

SOSIALISASI DIGITALISASI MARKETING DAN PENCATATAN AKUNTANSI PADA UMKM DI DESA SELEBUNG

Syarifah Massuki Fitri^{1*}, Muhammad Syukri¹, Suandi¹

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram, Indonesia

*Corresponding Author: syarifah.mfitri@gmail.com

Article Info

Article History:

Received March 6, 2026

Revised June 10, 2026

Accepted June 29, 2026

Keywords:

digital marketing;
community economy;
accounting records;
MSMEs

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Meskipun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pemasaran digital dan pencatatan akuntansi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Selebung dalam memanfaatkan digital marketing serta menerapkan pencatatan akuntansi sederhana dalam pengelolaan usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi dan identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, serta pendampingan kepada 15 orang peserta. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktik sederhana terkait pemanfaatan media digital untuk kegiatan pemasaran serta pencatatan kas masuk dan kas keluar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya masih melakukan pencatatan keuangan secara manual dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mempromosikan produk. Setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan, peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan akuntansi serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM mampu mengelola usaha secara lebih efektif, meningkatkan daya saing usaha, serta mendukung keberlanjutan usaha di era digital.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting the community's economy. However, MSMEs still face various challenges in managing their businesses, particularly in digital marketing and accounting. This community service activity aims to improve the knowledge and skills of MSMEs in Selebung Village in utilizing digital marketing and implementing simple accounting records in business management. The activity was implemented through several stages: observation and problem identification, program planning, outreach and training, and mentoring for 15 participants. The methods used included lectures, discussions, and simple practices related to the use of digital media for marketing activities and recording cash inflows and outflows. The results of the activity showed that most MSMEs previously maintained manual financial records and had not optimally utilized social media to promote their products. After participating in the outreach and training activities, participants experienced an increased understanding of the importance of accounting records and the use of digital platforms as a means of product marketing. Through this activity, it is hoped that MSMEs will be able to manage their businesses more effectively, increase their competitiveness, and support business sustainability in the digital era.

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



How to cite: Fitri, S. M., Syukri, M., & Suandi, S. (2026). SOSIALISASI DIGITALISASI MARKETING DAN PENCATATAN AKUNTANSI PADA UMKM DI DESA SELEBUNG. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 5(2), 363–368. <https://doi.org/10.55681/devote.v5i2.5993>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peran tersebut diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja serta penyediaan berbagai produk barang dan jasa bagi masyarakat (Pahmi et al., 2024). Seiring dengan perkembangan ekonomi digital, penerapan digitalisasi marketing dan pencatatan akuntansi menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM agar mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mengelola informasi

keuangan secara lebih efektif dan akurat (Fitri et al., 2025). Digitalisasi pemasaran memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan teknologi dan berbagai platform daring untuk mempromosikan produk secara lebih luas. Di sisi lain, pencatatan akuntansi yang baik berfungsi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha, pengendalian keuangan, serta perencanaan bisnis yang berkelanjutan (Fitri & Syukri, 2024). Oleh karena itu, penerapan digital marketing yang disertai dengan pencatatan akuntansi yang tertib menjadi faktor penting beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dalam mewujudkan pengelolaan usaha yang lebih profesional dan mampu. Transformasi digital pada UMKM tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi pemasaran, tetapi juga mencakup penggunaan sistem informasi akuntansi yang mampu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, serta kinerja keuangan usaha. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa integrasi digital marketing dan sistem pencatatan keuangan berbasis digital memberikan kontribusi positif terhadap daya saing dan keberlanjutan UMKM, terutama pada wilayah yang sedang beradaptasi dengan ekonomi digital (Latifah et al., 2021; Al-Hattami, 2025). Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan transformasi bisnis dan perlu didukung melalui kegiatan pelatihan serta pendampingan yang berkelanjutan.

