usaha dalam mencatat harga pokok penjualan produk (HPP), sehingga pemilik bisa mengetahui pasti modal produk mereka dan melakukan efisiensi ataupun penghitungan ulang margin usahanya (Krisnawati et al., 2025). Dalam pelatihan ini, pemilik dan tim diajarkan untuk cara penggunaan, pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan serta fitur lainnya dari MYOB.



Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan Keuangan Usaha

3.6 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui perubahan kondisi mitra setelah penerapan teknologi, pelatihan, dan pendampingan. Evaluasi mencakup aspek produksi, kapasitas SDM, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Hasil evaluasi dibandingkan dengan kondisi awal mitra sehingga capaian program dapat diukur secara lebih objektif.

Tabel 2 Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Aspek yang Dievaluasi	Kondisi Sebelum	Kondisi Setelah Kegiatan	Perubahan
Produksi	Produksi ± 100 L/hari; waktu produksi 100 L ± 4 jam; pemindahan ± 2 jam; penyimpanan ± 150 L	Produksi ± 200 L/hari; waktu produksi 100 L ± 2 jam; pemindahan ± 1 jam; penyimpanan 300 L	Efisiensi waktu produksi 50%; kapasitas produksi meningkat 100%; pemindahan lebih efisien 50%; kapasitas penyimpanan meningkat 100%. Bukti berupa observasi, pengukuran waktu, dan penggunaan mesin/pompa/tangki.
Kapasitas SDM	100% belum memiliki pengetahuan penggunaan alat produksi dan MYOB; 79,17% belum memiliki pengetahuan media sosial	Setelah pelatihan terjadi peningkatan respons pemahaman pada penggunaan alat, media sosial, dan MYOB	Dibuktikan melalui hasil pre-test dan post-test serta praktik penggunaan teknologi pada lampiran 8.
Pemasaran Digital	Penjualan masih mengandalkan penjualan langsung dan jaringan personal	Instagram mulai digunakan sebagai kanal pemasaran; Adanya penjualan yang terjadi diluar daerah bagan pete	Terbentuk kanal pemasaran digital dan muncul respons pasar awal. Peningkatan penjualan secara persentase belum dapat

Pengembangan Produk Baru	Produk yang dijual hanya sabun Cuci Piring	Adanya beberapa produk yang dikembangkan: Sabun cuci tangan (Prototype), Detergen Cair, Parfum Laundry	diukur karena periode pemantauan masih terbatas.
	Pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual	Akun MYOB telah dibuat dan mitra telah mendapatkan pelatihan pencatatan transaksi.	Adanya 3 produk baru yang dikembangkan untuk memberikan diferensiasi kepada pembeli.
Keuangan Usaha			Terjadi perubahan dari sistem manual menuju penerapan awal pencatatan keuangan digital. Penggunaan rutin MYOB masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Berdasarkan hasil evaluasi, perubahan paling terukur terdapat pada aspek operasional produksi, yaitu peningkatan kapasitas dan efisiensi waktu setelah penerapan teknologi. Pada aspek pemasaran dan keuangan, capaian pada tahap laporan kemajuan ini masih berada pada tahap awal, ditunjukkan dengan mulai aktifnya kanal pemasaran digital dan tersedianya sistem MYOB.