Desa Selebung memiliki berbagai pelaku UMKM yang bergerak pada sektor perdagangan, pembuatan perabot rumah tangga berbahan sabut kelapa, serta usaha pengolahan makanan. Keberadaan UMKM tersebut menjadi salah satu sumber penghasilan masyarakat dan berkontribusi terhadap perekonomian desa. Namun, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Selebung masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha, terutama pada aspek pemasaran dan pencatatan keuangan. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan jaringan pertemanan, sementara pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi belum dilakukan secara optimal. Selain itu, pencatatan transaksi usaha masih dilakukan secara sederhana, bahkan sebagian pelaku usaha belum memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memantau perkembangan usaha dan mengambil keputusan bisnis secara tepat.

Permasalahan tersebut sejalan dengan berbagai temuan yang menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital, baik dalam kegiatan pemasaran maupun dalam pengelolaan keuangan usaha. Salah satu permasalahan yang sering ditemukan adalah rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai pencatatan akuntansi, sehingga sebagian besar masih melakukan pencatatan secara manual bahkan tidak melakukan pencatatan secara sistematis (Fitri et al., 2023). Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat serta menghambat proses pengambilan keputusan dalam bisnis (Syukri et al., 2024). Selain itu, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi juga menyebabkan pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan media digital secara maksimal sebagai sarana pemasaran. Promosi produk umumnya masih dilakukan melalui cara sederhana seperti menggunakan media sosial pribadi atau jaringan pertemanan yang dimiliki, misalnya melalui Facebook (Fitri et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih berada pada tahap awal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan usahanya. Kondisi tersebut sejalan dengan berbagai hasil penelitian yang menemukan bahwa rendahnya kesiapan organisasi, keterbatasan kompetensi digital, serta kurangnya pemahaman terhadap sistem pencatatan keuangan berbasis teknologi masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM. Akibatnya, banyak pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal untuk memperluas pasar maupun meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan usaha.

Berdasarkan kondisi UMKM di Desa Selebung tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi marketing serta menerapkan pencatatan akuntansi sederhana secara lebih sistematis. Melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami pentingnya pemasaran digital dalam memperluas pasar serta meningkatkan penjualan produk (Pahmi et al., 2024). Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memberikan pemahaman mengenai teknik pencatatan akuntansi sederhana yang dapat membantu pelaku usaha dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan, serta menyusun laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha (Fitri & Syukri, 2024). Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih efektif, transparan, dan berkelanjutan (Fitri et al., 2023).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Selebung. Tahap awal kegiatan dimulai dengan melakukan observasi serta identifikasi permasalahan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi nyata yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya terkait praktik pemasaran dan pencatatan keuangan usaha. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pengumpulan informasi melalui pengamatan langsung serta diskusi bersama pelaku usaha untuk memahami berbagai kendala yang mereka hadapi, seperti keterbatasan pemanfaatan media digital dalam pemasaran dan pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana atau manual.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian kemudian menyusun rencana kegiatan yang mencakup penyusunan materi sosialisasi, penyediaan modul pencatatan akuntansi sederhana, serta penentuan strategi pelaksanaan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan melalui metode ceramah, presentasi, serta diskusi interaktif. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya digitalisasi marketing dalam memperluas jangkauan pasar serta pengenalan pencatatan akuntansi sederhana untuk membantu pelaku UMKM dalam mengelola transaksi keuangan usaha. Selain penyampaian materi, peserta juga diberikan contoh praktik sederhana mengenai pencatatan kas masuk dan kas keluar serta pemanfaatan media digital untuk kegiatan promosi produk. Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, tim pengabdian memberikan pendampingan kepada para peserta agar mereka dapat menerapkan materi yang telah diberikan. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM mampu menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara konsisten serta mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran dalam kegiatan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Selebung yang berfokus pada pemanfaatan digitalisasi marketing dan penerapan pencatatan akuntansi sederhana. Kegiatan ini diikuti oleh 15 orang pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha, antara lain perdagangan, pembuatan perabot rumah tangga berbahan sabut kelapa, serta usaha tahu goreng. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran produk serta pengelolaan keuangan usaha yang lebih terstruktur melalui pencatatan akuntansi sederhana. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi selama kegiatan berlangsung, diketahui bahwa sebagian besar peserta masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan media digital untuk kegiatan pemasaran. Dari 15 peserta yang mengikuti kegiatan, sebagian besar mengaku masih melakukan pencatatan keuangan secara manual dan belum memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Selain itu, mayoritas peserta menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi pribadi dan belum memanfaatkannya secara optimal untuk kegiatan promosi produk. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital dan literasi akuntansi pelaku UMKM di Desa Selebung masih perlu ditingkatkan.

Partisipasi peserta selama kegiatan menunjukkan respons yang positif. Hal tersebut terlihat dari keterlibatan aktif peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Salah satu peserta, yaitu Pak Jhon yang menjalankan usaha pembuatan perabot rumah tangga berbahan sabut kelapa, menyampaikan bahwa dirinya masih mengalami kesulitan dalam membedakan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana sehingga berpotensi menimbulkan kesulitan dalam menghitung keuntungan dan mengevaluasi kinerja usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa kapasitas pengelolaan keuangan pelaku UMKM masih perlu diperkuat melalui peningkatan literasi akuntansi dan pemanfaatan sistem pencatatan yang lebih terstruktur. Temuan ini sejalan dengan Latifah et al. (2021) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berperan penting dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan kinerja usaha. Pada aspek pencatatan akuntansi, kegiatan sosialisasi memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya pencatatan kas masuk dan kas keluar serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa pencatatan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi transaksi, tetapi juga sebagai alat pengendalian dan dasar pengambilan keputusan usaha. Hasil ini sejalan dengan pendapat Fitri dan Syukri (2024) yang menyatakan bahwa pencatatan akuntansi sederhana membantu pelaku UMKM memantau kondisi keuangan usaha secara lebih terukur. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Latifah

et al. (2021) yang menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi berperan dalam meningkatkan kinerja usaha melalui penyediaan informasi yang relevan dan akurat bagi pelaku usaha. Pada aspek digital marketing, hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan promosi melalui akun media sosial pribadi dengan jangkauan yang terbatas. Setelah memperoleh sosialisasi, peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media sosial secara lebih profesional, pemanfaatan konten visual yang menarik, serta strategi promosi yang dapat menjangkau konsumen lebih luas. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan adanya perubahan persepsi peserta terhadap pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha. Temuan tersebut menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya transformasi digital dalam kegiatan pemasaran. Hasil ini sejalan dengan Sagala dan Ōri (2024) yang menjelaskan bahwa kemampuan adopsi teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Selain itu, Barragan dan Becker (2024) menemukan bahwa orientasi digital yang kuat dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Selain itu, Gonzalez-Varona et al. (2024) menjelaskan bahwa kemampuan adopsi teknologi digital merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi marketing dan pencatatan akuntansi merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam pengembangan UMKM. Digital marketing berperan dalam meningkatkan akses pasar dan potensi penjualan, sedangkan pencatatan akuntansi menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan dalam mengelola pertumbuhan usaha. Temuan ini mendukung pandangan Al-Hattami (2025) yang menyatakan bahwa integrasi teknologi digital dan sistem pencatatan keuangan dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik. Meskipun kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta, terdapat beberapa keterbatasan yang masih perlu diperhatikan. Sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk menerapkan pencatatan akuntansi secara konsisten dan mengoptimalkan penggunaan media digital dalam pemasaran produk. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang berkelanjutan diperlukan agar proses transformasi digital dan pengelolaan keuangan UMKM dapat berjalan secara optimal. Dengan adanya pendampingan yang berkesinambungan, pelaku UMKM di Desa Selebung diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha, memperluas pasar, serta memperkuat keberlanjutan usaha di era digital.



Gambar: foto bersama

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Selebung, dapat disimpulkan bahwa pemahaman pelaku UMKM mengenai digitalisasi marketing dan pencatatan akuntansi masih perlu ditingkatkan. Sebagian besar pelaku usaha masih melakukan pencatatan keuangan secara sederhana bahkan belum terdokumentasi secara sistematis, sehingga mereka mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara jelas. Selain itu, kegiatan pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dan terbatas pada jaringan pertemanan atau penggunaan media sosial secara sederhana.