Gambar 7 Instagram Batanghari River



Gambar 8 Penggunaan Alat Teknologi



Gambar 9 Tampilan Aplikasi MYOB Batanghari River



Gambar 10 Pengembangan Produk UMKM Batanghari River

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Sabun Batanghari River telah dilaksanakan melalui penerapan teknologi produksi, penguatan pemasaran digital, serta digitalisasi manajemen keuangan. Program dilaksanakan melalui sosialisasi, penyerahan teknologi, pelatihan, pendampingan, praktik penggunaan, dan evaluasi dengan melibatkan mitra secara langsung. Penerapan mesin pengaduk otomatis, pompa cairan, tangki HDPE, serta peralatan pendukung memberikan peningkatan kinerja produksi yang terukur. Waktu produksi 100 liter sabun berkurang dari sekitar 4 jam menjadi 2 jam atau mengalami efisiensi 50%. Kapasitas produksi meningkat dari sekitar 100 liter menjadi 200 liter per hari atau sebesar 100%, sedangkan kapasitas penyimpanan meningkat dari sekitar 150 liter menjadi 300 liter atau sebesar 100%. Waktu pemindahan hasil produksi juga berkurang dari sekitar 2 jam menjadi 1 jam. Pada aspek pemasaran, mitra telah memiliki alternatif kemasan 500 ml dan 1 liter serta mulai memanfaatkan Instagram sebagai kanal pemasaran digital. Pada aspek manajemen, akun MYOB telah dibuat dan mitra telah mendapatkan pelatihan pencatatan transaksi, persediaan, dan HPP. Selain itu, ada 2 produk baru yang dikembangkan dan sudah dijual dipasar. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra setelah pelatihan. Secara keseluruhan, program telah memberikan dampak nyata terutama pada efisiensi dan kapasitas produksi, sementara pemasaran digital dan pencatatan keuangan masih memerlukan penguatan agar memberikan dampak yang lebih optimal dan berkelanjutan.

4.2 Saran

Adapun saran yang bisa diberikan untuk kegiatan pengabdian kedepannya:

1. Mitra perlu mempertahankan penggunaan dan melakukan perawatan rutin terhadap seluruh peralatan teknologi agar peningkatan efisiensi dan kapasitas produksi dapat berlangsung secara berkelanjutan.

2. Mitra perlu menerapkan SOP produksi, pemindahan, penyimpanan, kebersihan, dan perawatan peralatan untuk menjaga konsistensi proses dan kualitas produk.
3. Pencatatan keuangan melalui MYOB perlu dilakukan secara rutin, khususnya untuk transaksi, persediaan, HPP, dan laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.
4. Pemasaran melalui Instagram perlu dilakukan secara konsisten dengan mengembangkan konten dan memantau respons serta penjualan dari kanal digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terlaksana dengan dukungan pendanaan dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2026 dengan skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat yang diselenggarakan oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi. Ucapan Terimakasih juga kami sampaikan kepada Universitas Dinamika Bangsa atas dukungan, fasilitas, dan kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, S., & Rahman, T. (2024). Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Usaha Terang Bulan Legend Sidoarjo. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3).
- Betan, Y. K., Arief, R. M., Sulaksono, A. G., & Pramaditya, H. (2025). ANALISIS EFEKTIVITAS PEMANFAATAN APLIKASI MYOB MENGGUNAKAN METODE TAM. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(2), 2300–2309.
- Indriyani, R., Dewi, A. R., & Kempa, S. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Mendukung Kinerja Pemasaran Evaluasi Dampak Value Co-Creation dan Produktivitas Kerja. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 15(6).
- Isnanto, B., & Sulaiman, R. (2025). EVALUASI KINERJA AKADEMIK DOSEN BERBASIS MACHINE LEARNING SEBAGAI DASAR PENINGKATAN IKU. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 16(4), 721–727.
- Krisnawati, D., Sherlinda, S., & Masitoh, G. (2025). Analisis Persepsi Pengguna MYOB Accounting dalam Penyusunan Laporan Keuangan: Kemudahan, Efisiensi, dan Akurasi. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(4), 1182–1193.
- Mubarok, R. (2026). Integrating the Deep Learning Paradigm and Asta Cita Values in the Development of Multicultural Islamic Religious Education in Indonesia. *J-TELITE: Journal of Transforming Education through Leadership, Innovation, and Teaching Excellence*, 2(01), 56–72.
- Triani, S. M., Malini, H., Zhafirah, N. U., Yulia, P. M., Lestari, N., & Alfanny, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM Desa Lingga Melalui Legalitas Nomor Induk Berusaha Berbasis SDGs. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 508–519.