Melalui kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran serta pentingnya melakukan pencatatan keuangan usaha secara teratur guna mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan terarah. Selain itu, pelaku UMKM di Desa Selebung diharapkan dapat mulai menerapkan pencatatan akuntansi sederhana secara rutin dalam setiap kegiatan usaha sehingga kondisi keuangan usaha dapat dipantau dengan lebih baik. Pelaku usaha juga disarankan untuk memanfaatkan media digital secara lebih optimal sebagai sarana pemasaran produk guna memperluas jangkauan pasar. Bagi pemerintah desa maupun instansi terkait, diharapkan dapat terus memberikan dukungan melalui program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan usaha serta mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam dunia bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Selebung yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) 45 Mataram atas dukungan akademik, fasilitas, serta kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu, apresiasi juga diberikan kepada seluruh tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hattami, H. M., Battour, M., & Al-Bukhrani, M. A. (2025). Digital Accounting Systems in SMEs: Do They Influence Marketing Performance? A Moderated Mediation Analysis. *Strategic Change*, 34(5), 747–758. <https://doi.org/10.1002/jsc.2654>
- Fitri, S. M., Suandi, S., Mawaddah, N. A., & Rizqina, I. (2025). Analisis Faktor Pengetahuan, Sumber Daya dan Usia yang Mempengaruhi Keinginan dan Perilaku UMKM Pengrajin Bambu Dalam Penerapan Digitalisasi Pencatatan Akuntansi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 3288–3303.
- Fitri, S. M., & Syukri, M. (2024). Sosialisasi Pencatatan Sederhana Pengelolaan UMKM Pada Santri Pondok Pesantren Darussalam. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(4), 217–220.
- Fitri, S. M., Syukri, M., Suandi, S., Utami, L., Pratiwi, W., Helmi, Y., Dewi, A. A. W., & Khalid, I. (2023). Penyuluhan Tata Kelola Keuangan Pada UMKM di Desa Tempos, Kabupaten Lombok Barat. *Khidmatan*, 3(2), 81–87.
- Fitri, S. M., Syukri, S., & Suandi, S. (2025). BIMBINGAN TEKNIS PENCATATAN AKUNTANSI KOPERASI PADA KOPERASI DESA SELEBUNG MADANI. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 1035–1039.
- Gonzalez-Varona, J. M., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2024). Building and Development of an Organizational Competence for Digital Transformation in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(4), 623–643.
- Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y. A., & Rahmawati, R. (2021). Business Strategy–MSMEs' Performance Relationship: Innovation and Accounting Information System as Mediators. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 1–21. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2019-0116>
- Pahmi, S., Fitri, S. M., Pratiwi, W., Aini, B. Q., & Yuspiadi, Y. (2024). Pelatihan Pembuatan Cash Register Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Wilayah Wisata Kek Mandalika. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(1), 49–55.
- Restrepo-Morales, J. A., Ararat-Herrera, J. A., López-Cadavid, D. A., & Camacho-Vargas, A. (2024). Breaking the Digitalization Barrier for SMEs: A Fuzzy Logic Approach to Overcoming Challenges in Business Transformation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(84), 1–24. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00429-w>
- Sagala, G. H., & Ori, D. (2024). Toward SMEs Digital Transformation Success: A Systematic Literature Review. *Information Systems and e-Business Management*, 22(3), 667–719. <https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2>
- Syukri, M., Fitri, S. M., Faezal, F., Utami, L., Rizqina, I., & Nurlailah, N. (2024). Pengenalan Pencatatan Akuntansi Kepada Pedagang Kecil Di Wilayah Pantai Kuta Kek Mandalika. *Devote: Jurnal*

Pengabdian Masyarakat Global, 3(1), 64–68.

Syukri, M., Fitri, S. M., & Suandi, S. (2025). SOSIALISASI PENCATATAN AKUNTANSI HIJAU DAN PENGELOLAAN DANA CSR PADA USAHA AYAM PETELUR KELOMPOK TERNAK PATUH ANGEN. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(2), 228–231.